

96.000 RON în 6 luni & automatizări scalate de 8x: cum am reconstruit retenția unui PetShop

Un PetShop cu mii de produse, zeci de branduri și clienți cu nevoi complet diferite.

O strategie de email marketing aproape inexistentă.

Două automatizări active.

Zero personalizare reală.

În doar 30 de zile, am reconstruit complet infrastructura de retenție și am pus bazele unui sistem care avea să genereze peste **96.000 RON revenue în primele 6 luni**, cu un **conversion rate constant de peste 10%**.

Eroul poveștii: un PetShop cu potențial mare, dar retenție aproape inexistentă

Clientul nostru era un magazin online specializat în hrană premium și produse pentru animale de companie, cu:

- peste 2.000 de produse active
- multiple categorii și furnizori
- public B2C extrem de diversificat
- audiență formată din iubitori de animale, cu comportamente complet diferite de cumpărare

Problema?

Toți clienții primeau aproape aceeași comunicare.

Un proprietar de pisică vedea recomandări pentru câini.

Un client care cumpăra lunar hrană premium primea aceleași mesaje ca un client ocazional.

Nu exista retenție predictibilă.

Nu exista loializare.

Nu exista un ecosistem real de automatizare.

Lupta: prea multe produse, prea puțină personalizare

Înainte de colaborare, email marketingul funcționa mai degrabă ca un canal de broadcast decât ca un sistem de retenție.

Brandul se confrunta cu:

- automatizări limitate și incomplete
- lipsa segmentării reale
- comunicare generică
- imposibilitatea de a livra recomandări relevante
- lipsa unui sistem de loializare
- retenție slabă
- oportunități ratate de repeat purchase

Mai mult, odată cu migrarea către un nou ecosistem de marketing automation, exista riscul real ca datele și istoricul audienței să fie pierdute sau fragmentate.

Într-o nișă unde competiția este agresivă și marjele sunt atent urmărite, fiecare client care nu revine înseamnă bani pierduți.

Misiunea: să transformăm email marketingul într-un canal predictibil de revenue

Obiectivele erau clare:

- creșterea conversion rate-ului
- creșterea retenției
- creșterea engagementului
- implementarea unei infrastructuri moderne de automatizare
- crearea unui sistem de loializare și referral

- personalizarea comunicării în funcție de tipul animalului și comportamentul utilizatorului
- transformarea email marketingului într-un canal constant de revenue

KPI-urile urmărite:

- Open Rate
 - Click Rate
 - Conversion Rate
 - Average Order Value
 - Revenue per Subscriber
 - Repeat Purchase Rate
-

Strategia: am reconstruit tot ecosistemul de retenție de la zero

Nu am început cu designuri.

Nu am început cu newslettere “frumoase”.

Am început cu infrastructura.

Strategia a fost împărțită în 3 etape:

1. RESET — migrare și curățare completă

Am migrat întregul ecosistem în theMarketer:

- audiențe
- template-uri
- segmente
- tracking
- evenimente
- automatizări existente

Am refăcut structura de tagging și am creat o logică nouă de colectare a datelor comportamentale.

2. OPTIMIZE — segmentare avansată și automatizări inteligente

Aici a început diferența reală.

Am construit un sistem în care utilizatorii erau segmentați în funcție de:

- tipul animalului
- brandurile cumpărate
- frecvența comenzilor
- categorii favorite
- interacțiuni în site
- valoarea comenzilor
- comportamentul din emailuri

Practic, fiecare utilizator începea să primească recomandări relevante pentru propriul animal și propriul comportament.

Am introdus inclusiv colectarea unor date suplimentare precum:

- ziua de naștere a animalului
- preferințe de produse
- istoricul de cumpărare

Aceste date au devenit ulterior trigger-e pentru campanii automate ultra-personalizate.

3. SCALE — loializare și retenție predictibilă

După ce infrastructura a fost stabilă, am trecut la scalare.

