

Growth Hacking

Acciones

DRAFT

Ensamble Artesano .lgeneris



¿Qué es el Growth Hacking?

El Growth Hacking es una disciplina que busca, con el **mínimo gasto y esfuerzo** posibles, **incrementar de forma rápida y notoria el volumen de usuarios, ingresos, o impactos**, de nuestra empresa.

Busca por una parte apalancarse y explotar aquello que ya tienes y funciona y probar iniciativas nuevas que puedan abrir puertas.



Acciones propuestas

El presente documento contiene cuatro iniciativas de growth hacking a implementar en Ensamble Artesano. Dentro del marco de la iniciativa “Acciones de Growth Hacking” Igeneris implantará dos de ellas, dejando las otras dos restantes para el equipo de EA.



1

**Recuperando
carritos
abandonados**



2

**Promoviendo la
suscripción a la
newsletter**



3

**Impulsando las
promociones
flash**



4

**Potenciando las
recomendaciones**

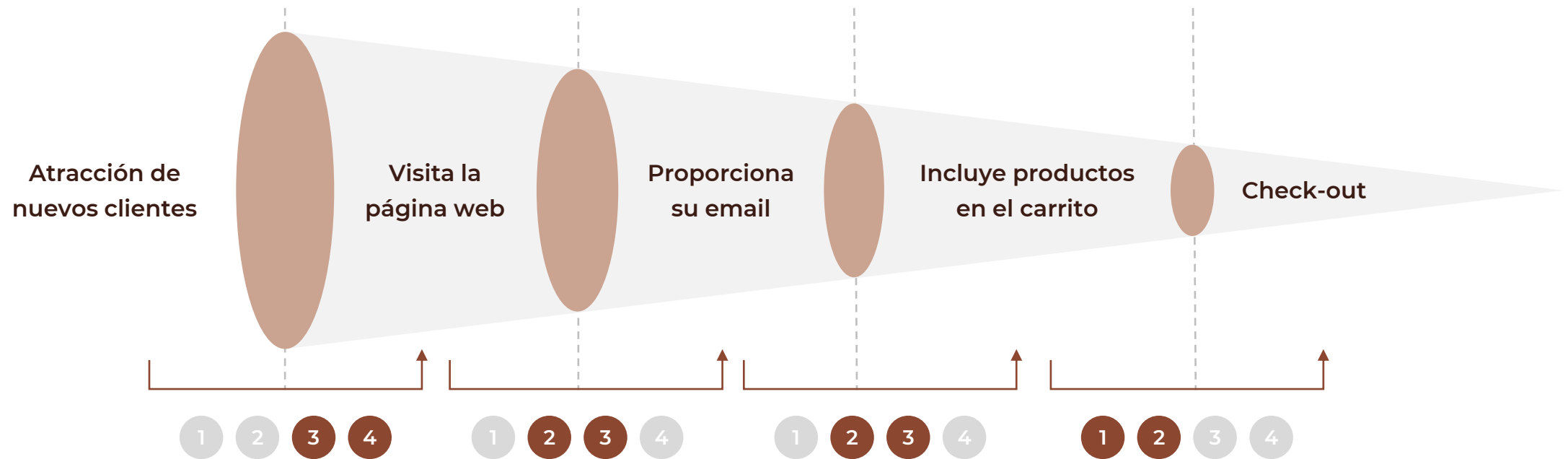
 Iniciativas a impulsar por Igeneris*

*La selección de iniciativas a impulsar por Igeneris se basa en el potencial de impacto sostenible en el tiempo y la activación en el corto plazo.

Nota: la implantación de las acciones requiere tener lanzada la nueva página web.

