





wim

Digital-агентство  
омниканальной коммуникации

#ACQUISITION

#RETENTION

#PERFORMANCE

#CRM



Agenda

01

Об агентстве

02

Наши кейсы

03

Геймификация

04

Наши контакты





10+

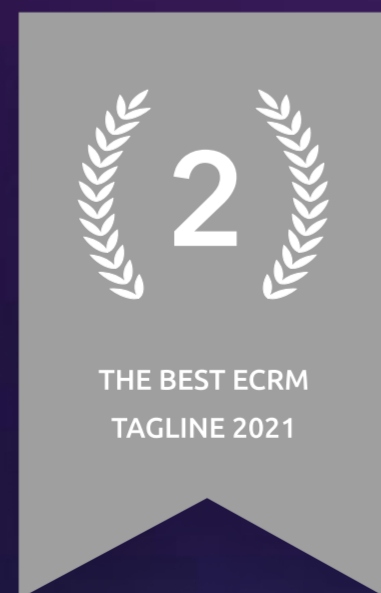
ЛЕТ НА РЫНКЕ
DIGITAL

150+

СОТРУДНИКОВ
ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫЙ
В РЕЕСТРЕ ОПЕРАТОР
ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

400+

ПРОЕКТОВ
ДОЛГОСРОЧНОЕ ПАРТНЕРСТВО
С КЛИЕНТАМИ (ОТ 2 ЛЕТ)



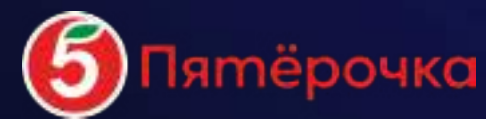


ИСТОРИЯ

RETAIL



FINANCE



DARK MARKET



DEVELOPMENT



PHARMA



MARKETPLACE



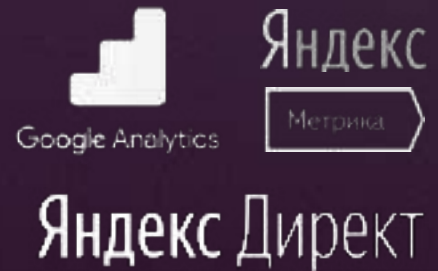
OTHER





ВЫ В НАДЕЖНЫХ РУКАХ

1 СЕРТИФИКАТЫ



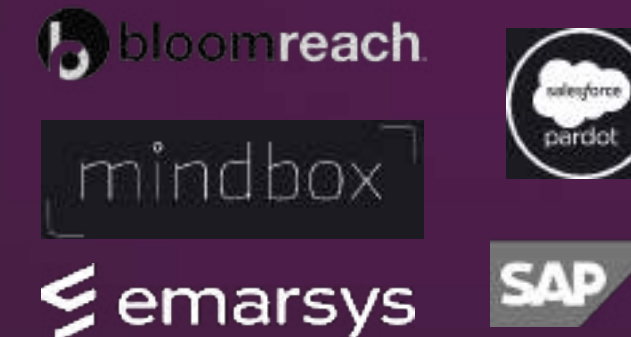
2 УЧИМСЯ И ПРЕПОДАЕМ



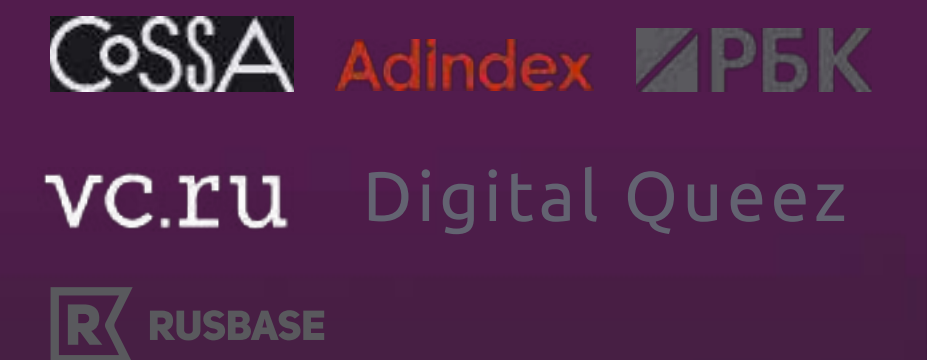
3 АНАЛИТИКА



4 ЗНАНИЕ CDP И ESP



5 ПИШЕМ СТАТЬИ И ПРОВОДИМ МЕРОПРИЯТИЯ





RETENTION

СТРАТЕГИЯ

- CJM
- COMMUNICATION MAP
- SEGMENTATION
- LOYALTY PROGRAMS
- ANALYTICS

ПРОДАКШН

- E-MAIL
- SMS
- PUSH
- LANDING PAGE
- GAMIFICATION

WEB ИНТЕГРАЦИИ

- KPI
- PROJECT MANAGEMENT
- DATA & TECHNICAL
SUPPORT



НАШИ КЕЙСЫ





ЯНДЕКС МАРКЕТ

SEARCH\TR\01\03

RS\011

RS\021TR \ON

SEARCH\011\021



ЦЕЛИ ПРОЕКТА

1



Обеспечить непрерывный процесс разработки email-рассылок (аккаунтинг, копирайт, дизайн и верстку).

2



Поддерживать и наращивать объем коммуникаций.

3



Выстроить и оптимизировать процесс взаимодействия с клиентом.

4



Сделать упор на создание креативных коммуникаций.





РЕШЕНИЯ

РЕШЕНИЯ WIM.AGENCY

1

Собрали для клиента продакшн-команду из менеджеров, копирайтеров, дизайнеров и верстальщиков.

2

Прошли обучение гайдам по копирайтингу и дизайну.

3

Обучились работе со специальной CRM-платформой (Lilu CRM).

4

Выстроили процессы аккаунтинга от и до (брифинг заказчика, работа с продакшном, подготовка кампаний к отправке).

5

Обеспечили процесс разработки email-рассылок в режиме нон-стоп.

