



## Growth UNHACKED

### SEGMENTO WINDOW SHOPPERS

## Shop Our Best Sellers



# CÓMO BLOOM NUTRITION GENERÓ \$24,000+ ADICIONAL AL MES DEFINIENDO UN SEGMENTO PROPENSO A LA CONVERSIÓN

## RESUMEN

### RETOS

- Targetear segmentos que no estaban recibiendo automatizados
- Incrementar ingresos provenientes de automatizaciones

### BENEFICIOS

- Costo adicional \$0
- No requirió recursos de diseño
- Ingresos del día 1 \$7,685
- Ingresos recurrentes mensuales ~ \$17,000



Escalando negocios por más de 14 años por medio de estrategias de Marketing Digital y Growth, usando la experimentación y toma de decisiones basada en data.

**ALEJANDRA MARIN**  
Growth Unhacked

## CONTEXTO

El retailer tenía activados las automatizaciones básicas de email marketing. El abandono de búsqueda y de carrito son grandes fuentes de ingresos, sin embargo, había oportunidad de captar a “window shoppers” que navegan en la página sin ver productos específicos (disparando así el abandono de búsqueda).

## SOLUCIÓN

Definir un segmento de personas con alta propensidad a la conversión, o sea, personas que interactúan con los emails, navegan en la página, pero no completan una compra.

Creamos el segmento de Window Shoppers que cumplía estas características.

Personas en este segmento no estaban recibiendo ningún otro flow automatizado de email marketing.

## RESULTADOS

### \$7,687 de ventas nuevas inmediatas

En el día 1 entraron todos los usuarios que calificaban a este segmento, logrando un número inflado de ventas.

### ~\$17,000 de ventas nuevas mensuales

Diariamente 2,000 usuarios nuevos califican para este segmento. Utilizando las métricas promedio de interacción y conversión, las ventas nuevas mensuales serán alrededor de ~\$17K, aumentando en los 14 días posteriores a eventos de SALE o lanzamientos.

### Mejoras en activación, engagement y retención

Al activar a estos usuarios, incrementamos su engagement y retención de usuarios que, sin recibir este toque de comunicación podrían hacer churn.

**No ofrecimos promociones ni descuentos en este flow.**