Encaje de funnel de ventas con acciones propuestas

Las acciones propuestas tienen como objetivo ensanchar el funnel y aumentar la conversión en cada una de las fases del mismo. Cada acción se enfoca en una o varias fases, tal y como se muestra a continuación:



1. Recuperando carritos abandonados
2. Promoviendo la suscripción a la newsletter

3. Impulsando las promociones flash*
4. Potenciando las recomendaciones

*Las promociones flash principalmente tienen el objetivo de atraer a nuevos clientes a que visiten la página web y lleguen a realizar una compra. Si bien, dependiendo del canal del que se lancen, pueden enfocarse a otros fines (Por ejemplo, una promoción flash comunicada por newsletter tiene el propósito de fidelizar clientes actuales, activar clientes que llevan tiempo sin comprar, etc.)

Acción 1

Recuperando carritos de compra abandonados

La acción consiste en intentar persuadir a los clientes que abandonaron su carrito a que completen su compra.

Se contemplan dos casos y dos acciones en consecuencia:

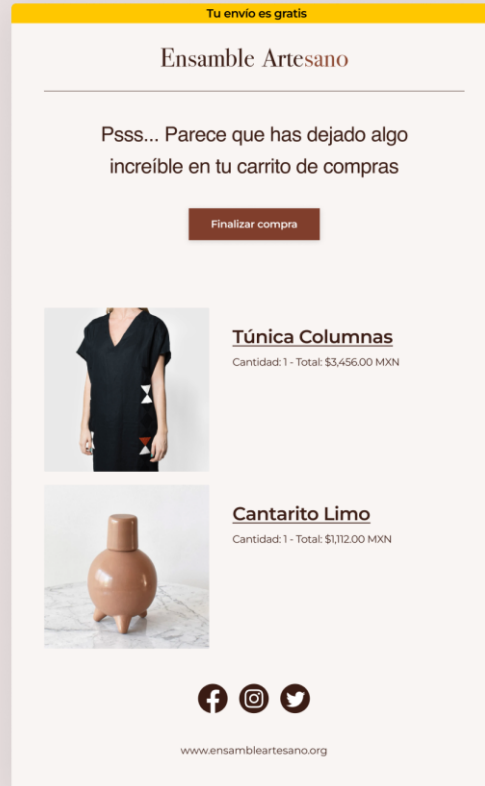
- Si ya tenemos su correo electrónico: enviaremos un **recordatorio por email** de manera automatizada.
- Si aún no tenemos su correo electrónico: usaremos una estrategia de **retargeting** (A través de las cookies, los usuarios verán publicidad personalizada de los productos que dejaron abandonados en su carrito cuando navegan por otros sitios web).



Hipótesis

Si recordamos a los usuarios, que tienen productos seleccionados sin comprar, terminarán haciendo check-out, puesto que ya han demostrado interés por las piezas.

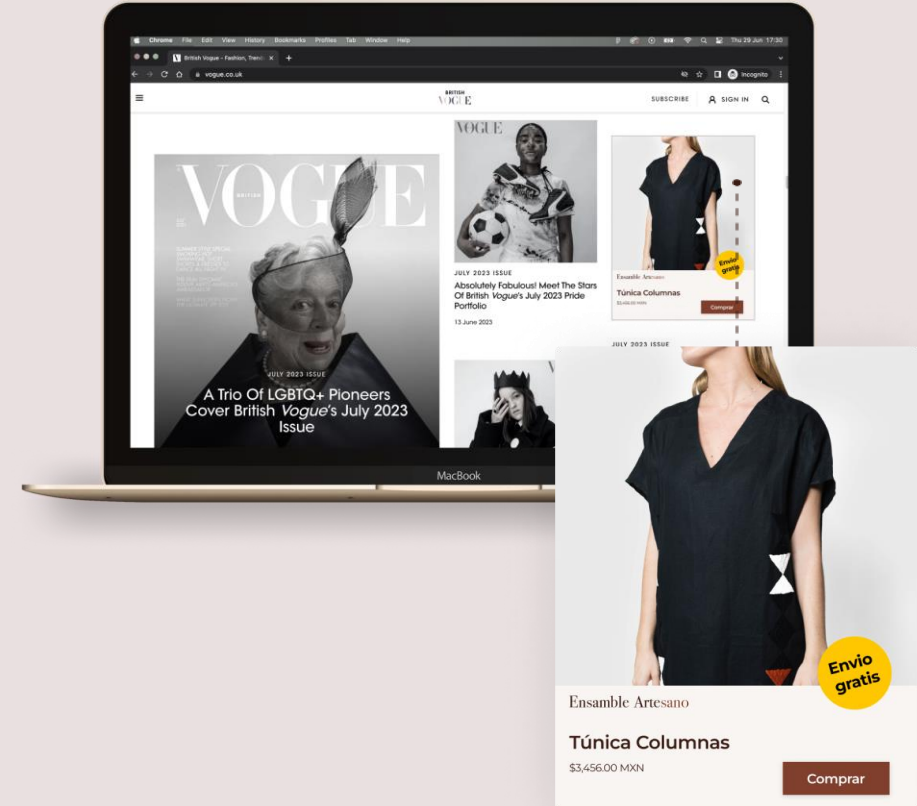
Estrategias a implementar en función de si tenemos o no el email del usuario