6

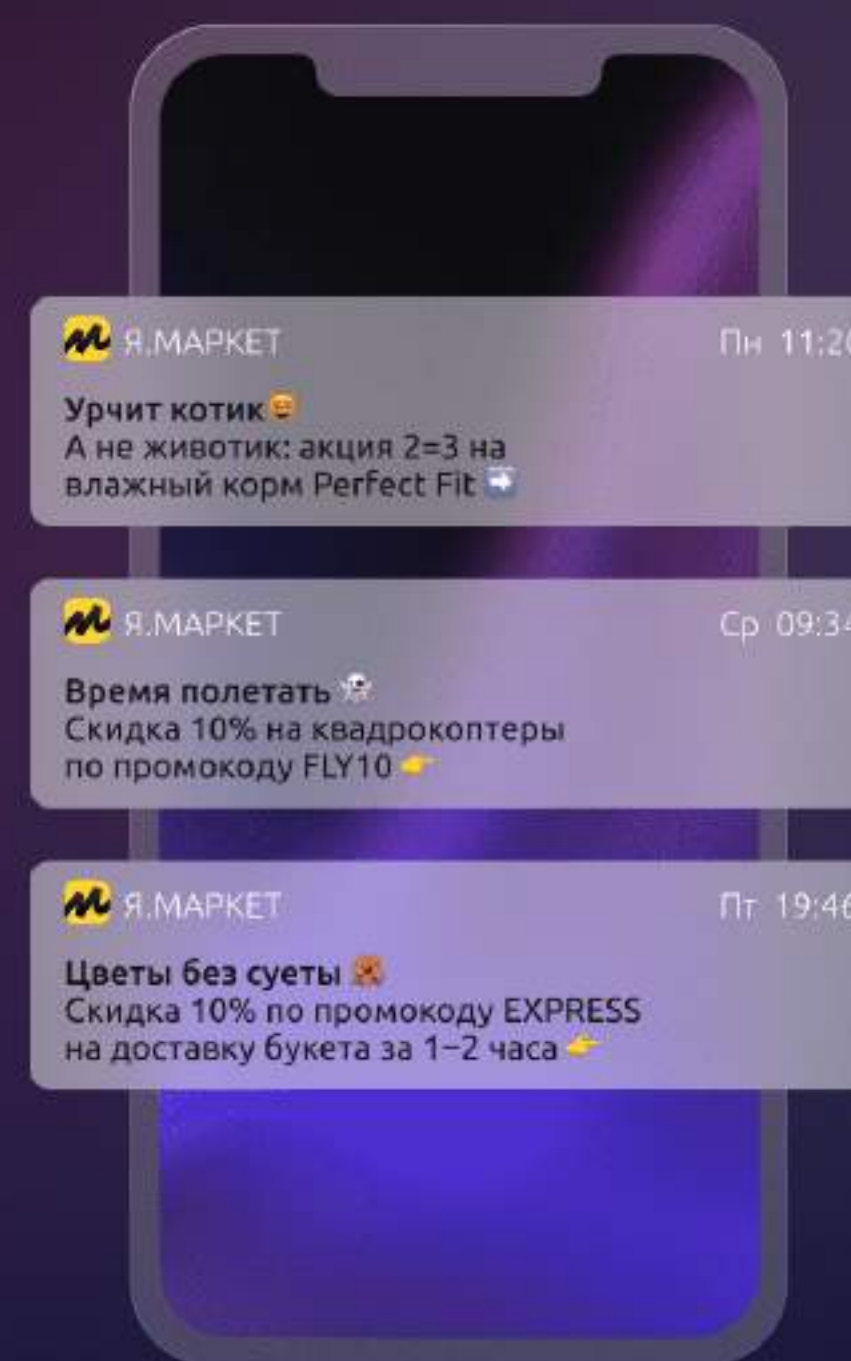
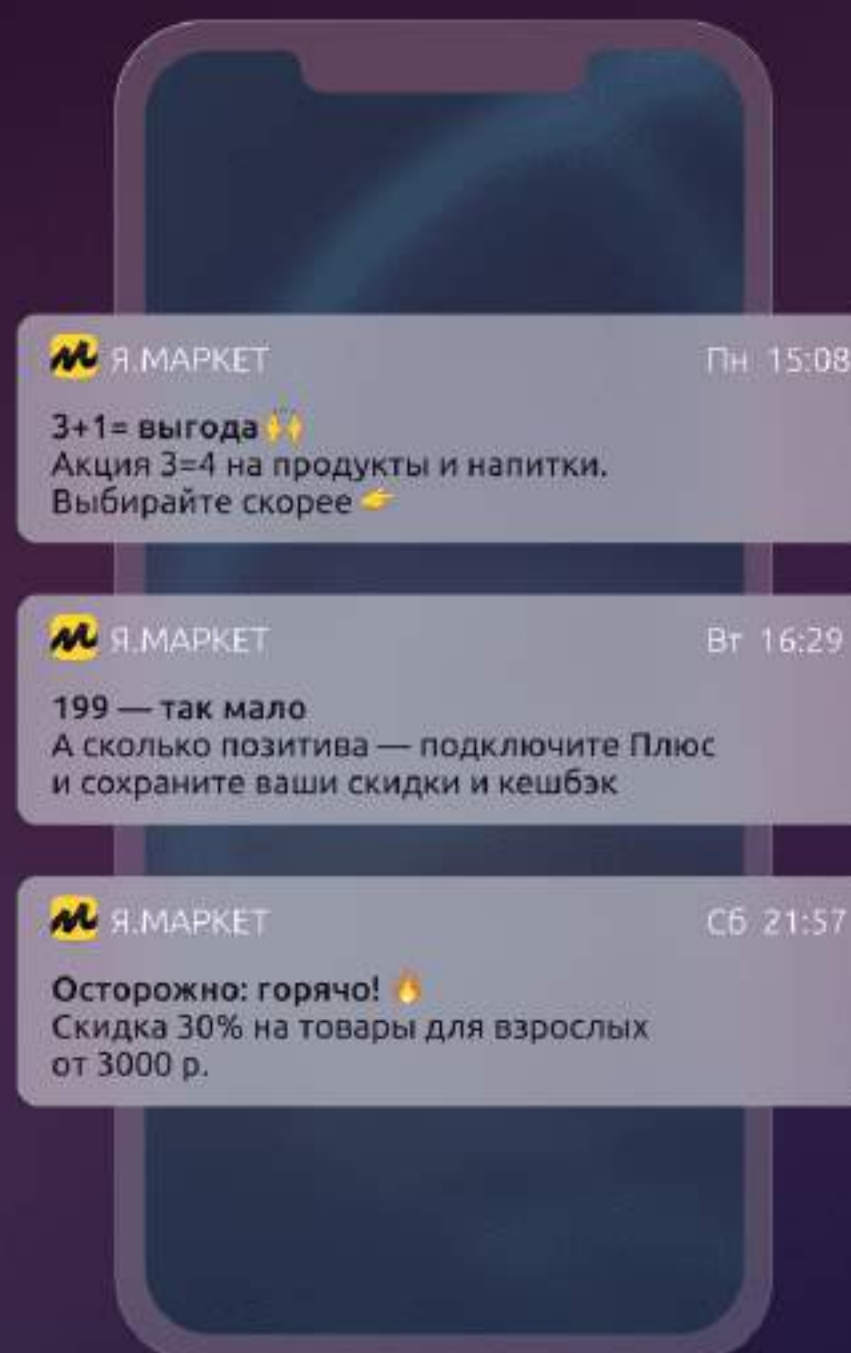
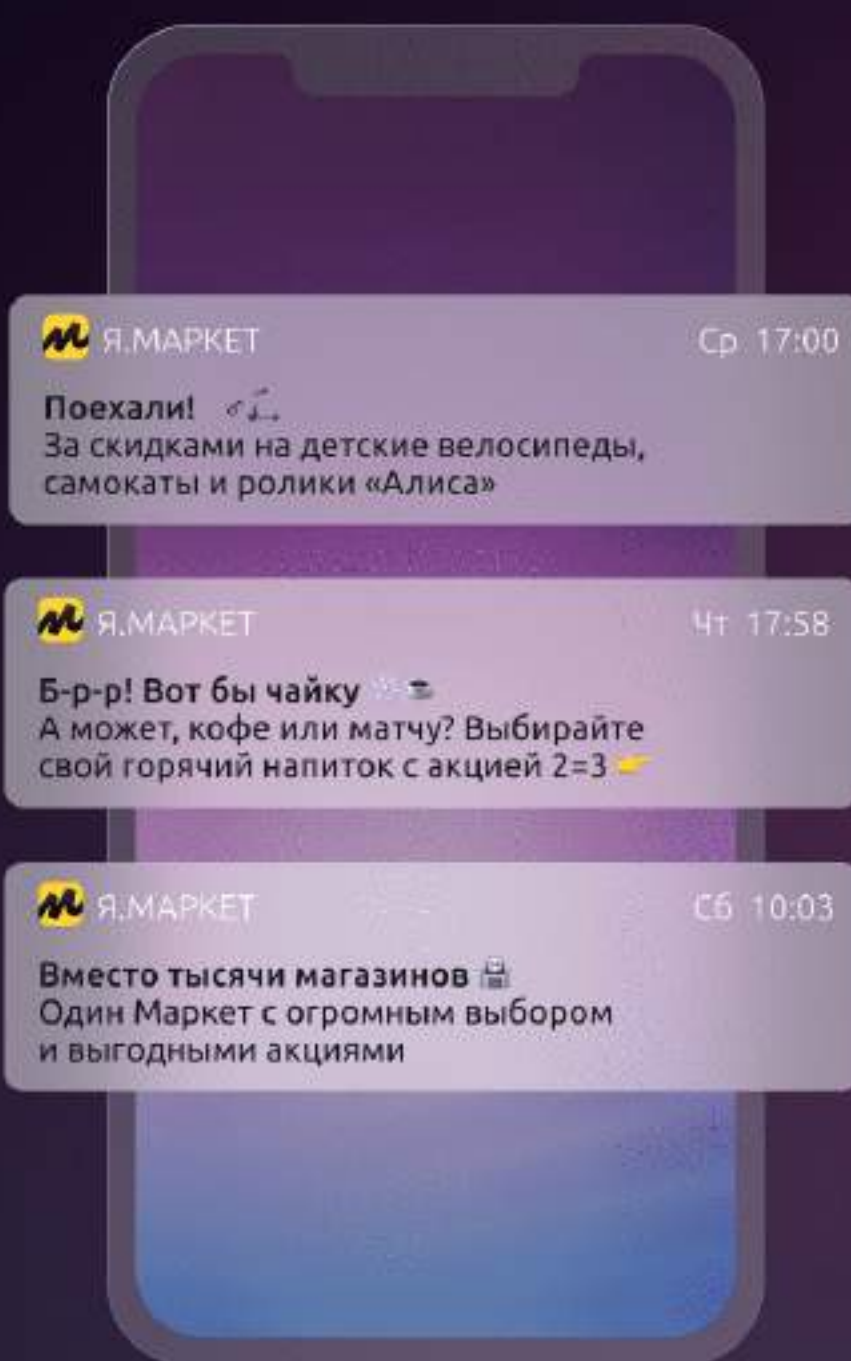
Увеличили объем работ, расширяя команду.

