

Better Together

Save up to 15% with our carefully-curated bundles.

Shop Now

America's #1 Waffle Towel

As seen in

Growth UNHACKED

OPTIMIZACIÓN DE DISEÑO

CÓMO ONSÉN INCREMENTÓ SU REVENUE EN 214% USANDO EMAILS CON DISEÑO MOBILE FIRST Y ACCESIBLE

RESUMEN

RETOS

- Campañas visualmente atractivas pero no funcionales.
- Bajo CTR en email
- Generar más tráfico y conversiones a la web en canales con mejor ROI
- A/B testing

BENEFICIOS

- Incremento en CTR
- Incremento en ventas
- Resultados sostenidos en el tiempo
- Aprendizajes valiosos de A/B testing



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

Onsen es una marca de toallas premium de venta online. Sus ingresos dependían mayoritariamente en paid media ya que los emails tenían bajas métricas de CTR y CVR.

Las campañas de email que enviaban eran muy bonitas, pero no eran funcionales.

SOLUCIÓN

Crear un diseño optimizado de email marketing más funcional:

- mobile first
- consistente
- amigable con funciones de accesibilidad
- con CTAs claros

Llevamos a cabo A/B testing por 2 meses para optimizar el diseño. Los resultados se mantuvieron en el tiempo.

RESULTADOS

84% de incremento en CTR

El CTR de las campañas era muy bajo: 1% en promedio y 1.4% al incluir ofertas. Con el cambio de formato incrementó a 2.5-3%.

239% en sesiones web provenientes de email

Obtener mayor número de sesiones provenientes de email marketing era esencial para reducir el costo de la inversión en paid media. Email marketing es un canal con mejor ROI.

214% aumento en ventas provenientes de email

Al incrementar el tráfico y mantener la consistencia entre mensaje y landing page, las ventas de email marketing subieron de \$5,000 mensuales a \$18,000. Estos resultados se volvieron el nuevo benchmark manteniéndose en el tiempo.

No ofrecimos promociones ni descuentos.