

Studiu de caz

Conversie dublata si 67% mai multe comenzi din email in 24 de saptamani

eComMasters x PRO ERA

1. Clientul

PRO ERA Solutions este un magazin online B2C specializat in cazi, cabine de dus si accesorii pentru baie, pozitionat pe segmentul premium. Cu o valoare medie a comenzii de peste 2.400 RON, aproximativ €460, achizitia nu se decide impulsiv. Clientii compara, cauta siguranta si vor ca investitia intr-o baie noua sa reziste ani de zile.

2. Provocarea: trafic valoros, vanzari pierdute

La inceputul colaborarii, PRO ERA avea deja trafic, o baza de contacte si un canal de email functional, dar acestea produceau mult sub potential. Newsletterele converteau la 1.1%, iar intregul canal de email, campanii si automatizari, la 2.18%. Emailul exista ca infrastructura, nu ca sistem real de vanzare.

Vizitatorii care nu comandau la prima interactiune nu primeau un follow-up suficient de convingator. Clientii existenti nu erau reactivati sistematic, iar automatizarile de baza nu sustineau un ciclu de decizie lung. PRO ERA platea pentru trafic, dar o parte din intentia de cumparare se pierdea dupa prima vizita.

3. Obiectivul: mai multe vanzari din acelasi trafic

Obiectivul a fost direct: sa crestem rata de conversie, comenzile lunare si venitul din email fara sa marim bugetul media. Canalul trebuia sa valorifice cererea existenta, sa protejeze pozitionarea premium si sa reduca dependenta de reduceri agresive.

4. Strategia eComMasters

Nu am tratat emailul ca pe o succesiune de newslettere, ci ca pe un sistem de recuperare si maturizare a cererii.

Mai intai, am auditat intregul parcurs al clientului si toate punctele in care interesul se pierdea: vizita fara comanda, cos abandonat, prospect inactiv si client care nu revenea.

Apoi, am reconstruit fluxurile cu cel mai mare potential comercial: recuperarea cosului abandonat, educarea vizitatorilor nehotarati si reactivarea clientilor inactivi. Mesajele au fost adaptate unei achizitii premium, cu decizie lenta si nevoie ridicata de incredere.

In paralel, am segmentat baza de contacte si am construit o strategie constanta de newsletter. Fiecare comunicare a primit un rol clar: sa educe, sa reduca ezitarea, sa readuca produsul in atentie sau sa transforme interesul in comanda.

5. Executia: incredere in locul presiunii

Fluxul de cos abandonat a fost recalibrat pentru un client care nu decide in cateva minute. In locul presiunii si al reducerilor imediate, comunicarea a pus accent pe calitate, durabilitate, garantie si siguranta alegerii.

Fluxurile de educare si reactivare au adus inapoi in parcurs prospectii si clientii care altfel ar fi disparut din baza. Newsletterul a trecut de la comunicare ocazionala la un ritm comercial constant, cu mesaje relevante pentru niveluri diferite de intentie.

Copy-ul si ofertele au ramas coerente cu pozitionarea premium si cu o valoare medie a comenzii de peste 2.400 RON, aproximativ €460. Obiectivul nu a fost sa vindem prin discount, ci sa oferim argumentele necesare pentru o decizie cu miza mare.

6. De ce a functionat

Rezultatul nu a venit dintr-un newsletter norocos, ci din acumularea mai multor mecanisme care au inceput sa lucreze impreuna. Campaniile au creat intentie, automatizarile au recuperat oportunitatile, iar segmentarea a crescut relevanta. Traficul existent a inceput sa produca mai mult venit, fara buget media suplimentar.

7. Rezultatele: conversie dublata, 67% mai multe comenzi

Indicator	Inainte	Dupa
Rata de conversie newsletter	1.1%	2.37%
Rata de conversie canal email	2.18%	4.68%

In 24 de saptamani, rata de conversie a newsletterelor a crescut de la 1.1% la 2.37%, un plus de 115%. La nivelul intregului canal, conversia a urcat de la 2.18% la 4.68%, tot de peste doua ori. Comenzile lunare generate de email au crescut de la 12 la 20, adica cu 67%, in timp ce valoarea medie a comenzii a ramas stabila.

Canalul de email a generat 230.495 RON, aproximativ €44.000, in cele 24 de saptamani analizate. Cresterea a venit din mai multe comenzi, nu din cosuri mai mari, iar PRO ERA a obtinut acest rezultat fara sa mareasca bugetul media.

Ecommerce statistics					
				Custom	03/01/2026 → 07/30/2026
Feature	Sent	Clicks	Conversion Rate	Transactions	Revenue (Lei)
Newsletter	289578	1433	2.37%	34	86292.28
Push notifications	0	0	0.00%	0	0.00
SMS	0	0	0.00%	0	0.00
Email Automation	13971	759	8.70%	66	137134.15
SMS Automation	85	10	30.00%	3	7068.96
Push Automation	0	0	0.00%	0	0.00
Total	303634	2202	4.68%	103	230495.39

8. Impactul pentru business

PRO ERA nu a avut nevoie de mai mult trafic, ci de mai multa valoare din interesul existent. eComMasters a transformat emailul intr-un motor de vanzari, a dublat conversia si a crescut comenzile lunare cu 67%.

Cat venit ramane nevalorificat in traficul si baza ta actuala? Solicita un audit eComMasters.