7

Разгрузили команду клиента от операционных задач (отчетность, аналитика, контент-планирование).



PUSH-УВЕДОМЛЕНИЯ



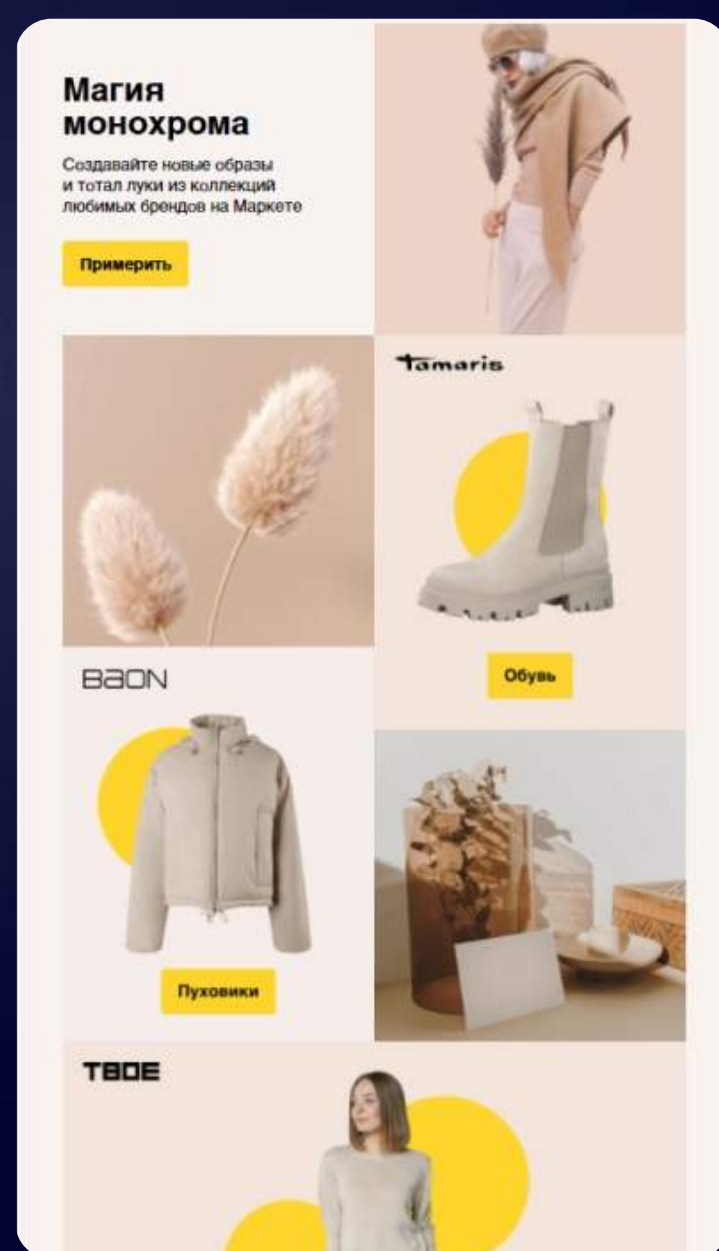


НАГРАДЫ ЗА ЛУЧШИЕ ПИСЬМА

Начиная с 2021 года наши рассылки берут призовые места в Email Competitors. Ниже — только несколько примеров победителей.

НОЯБРЬ 2021

Номинация: ЛУЧШИЙ ДИЗАЙН



[Смотреть](#)

НОЯБРЬ 2021

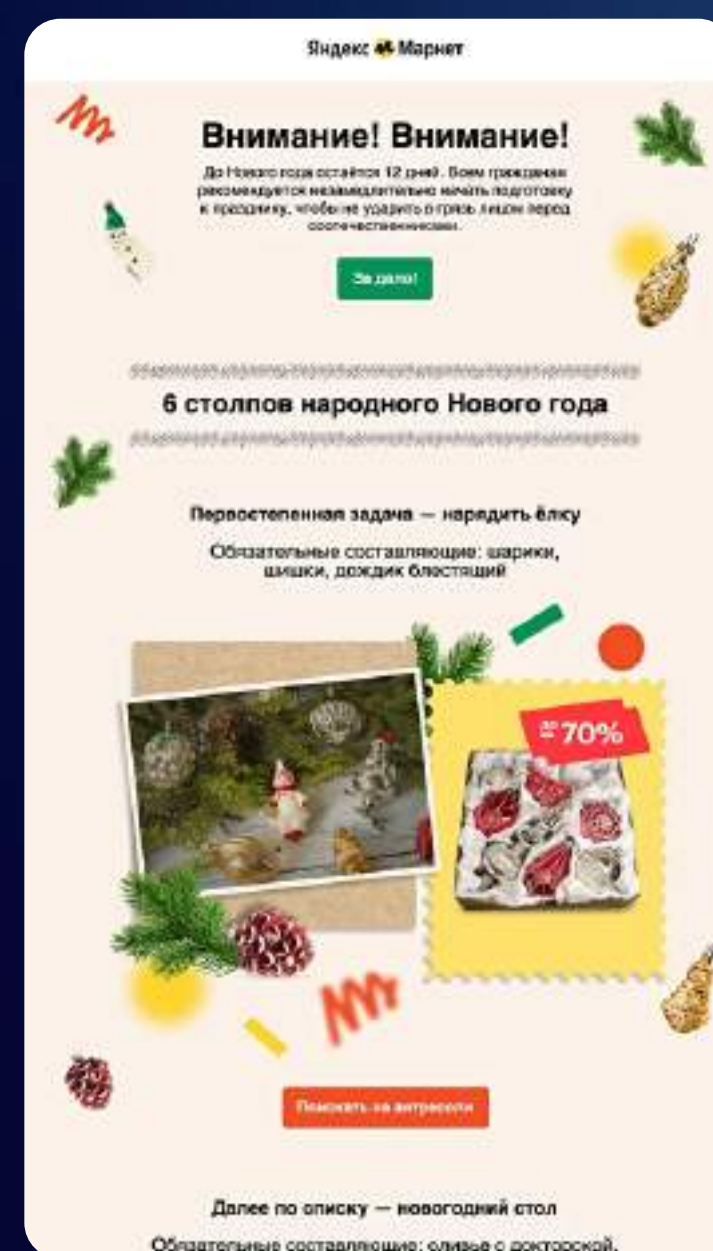
Номинация: КЛАССНО ВСЁ!



