

141.121 lei generați prin Email + SMS + Automatizări

Cum am menținut ritmul vânzărilor recurente într-o lună non-sezonieră prin Flash Sales, transport gratuit și automatizări construite pe comportament, măsurate în theMarketer.

Industrie: **Skincare**

Perioadă: **August**

Obiectiv: **Vânzări recurente**

Platformă: **theMarketer**

BAZĂ EMAIL
46.000+

BAZĂ SMS
6.000+

OBIECTIV
Vânzări recurente

INDUSTRIE
Skincare

Context: monetizare non-sezonieră, fără „evenimente mari”

Brand din zona de skincare, cu o bază activă de peste **46.000 abonați email** și **6.000 abonați SMS**. În luna august, focusul a fost pe stimularea vânzărilor recurente într-un context non-sezonier, prin tactici punctuale, independente de campanii majore.

Implementarea și măsurarea performanței au fost realizate prin platforma **theMarketer**.

3 pârgarii cu impact imediat

Flash Sales

Oferte limitate pentru urgență reală.

Transport gratuit

Stimulent direct de conversie.

Automatizări

Creștere conversie prin intenție, nu volum.

Strategia Full Out Media: mix echilibrat de volum, timing și relevanță

1 Newslettere promoționale

Campanii Flash Sale cu ferestre scurte și clare, comunicare directă (discount + transport gratuit), structură optimizată pentru conversie rapidă și CTA-uri vizibile.

2 Campanii SMS

Mesaje sincronizate cu Flash Sale-urile, folosite ca reminder final pentru oferte limitate. Rol clar: **accelerator** al deciziei de cumpărare.

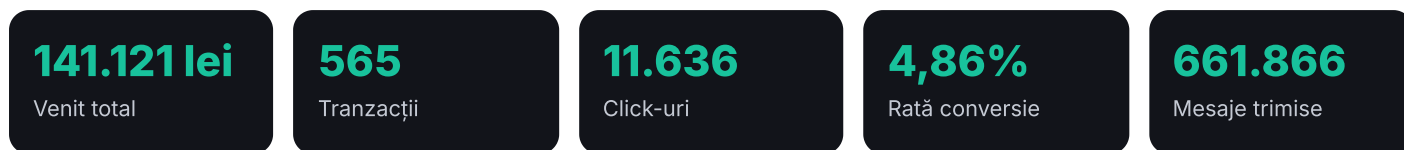
3 Automatizări Email & SMS

Flow-uri comportamentale (cart abandonment, wishlist, price drop), declanșate de acțiunile reale ale utilizatorilor. Focus pe eficiență și rată de conversie ridicată.

Principiu de execuție: câștigă cine livrează **mesajul potrivit** în **momentul potrivit** — nu cine trimite mai mult.

Rezultate • August

141.121 lei venit total generat prin Email + SMS + Automatizări



Venit pe canale



Insight-uri cheie: ce a susținut creșterea

- Flash Sale-urile pot performa excelent și în afara perioadelor de vârf, dacă sunt bine temporizate
- Transportul gratuit rămâne un declanșator puternic de conversie
- Automatizările livrează cea mai bună rată de conversie, chiar și la volume mai mici
- Email rămâne canalul principal de volum, iar SMS accelerează decizia

Concluzie

Acest proiect confirmă că o strategie coerentă de email & SMS marketing, susținută de automatizări bine configurate, poate genera rezultate solide inclusiv în luni cu presiune comercială mai scăzută.

Prin activări promoționale scurte și clare, mesaje relevante și personalizate și utilizarea eficientă a canalelor proprii, am menținut un nivel ridicat de vânzări și am maximizat valoarea bazei de abonați.

Vrei rezultate similare?

Construim sisteme de email + SMS + automatizări care mențin ritmul vânzărilor fără dependență de campanii mari.

[Solicită consultație gratuită →](#)