a Sí lo tenemos

Enviaremos recordatorios por email de manera automatizada: El primero llegará 40 minutos* después de haber abandonado el carrito, y el siguiente, 1 semana después.

* Se estima que 40 minutos es el tiempo óptimo para realizar el envío de este tipo de emails.



b No lo tenemos

Se usará una estrategia de retargeting: a través de las cookies, los usuarios verán publicidad personalizada de los productos que dejaron abandonados en su carrito cuando navegan por otros sitios web.

¿Por qué tiene sentido?



Los e-mails de abandono de carrito registran una **tasa de conversión del 24%**, lo que quiere decir que **1 de cada 4 usuarios** regresa a completar la compra.

Ensamble Artesano registró **86 carritos abandonados** durante febrero, marzo y abril 2023, lo que supone **+85,000 MXN** que no se han llegado a convertir.



Acción 2

Promoviendo la suscripción a la newsletter

La acción consiste en incentivar a los usuarios a suscribirse a la newsletter de Ensamble Artesano ofreciendo como recompensa un 10% de descuento en su primera compra.

Este descuento será individual y sólo podrá usarse una vez. El usuario lo recibirá en su bandeja de entrada una vez se haya suscrito utilizando su email.



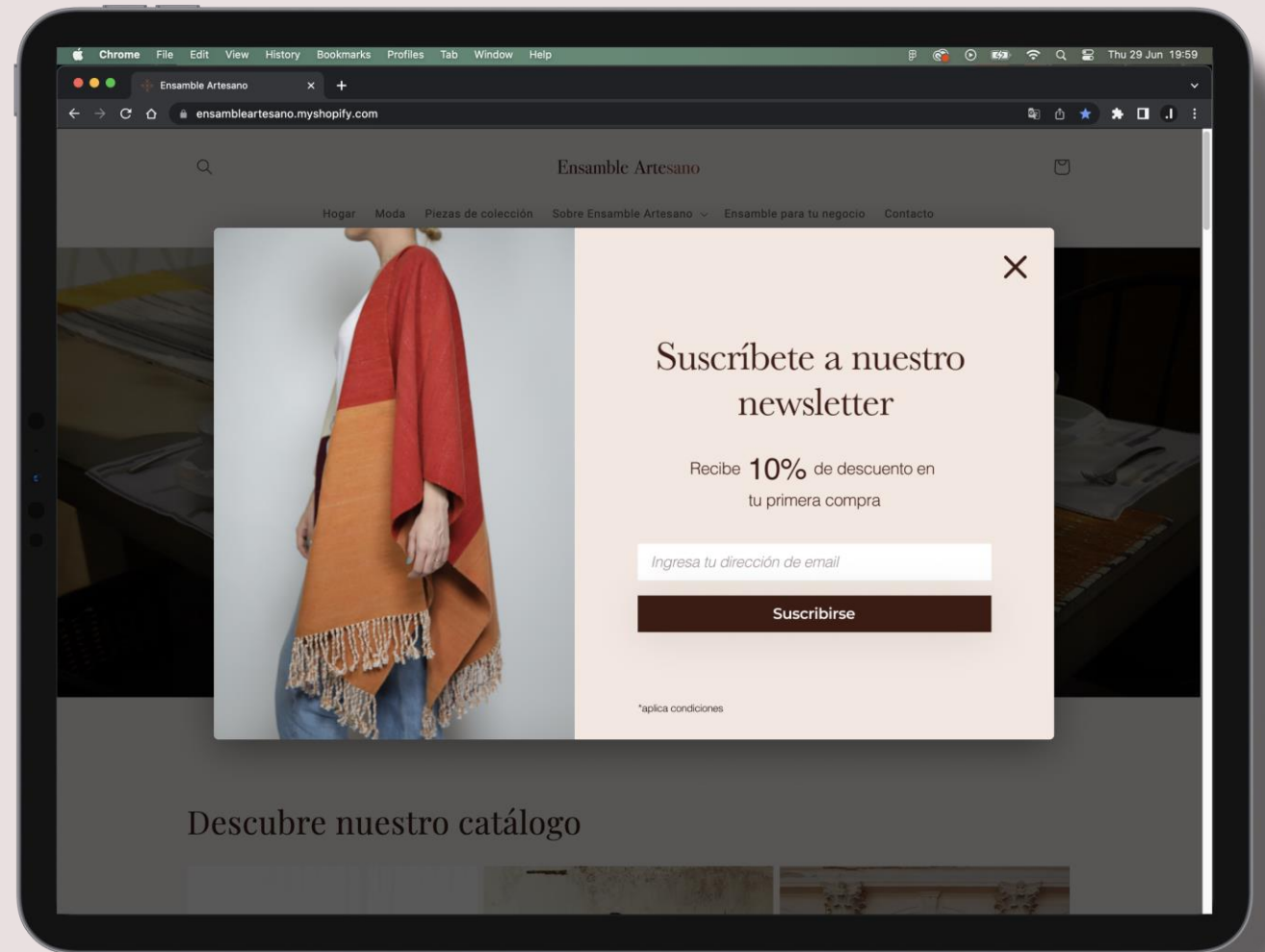
Hipótesis