[Смотреть](#)

ДЕКАБРЬ 2021

Номинация: ЛУЧШИЙ КОПИРАЙТИНГ



[Смотреть](#)

ЯНВАРЬ 2022

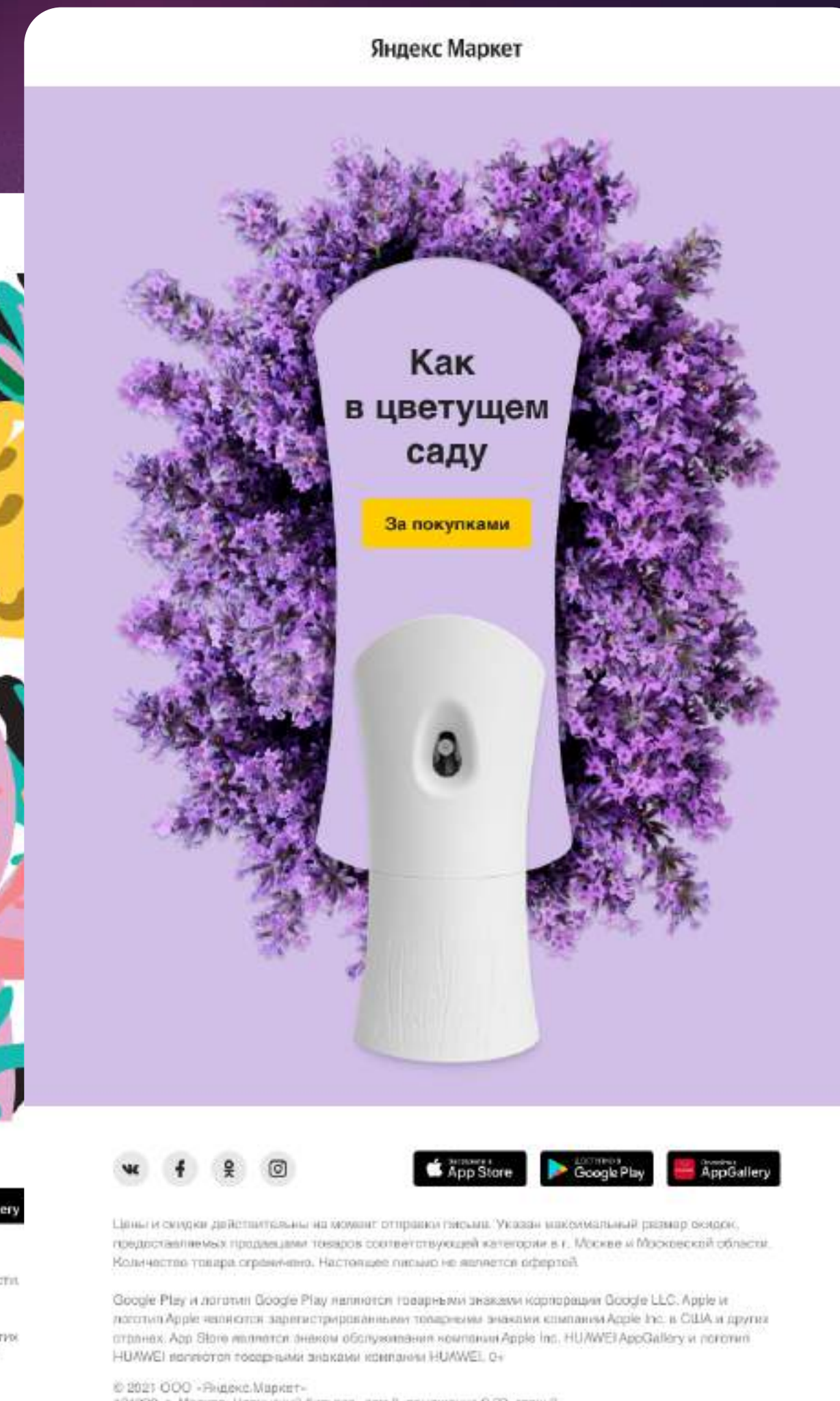
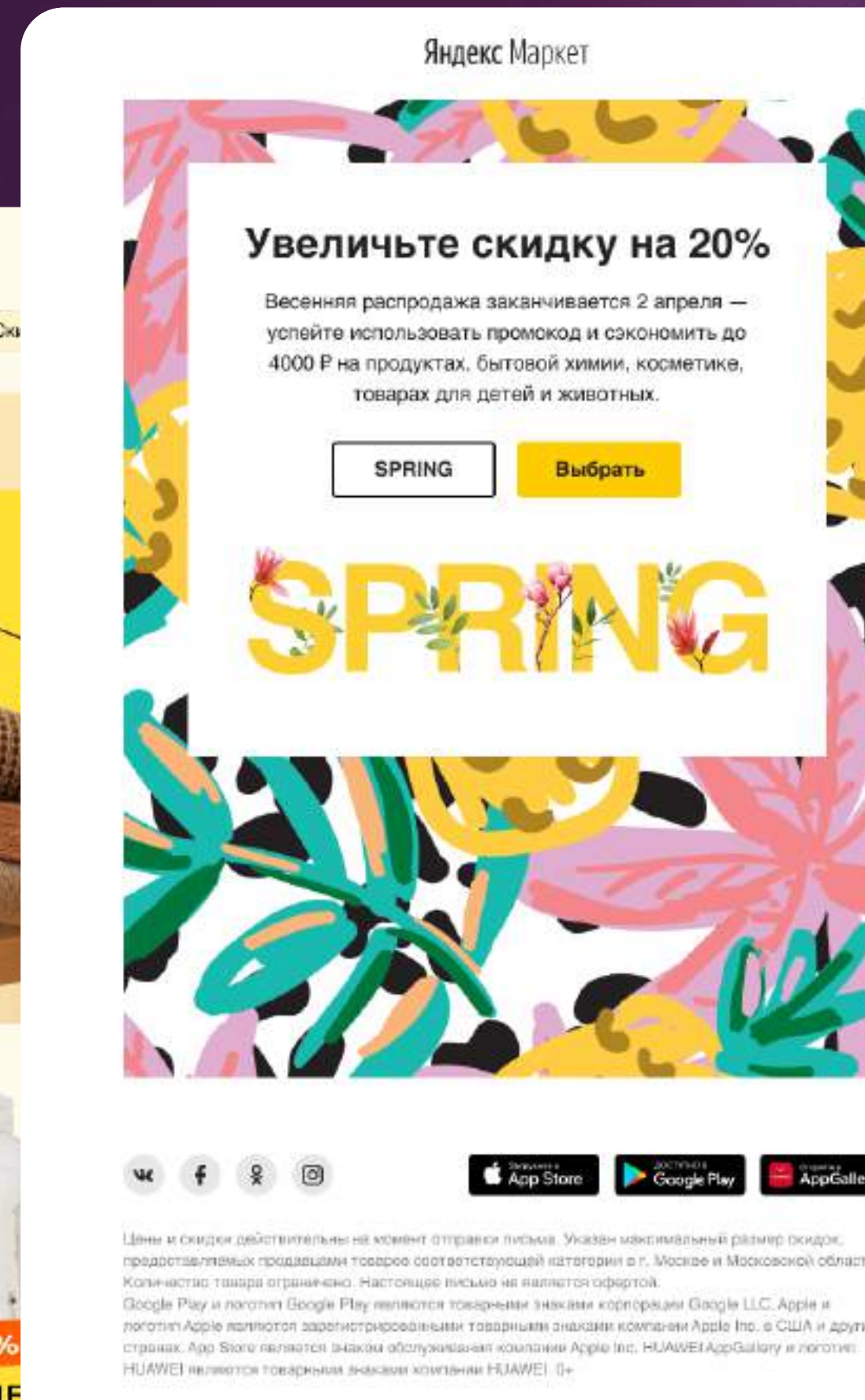
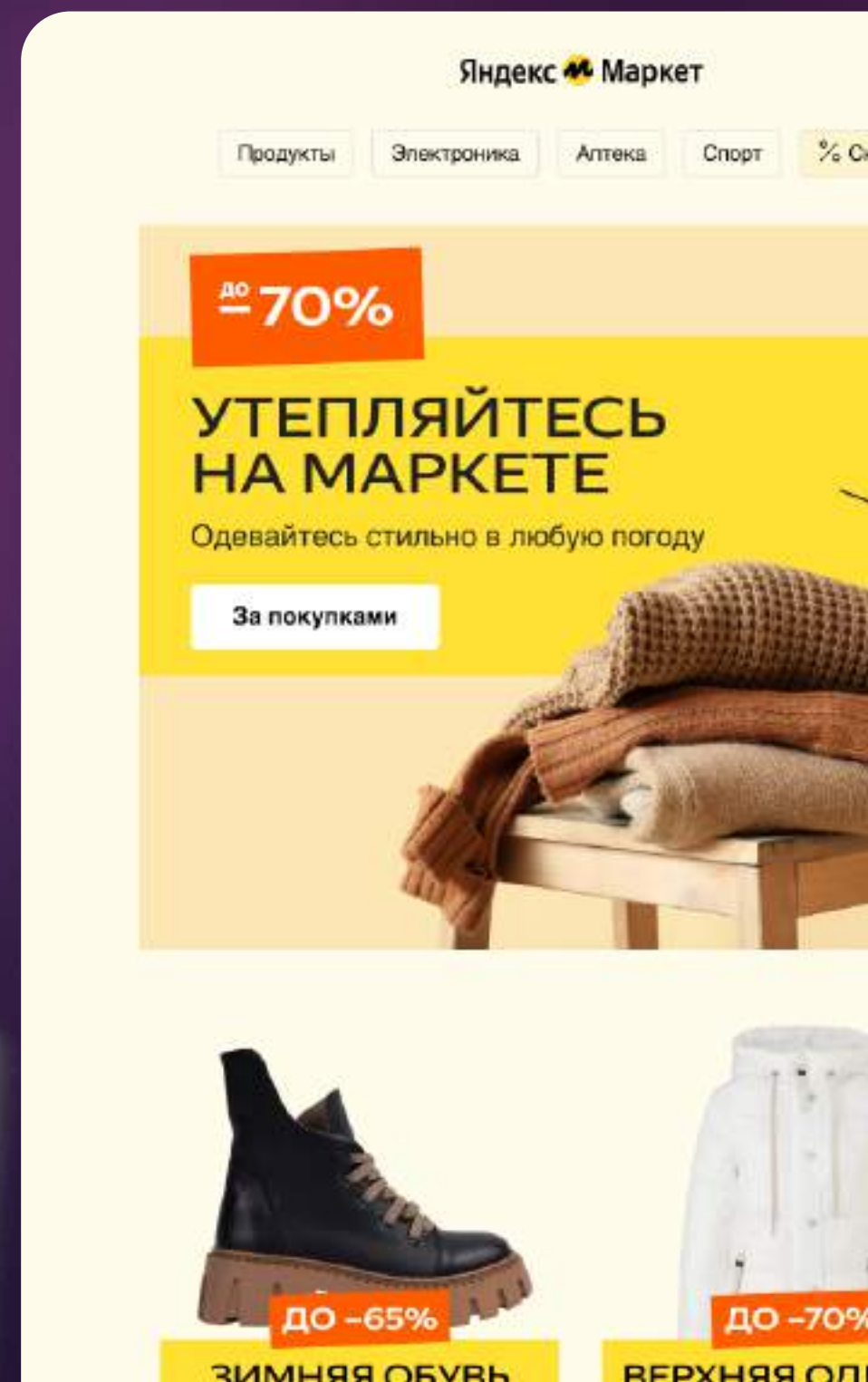
Номинация: ЛУЧШИЙ КОПИРАЙТИНГ