Am implementat:

- sistem de loyalty pe niveluri
- sistem de referral
- automatizări pentru retenție
- automatizări de reactivare
- flow-uri dedicate pentru repeat purchase
- comunicare omnichannel prin email, web push și SMS

Obiectivul nu mai era doar să generăm vânzări.

Obiectivul era să construim un ecosistem care produce revenue predictibil lună de lună.

Tacticile care au schimbat complet performanța

16 flow-uri noi de automatizare implementate

Înainte de colaborare: **2 automatizări active.**

După primele 30 de zile: **16 flow-uri complet noi.**

Printre ele:

- Welcome Flow
- Abandoned Cart
- Browse Abandonment
- Reactivation Flow
- Birthday Automation pentru animale
- Repeat Purchase Reminders

Segmentare bazată pe comportament real

Nu am mai trimis campanii "pentru toată lumea".

Am construit comunicare diferită pentru:

- proprietari de câini
- proprietari de pisici
- clienți premium
- cumpărători recurenți
- utilizatori inactivi
- clienți atrași de promoții
- utilizatori interesați de anumite branduri

Rezultatul: relevanță mult mai mare și conversii semnificativ mai bune.

Captare inteligentă de date

Am testat multiple:

- pop-up-uri
- formulare
- entry points
- mecanisme de colectare a datelor

Nu pentru a crește artificial lista de emailuri, ci pentru a construi segmente valoroase care pot fi monetizate eficient ulterior.

Momentul de cotitură: când email marketingul a devenit profit center

Primele semne au apărut rapid.

După doar 4 campanii trimise și flow-urile implementate:

- conversion rate-ul a depășit 10%
- engagementul a crescut semnificativ
- recomandările personalizate au început să genereze conversii constante
- clienții reveneau mai des
- sistemul de retenție începea să funcționeze predictibil

Nu mai vorbeam despre "newslettere".

Vorbeam despre un ecosistem complet de customer retention.

Rezultatele: 96.000 RON revenue în 6 luni din email & automatizări

Primele 30 de zile

- 4 campanii trimise
 - 16 flow-uri noi implementate
 - sistem loyalty configurat
 - sistem referral configurat
 - Conversion Rate: **10.11%**
 - 18 conversii generate
 - Revenue: **\$1,600.35**
-

Primele 6 luni

Rezultatele reale au venit după stabilizarea ecosistemului:

- peste **96.000 RON revenue** generat din email marketing și automatizări
- conversion rate constant de **peste 10%**
- retenție semnificativ îmbunătățită
- creștere constantă a bazei de abonați
- ecosistem complet de automatizare și loializare funcțional

Email marketingul a trecut de la un canal secundar la un motor real de revenue și retenție.

Ce a făcut diferența

1. Personalizarea reală, nu doar prenumele în subject line

Diferența majoră a venit din relevanță.

Utilizatorii au început să primească produse și oferte care aveau sens pentru ei și pentru animalele lor.

2. Automatizările construite pe comportament

Flow-urile au fost gândite pe baza interacțiunilor reale ale utilizatorilor, nu doar pe reguli generale.

3. Loializarea integrată în ecosistem

Loyalty și referral nu au fost tratate ca "extra features", ci ca părți esențiale ale strategiei de retenție.

4. Omnichannel orchestration

Email + web push + SMS au lucrat împreună pentru a menține engagementul și a crește frecvența comenzilor.

Vrei să transformi email marketingul într-un canal real de revenue?

Majoritatea magazinelor online încă folosesc email marketingul ca pe un simplu canal de promoții.

Noi construim ecosisteme de retenție care generează revenue predictibil, automatizări inteligente și clienți care revin constant.

Dacă un PetShop cu mii de produse și comportamente diferite de cumpărare a putut genera peste 96.000 RON din email și automatizări, imaginează-ți ce poate face strategia potrivită pentru brandul tău.

Hai să construim următorul tău sistem de retenție.