Si aumentamos el número de usuarios suscritos a la newsletter, **mejorará la tasa de conversión a venta.**

Funcionamiento

Pop-up

Un mensaje aparecerá automáticamente a modo de pop-up cuando el usuario ingrese en la página web. Si no le interesa, podrá cerrar el mensaje pulsando en la X.



¿Por qué tiene sentido?

Al ofrecer un **beneficio tangible**, como un descuento, se motiva a los visitantes de la página web a **proporcionar su email**, y de este modo es más fácil darles seguimiento y **hacer que conviertan**.

Mediante la newsletter, Ensamble Artesano obtiene un **canal de comunicación directo**, lo que le permite mantener una **relación continua** con los usuarios.

Las tasas de apertura de las newsletters suelen oscilar entre el **15%** y el **25%**, y la conversión se sitúa entre el **1%** y el **5%**. Por su parte, la newsletter de EA, con **+1,200 personas suscritas**, tiene una apertura del **54%**.



Esta acción es una manera de aprovechar el tráfico que llega a la web. Desde enero de 2023, **+23,000 usuarios** nos han visitado, de los cuales, **sólo 34** han realizado compras (**0,15% de los visitantes**). La tasa media de conversión de compra se sitúa entre el 1% y el 3%. Si partimos de los mismos visitantes y considerando un ticket medio de 4,200 MXN, deberíamos haber llegado a facturar **entre 960k y 2,890k**.