[Смотреть](#)

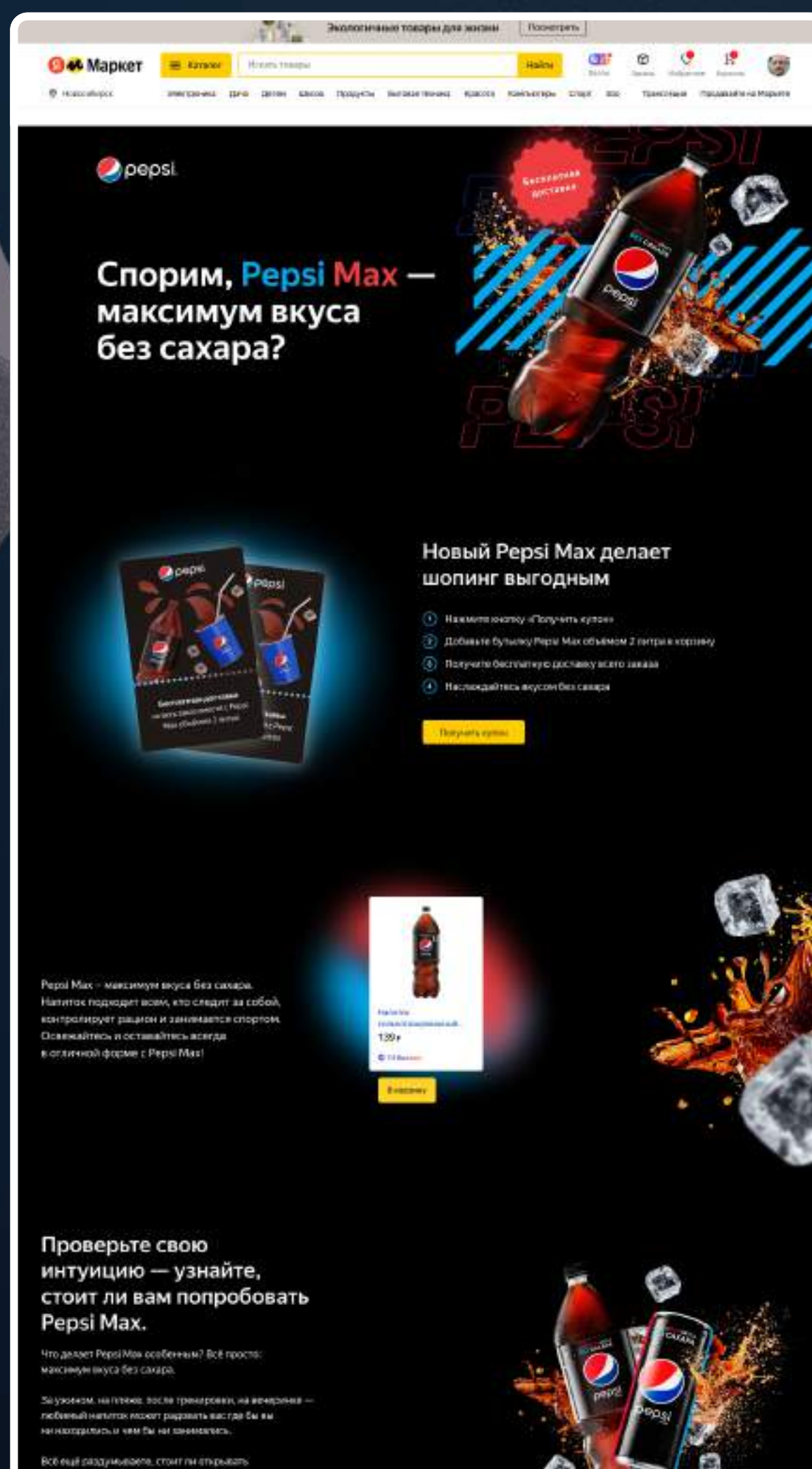
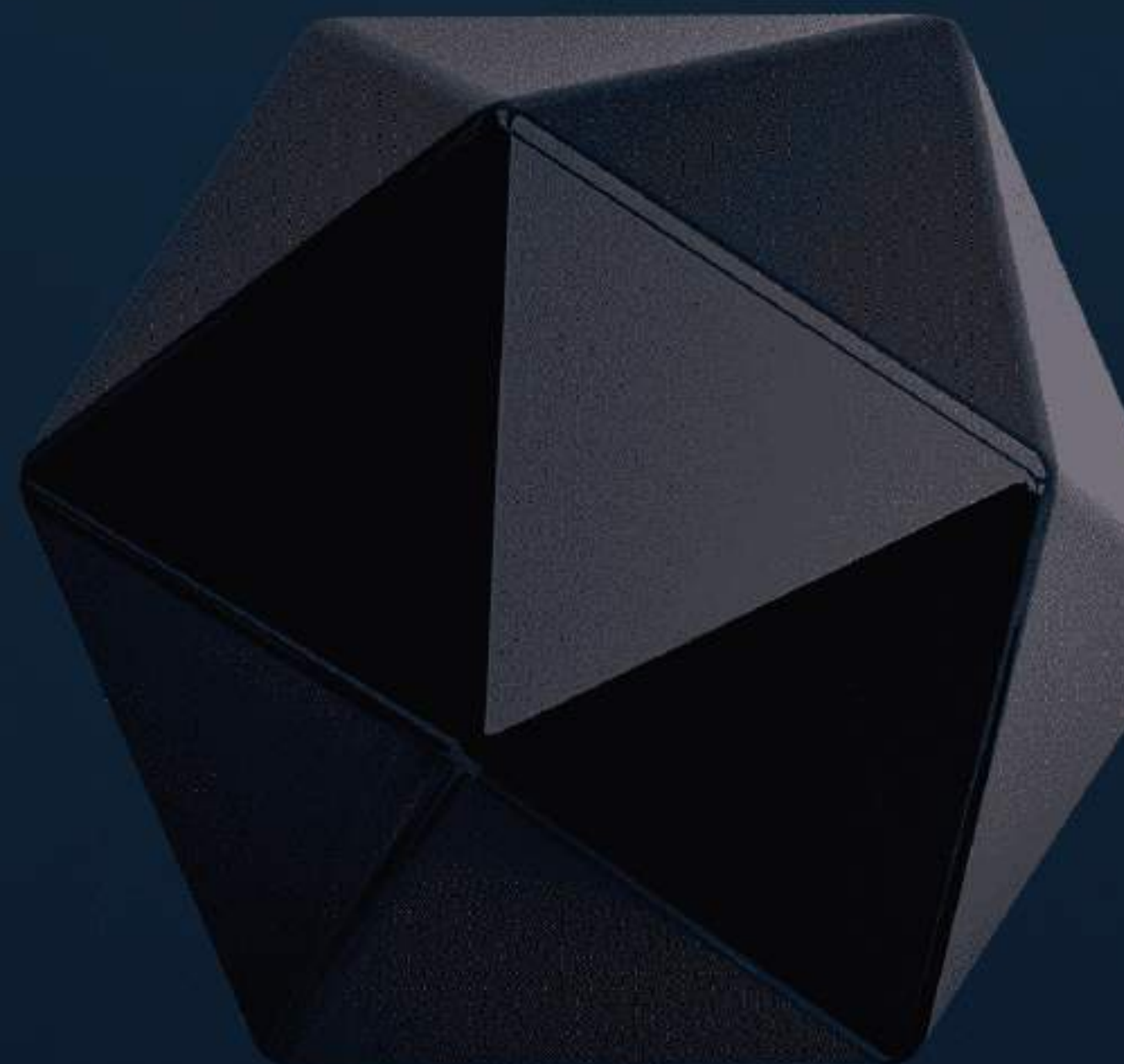


