

Cum comunicarea clară și optimizarea titlurilor au transformat email & SMS marketing într-un canal profitabil: 42.436 lei generați

NaturMarket, client din zona alimentelor naturale și produselor sănătoase, cu o comunitate activă de peste 13.800 abonați email și peste 2.000 abonați SMS, formată din consumatori atenți la calitate, beneficii și transparență.

Client: **NaturMarket (naturmarket.ro)**

Industrie: **Produse naturale & sănătate**

Perioadă: **Noiembrie**

Platformă: **theMarketer**

Pentru luna noiembrie, obiectivul nu a fost agresivitatea promoțională, ci creșterea conversiilor prin mesaje aliniate cu valorile audienței, punând accent pe claritate, încredere și relevanță, nu pe presiune comercială. Toate rezultatele au fost măsurate prin platforma theMarketer.

ABONAȚI EMAIL

13.800+

ABONAȚI SMS

2.000+

INDUSTRIE

Produse naturale & sănătate

Context

Pentru noiembrie, obiectivul nu a fost creșterea volumului prin promoții agresive, ci optimizarea conversiilor printr-o comunicare mai clară și mai relevantă, aliniată valorilor comunității NaturMarket: calitate, beneficii reale și transparență.

Canalele utilizate:

- Newslettere comerciale
- SMS-uri punctuale
- Email & SMS automations

Toate rezultatele au fost măsurate prin platforma **theMarketer**.

Provocarea

Analiza inițială a comunicării a evidențiat câteva blocaje clare:

- Titluri de email prea generale, care nu evidențiau beneficiul imediat
- Mesaje prea încărcate, care diluau decizia de cumpărare
- Automatizări corecte tehnic, dar cu copy insuficient de convingător

Într-o categorie precum produsele naturale, **încrederea și claritatea** sunt mai importante decât urgența forțată.

Strategia Full Out Media

În locul unei creșteri de volum, am ales o optimizare fină a mesajului, concentrată pe intenția reală a utilizatorului.

1. Rescrierea titlurilor de email

Am trecut de la titluri descriptive la titluri:

- Orientate pe beneficii concrete
- Cu formulări simple, curate, fără presiune inutilă
- Adaptate tipului de campanie (newsletter vs. automation)

Exemple de direcții folosite: beneficii nutriționale / naturale; selecții „ușor de ales”; claritate în ofertă, fără ambiguitate.

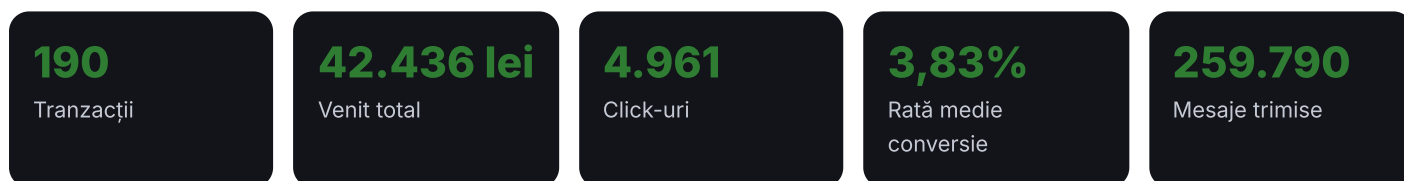
2. Simplificarea structurii de email

- Mai puține produse, mai bine alese
- CTA-uri clare, fără distrageri
- Focus pe decizie rapidă, nu pe explorare excesivă

3. Optimizarea automatizărilor

- Titluri care reflectă exact comportamentul utilizatorului
- Mesaje mai scurte, mai personale
- Accent pe continuitate și încredere, nu pe presiune

Rezultate • Noiembrie



Rezultatele confirmă faptul că, într-o categorie bazată pe încredere, **calitatea mesajului bate cantitatea**.

Newslettere

121 tranzacții · peste 25.700 lei

Newslettere au susținut volumul. Optimizarea titlurilor a crescut relevanța și rata de acțiune.

Automatizări

62 tranzacții · conversie 10,97%

Cel mai eficient canal, din volume reduse. Cel mai bun raport efort-rezultat din întreg setup-ul.

SMS & Automatizări SMS

Reminder & susținere

Conversii punctuale, cu cost minim și impact imediat în momente-cheie.

De ce a mers

- În categoria produselor naturale, claritatea vinde mai bine decât agresivitatea
- Titlul emailului filtrează intenția reală și crește relevanța click-ului
- Automatizările convertesc când mesajul este simplu, contextual și relevant
- Optimizarea copy-ului poate crește performanța fără a crește bugetele

Concluzii

Acest proiect demonstrează că email & SMS marketing pot deveni canale de vânzare extrem de eficiente atunci când comunicarea este adaptată publicului și produsului. Prin rescrierea titlurilor, simplificarea mesajelor și alinierea automatizărilor cu intenția reală, am reușit să transformăm comunicarea într-un instrument puternic de conversie, nu doar de informare.

Vrei rezultate similare?

Discută cu echipa Full Out Media despre cum construim sisteme performante de Email și SMS.

[Solicită consultație gratuită →](#)