Acción 3

Impulsando las promociones flash

La acción consiste en ofrecer “ofertas relámpago”: descuentos o promociones muy agresivas durante un tiempo limitado, generalmente durante unas pocas horas o días.

El objetivo es llevar a que los potenciales clientes tomen una decisión de compra rápidamente.

Las promociones flash suelen anunciarse sin previo aviso o con poco, lo cual también lleva a los usuarios a seguir a EA en las redes sociales y/o a visitar la web frecuentemente. Pueden enfocarse en todos los productos o en aquellos que la organización desee.



Hipótesis

Si promovemos la compra mediante ofertas provocadoras, atraeremos nuevos clientes y la tasa de conversión será mayor.

Ideas de promociones flash a implementar

1

Descuento en cantidad

1,000 MXN de descuento para compras superiores a 7,000 MXN.

El máximo descuento que se puede aplicar es de un 14.3%. A mayor valor del ticket, menor será el descuento. En el caso de productos atorados, pueden ofrecerse descuento de hasta el 20%

2

Regalo

Por compras superiores a 8,000 MXN, regalar un producto de EA sorpresa.

En el inventario se encuentran productos con un valor inferior a 500 MXN que llevan tiempo sin venderse y pueden ser usados en este tipo de promociones.

3

Sorteo

Para todos los pedidos realizados por la web a lo largo de un tiempo determinado, sortear un premio considerable.

Consiste en apalancarnos en las competencias clave de la organización para ofrecer estos premios (Ejemplo: Noche en Hacienda de Mérida).



¿Por qué tiene sentido?



El **56%** de las empresas que envían emails con promociones flash tienen tasas de aperturas más altas que con el resto de las comunicaciones.

En general, las promociones flash generan un **aumento del 35 %** en la conversión a ventas.



Acción 4

Potenciando las recomendaciones

La acción consiste en incentivar a nuestros clientes para que hablen bien de nosotros y nos recomienden, ya que ellos son los mejores embajadores.

Para ello planteamos implementar un programa de referidos por el cual cada cliente obtiene un código personal para compartir con sus contactos y recibir un descuento en el momento en el que los referidos realicen una compra.



Hipótesis

Si incentivamos a nuestros clientes,
nos recomendarán

Funcionamiento del programa de referidos

- 1 Cada usuario que ha realizado una compra con anterioridad recibe un código de descuento personal.
- 2 El usuario usará este código para recomendar EA a otras personas, ya sea amigos, familiares, conocidos u otros contactos.
- 3 Este código contiene un descuento de 500 MXN para las personas referidas deseen comprar. Asimismo, en el momento en el que realicen la compra, el usuario recibirá un 500 MXN para su próxima compra.



Recomienda Ensamble Artesano y recibe 500 MXN de descuento en tu próxima compra.

Saber más

Cuando tus amigos compren un producto usando este código, obtendrán 500MXN de descuento y tú recibirás 500MXN para tu próxima compra.

FER0404EA23

Enviar

O si lo prefieres [copia este link](#)

Ensamble Artesano

¿Por qué tiene sentido?



El **Word-Of-Mouth*** es una de las herramientas más poderosas:

- Parte de una relación de **credibilidad y confianza**, lo que aumenta la probabilidad de que los consumidores consideren los productos recomendados.
- El **CAC** es menor** que invirtiendo directamente en publicidad, ya que se apalanca en la red de clientes existentes.

Es posible que la persona referida ya esté **conociendo el producto en físico** a través de nuestro cliente y no tenga necesidad de ir a la tienda.



Como punto de partida, actualmente EA cuenta con la **dirección de correo de 371 personas** que ya han comprado por la web, de las cuales, **64 han comprado más de una vez**.

*Word-Of-Mouth = Recomendaciones boca en boca. / ** CAC = Coste de Adquisición del Cliente.