ПРИМЕРЫ МАКЕТОВ ПИСЕМ

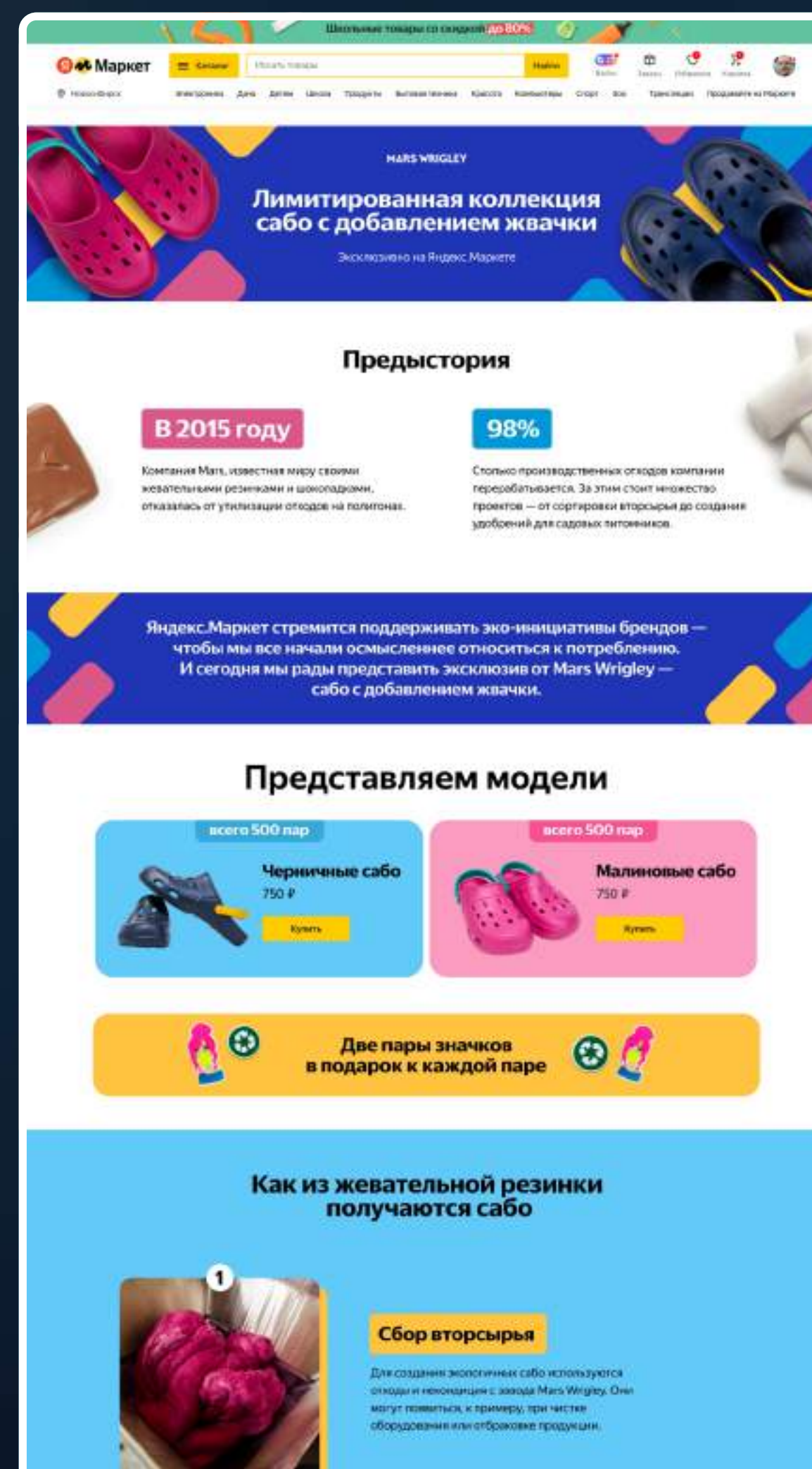




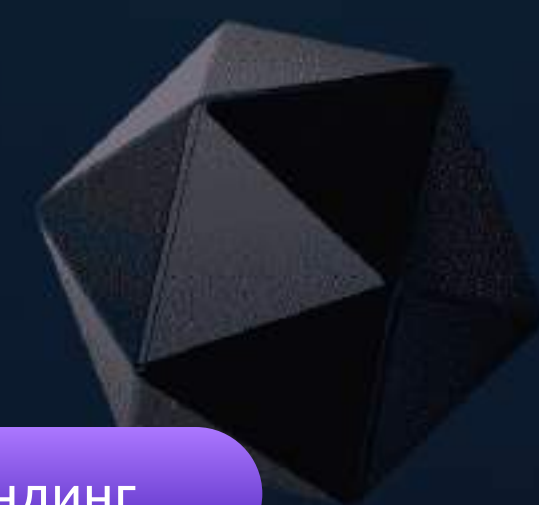
ЛЕНДИНГИ



[Смотреть лендинг](#)



[Смотреть лендинг](#)





РЕЗУЛЬТАТЫ

Разработали **более 2 000** уникальных макетов для email-рассылок и более 3 000 push-уведомления и обновили шаблонные макеты.

Всего **более 4 500** реализованных коммуникаций за три года сотрудничества.

Менее 5% отмены и переноса рассылок благодаря качественному менеджменту.

В 2022 году x2 рост GMV в канале email, x3 рост GMV в канале push-уведомлений по сравнению с 2021 г.

4–5

макетов ежедневно

8–12

пушей ежедневно

10–15 МИН

скорость ответа на запрос клиента

1–2 часа

средняя скорость верстки макета



ЭРКАФАРМ

SEARCH TR\01 03

RS:\011

RS:\021TR \01

RS:\0211 SEARCH\01



CRM-СТРАТЕГИЯ, RFM-АНАЛИЗ И СЕГМЕНТАЦИЯ ДЛЯ ФАРМБРЕНДА

ЗАДАЧИ

- 01 / Настроить и систематизировать работу с email-каналом.
- 02 / Повысить лояльность покупателей и увеличить продажи за счет грамотно выстроенной CRM-стратегии.
- 03 / Разработать омниканальную стратегию с описанием механик взаимодействия с различными сегментами.

РЕШЕНИЯ

01

Провели RFM-анализ и поделили базу на 27 сегментов.

02

Построили CJM и разработали стратегию digest-коммуникации для бренда.

03

Провели конкурентный анализ.

04

Обновили стратегию email-коммуникации с клиентами, нашли баланс между отправками различных цепочек писем.

