

Black Friday performanță prin Email & SMS: 141.630 lei și 542 tranzacții

Un brand de skincare cu prezență solidă și o bază de date activă de 46.000+ abonați email și 6.000+ abonați SMS. În noiembrie, obiectivul a fost maximizarea vânzărilor prin owned media, folosind theMarketer, cu focus pe activarea automatizărilor de conversie, monetizarea bazei existente și mecanisme de urgență & exclusivitate.

Industrie: **Skincare** Perioadă: **Noiembrie** Platformă: **theMarketer**

BAZĂ EMAIL

46.000+

BAZĂ SMS

6.000+

PÂRGHII CHEIE

Urgență reală · Exclusivitate · Automatizări

PERIOADE

BF: 10–13 nov · Private BF: 9 dec

- **Campania Black Friday (10–13 noiembrie)**
- **Activarea automatizărilor de conversie**
- **Monetizarea eficientă a bazei de date existente**
- **Exclusivitate pentru abonați** (Private Black Friday – 9 decembrie)

Toate acțiunile au fost implementate și măsurate prin platforma **theMarketer**.

Strategia Full Out Media

Abordarea a combinat comunicarea de masă cu declanșatoare comportamentale, într-o strategie coerentă de lifecycle marketing:

1 Newslettere comerciale

Campanii dedicate Black Friday, cu urgență reală și oferte limitate în timp.

2 Campanii SMS

Accelerator de conversie în ferestre-cheie, sincronizat cu emailurile pentru impact maxim.

3 Automatizări Email

Fluxuri de conversie bazate pe comportament, cu personalizare și timing precis.

4 Exclusivitate pentru abonați

Private Black Friday (9 decembrie) dedicat exclusiv bazei de Email (**46.919**) și SMS (**6.357**), pentru recompensarea loialității și creșterea valorii percepute a abonării.

Newsletterele au fost optimizate pentru conversie (CTA clar, selecții de produse, FOMO), SMS-urile au livrat mesaje concise orientate pe ofertă și deadline, iar automatizările au susținut conversii recurente inclusiv post-campanie.

Automatizări Email – tipuri de flows

FLOW

Cart abandonment

FLOW

Wishlist

FLOW

Back in stock

FLOW

Price drop

Rezultate

Noiembrie – Performanță cumulată (Email + SMS + Automatizări)

542

Tranzacții generate

141.630 lei

Venit total

14.714

Click-uri

3,68%

Conversie medie

633.563

Mesaje trimise

Owned media (Email & SMS) a livrat scalabilitate și vânzări profitabile într-o lună intens competitivă, fără dependență exclusivă de bugetele de ads.

Ce a performat cel mai bine

Newslettere

263 tranzacții · 69.935 lei venit

Cel mai mare impact în perioada Black Friday (10–13 nov), susținând volumul și presiunea comercială.

SMS

131 tranzacții · 32.713 lei venit

Rată ridicată de reacție în ferestre scurte de timp; canal ideal pentru deadline-uri și urgență.

Automatizări Email

148 tranzacții · 38.981 lei venit

Conversii constante, inclusiv în afara perioadei de promoții; bază de venit predictibil.

Insight-uri cheie: ce a făcut diferența

- Owned media (Email & SMS) a devenit canal major de vânzare, nu doar de suport
- Automatizările au generat venit predictibil, independent de bugetele de ads
- Campaniile cu urgență reală și exclusivitate au performat semnificativ peste medie
- Segmentarea și timing-ul au fost factori decisivi în maximizarea conversiilor

Concluzie

Acest proiect demonstrează impactul real al unei strategii bine construite de Email & SMS marketing, mai ales în perioade comerciale intense precum Black Friday. Prin mesaje relevante, automatizări corect configurate și utilizarea inteligentă a exclusivității, baza de abonați a devenit un motor solid de vânzări, cu rezultate măsurabile și scalabile.

Vrei rezultate similare?

Discută cu echipa Full Out Media despre cum construim sisteme performante de Email & SMS în theMarketer.

Solicită consultație gratuită →