05

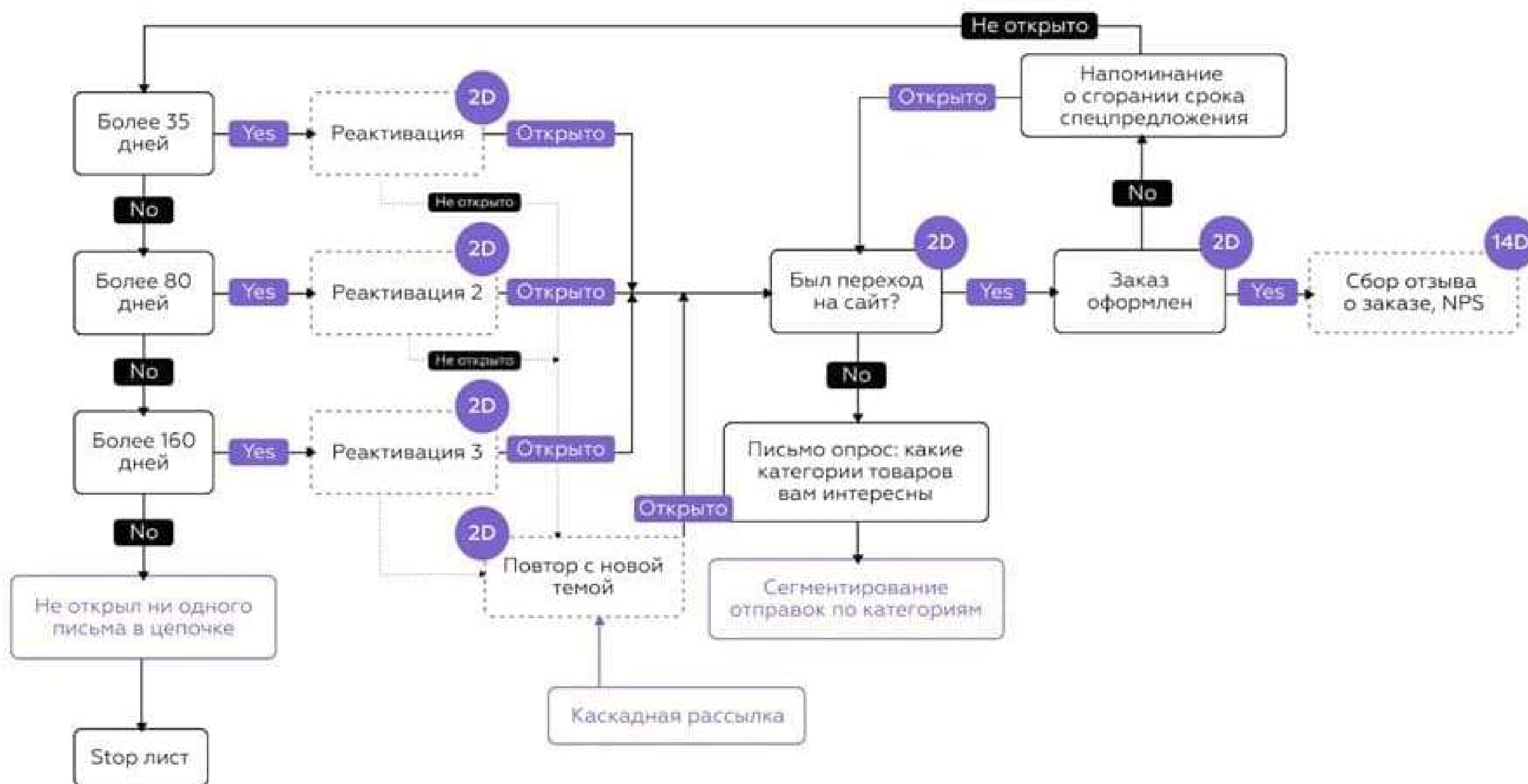
Разработали практические рекомендации для продвижения бренда в digital-пространстве.

06

Разработали тактику пополнения базы подписчиков через онлайн- и офлайн- каналы.



КАРТА КОММУНИКАЦИЙ



При разработке карты были выделены сценарии коммуникаций под каждый сегмент пользователей в зависимости от их активности.

К примеру: для стимуляции к повторной покупке, а также реактивации «спящих» клиентов.



ИТОГИ РАБОТЫ

- ✓ Запустили email-маркетинг для бренда.
- ✓ Создали и настроили триггерные коммуникации.
- ✓ Создали новый уникальный стиль email-рассылок.

KPI по проекту

98%

доставленных писем

DR

55%

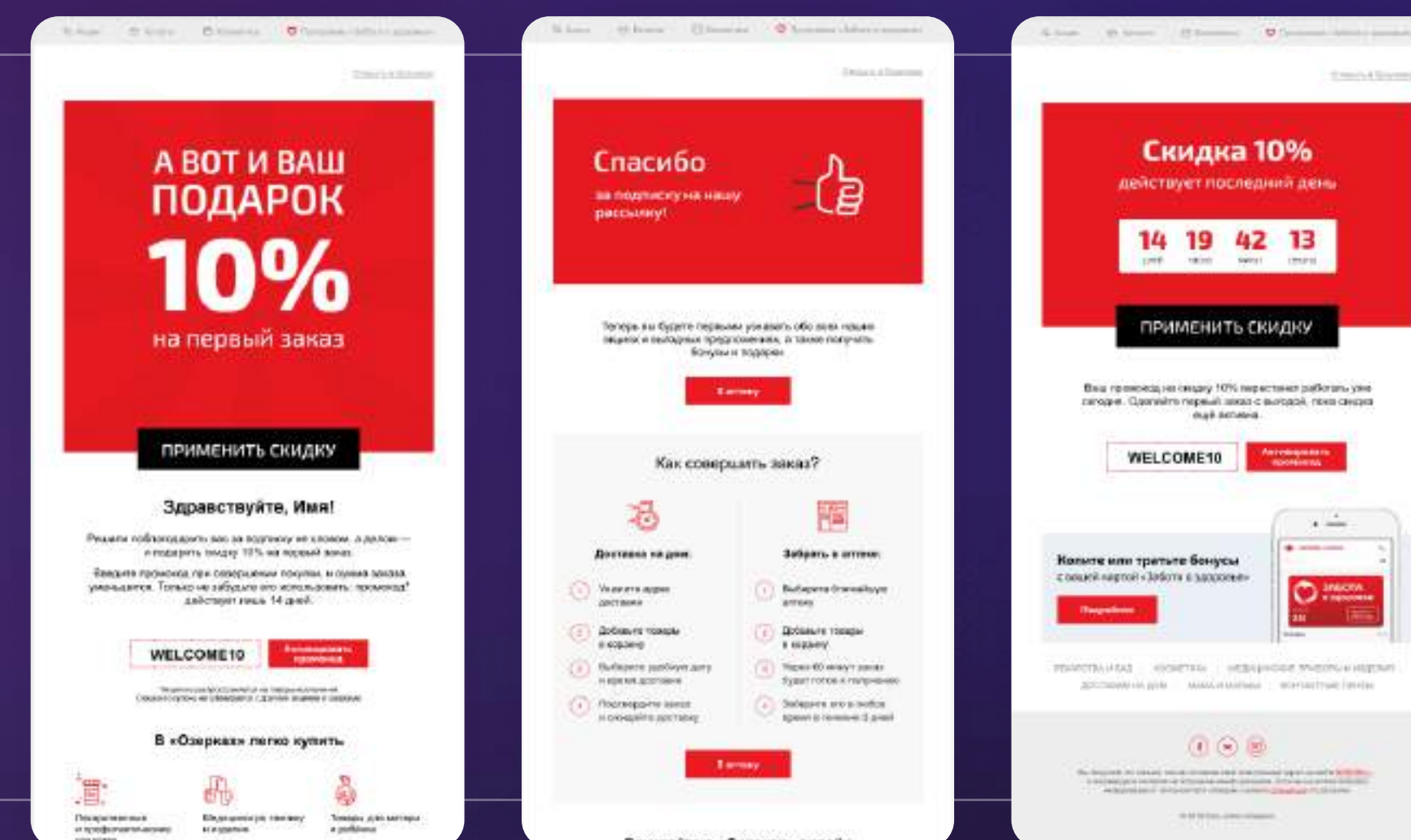
регулярно открывают рассылку

OR

45%

открывших переходят по ссылкам в email

CTOR



Подробнее



BLANC

SEARCH TR\01 03

RS:\011

RS:\021TR \01

2\0511 SEARCH 1150\2



СИТУАЦИЯ НА СТАРТЕ

Весной 2021 года BLANC запускался в тестовом режиме — для того, чтобы открыть счет в банке, предпринимателю нужно было получить приглашение.

На начальном этапе у компании не было работающего решения для такой коммуникации. Чтобы выстроить процесс взаимодействия с базой пользователей, специалисты BLANC обратились в WIM.Agency.

ТОП
BEST PERSONALIZATION
CAMPAIGN
RUMARTECH 2022

ЦЕЛИ ПРОЕКТА



Подбор и интеграция CDP-решения для настройки сценариев коммуникаций



Внедрение решения для цепочки DOI и ее интеграция с мобильным приложением



Настройка коммуникаций по каналам sms, email, WhatsApp, Intercom



Интеграция работы CDP-платформы с бэкендом мобильного приложения банка





РЕШЕНИЕ WIM.AGENCY

ИНТЕГРАЦИЯ EXRONEA

ПОЧЕМУ ВЫБРАЛИ EXRONEA ДЛЯ ЗАДАЧ БАНКА?

- 01 / Одна система для всех каналов коммуникаций (sms, email, push, web)
- 02 / Возможность интеграции с бэкендом приложения и передачи кастомных данных
- 03 / Хранение всех данных о пользователе внутри системы
- 04 / Сбор истории просмотров и посещений
- 05 / Большие возможности персонализации коммуникаций

03 НАСТРОЙКА УПРАВЛЕНИЯ
ПОДПИСКАМИ

02 ПРОРАБОТКА ЛОГИКИ
СОБЫТИЙ

01 ИНТЕГРАЦИЯ ПО API
С БЭКЕНДОМ ПРИЛОЖЕНИЯ

Как это сделано

04 ИНТЕГРАЦИЯ EXRONEA
И ТРАНСПОРТА SMS

05 ИНТЕГРАЦИЯ С SENDSAY
ДЛЯ ОТПРАВКИ EMAIL
И НАСТРОЙКА ПОСТМАСТЕРОВ

06 НАСТРОЙКА ТАРГЕТА
И АУДИТОРИЙ FACEBOOK



РЕЗУЛЬТАТЫ

Внедренное решение помогает клиенту осуществлять основные коммуникации с пользователем — напоминать о встречах с менеджером банка, уведомлять об открытии счета и основных действиях по счету.



ИНТЕГРИРОВАЛИ ПЛАТФОРМУ
EXRONEA ЗА КОРОТКИЕ СРОКИ
И С ОГРАНИЧЕННЫМ БЮДЖЕТОМ



ПРОВЕЛИ ОБУЧЕНИЕ
СПЕЦИАЛИСТОВ BLANC РАБОТЕ
С ПЛАТФОРМОЙ EXRONEA



НАСТРОИЛИ КАНАЛЫ SMS
И EMAIL, ОФИЦИАЛЬНО
ПОДКЛЮЧИЛИ WHATSAPP BUSINESS
И КАСТОМНО ИНТЕГРИРОВАЛИ
INTERCOM



ЗАПУСТИЛИ
СЦЕНАРИЙ DOI

2 месяца

СРОК ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТ
ПО ИНТЕГРАЦИИ

6 000

ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ С
ПОДТВЕРЖДЕННЫМ EMAIL

≈ 500

ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПОЛУЧАЮТ
СООБЩЕНИЯ INTERCOM
ЕЖЕДНЕВНО

≈ 3 000

ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПОЛУЧАЮТ
СООБЩЕНИЯ WHATSAPP
ЕЖЕДНЕВНО



SEARCH\TR\01\03

АЗБУКА ВКУСА

RS:\011

RS:\021TR \01

SEARCH\011\03



РАЗРАБОТАЛИ ОМНИКАНАЛЬНУЮ СТРАТЕГИЮ

1 Провели
RFM-анализ

2 Выявили
целевые группы

3 Сделали карту
коммуникаций

+52%

общий доход

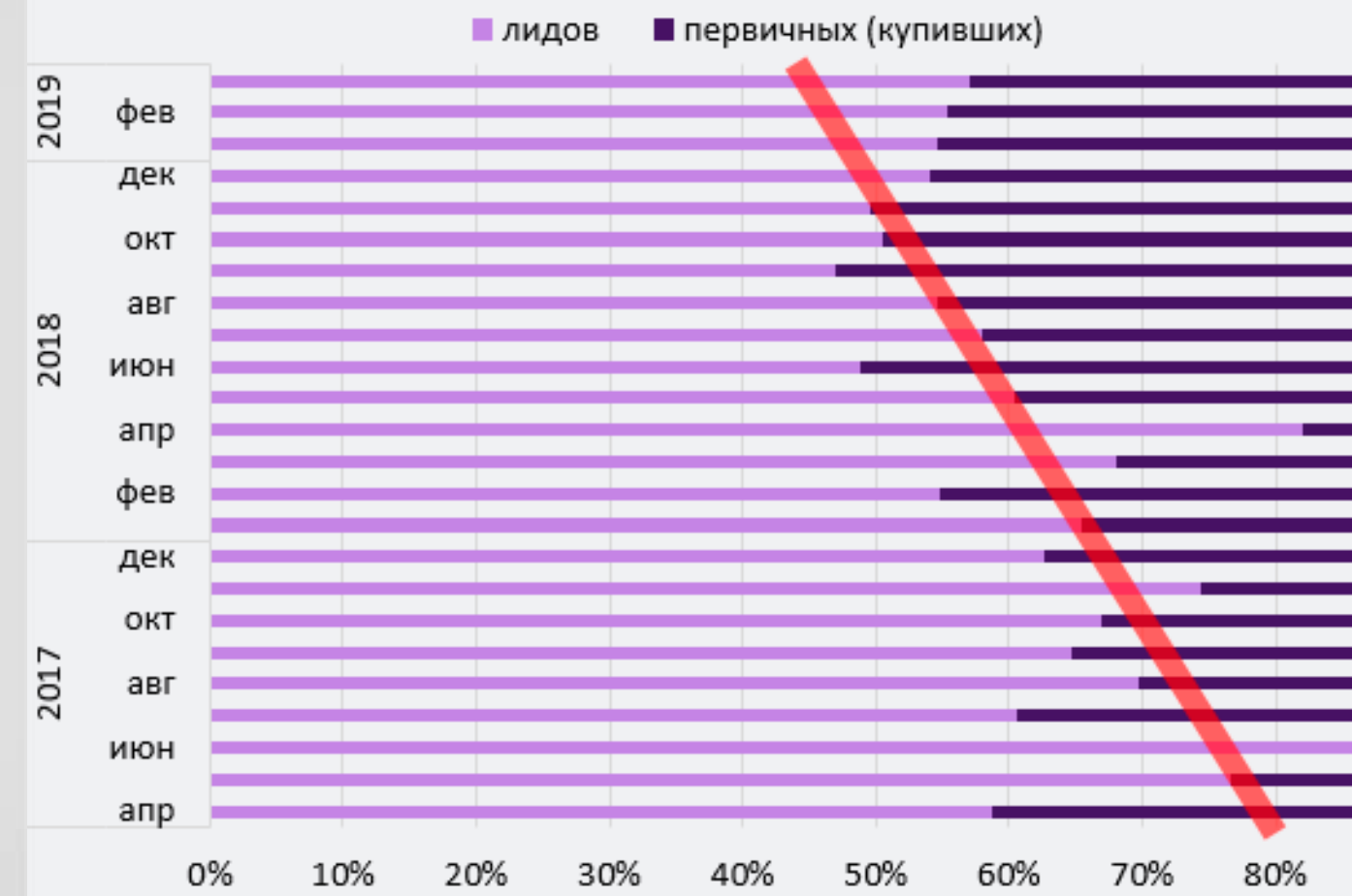
+66%

заказов

+16%

доля первичных
покупателей

Распределение новичков: на лидов и купивших



Количество лидов и первичных клиентов





СДЕЛАЛИ РЕДИЗАЙН ПИСЕМ

ТРИГГЕР

БРОШЕННАЯ КОРЗИНА

38%

OPEN RATE

23%

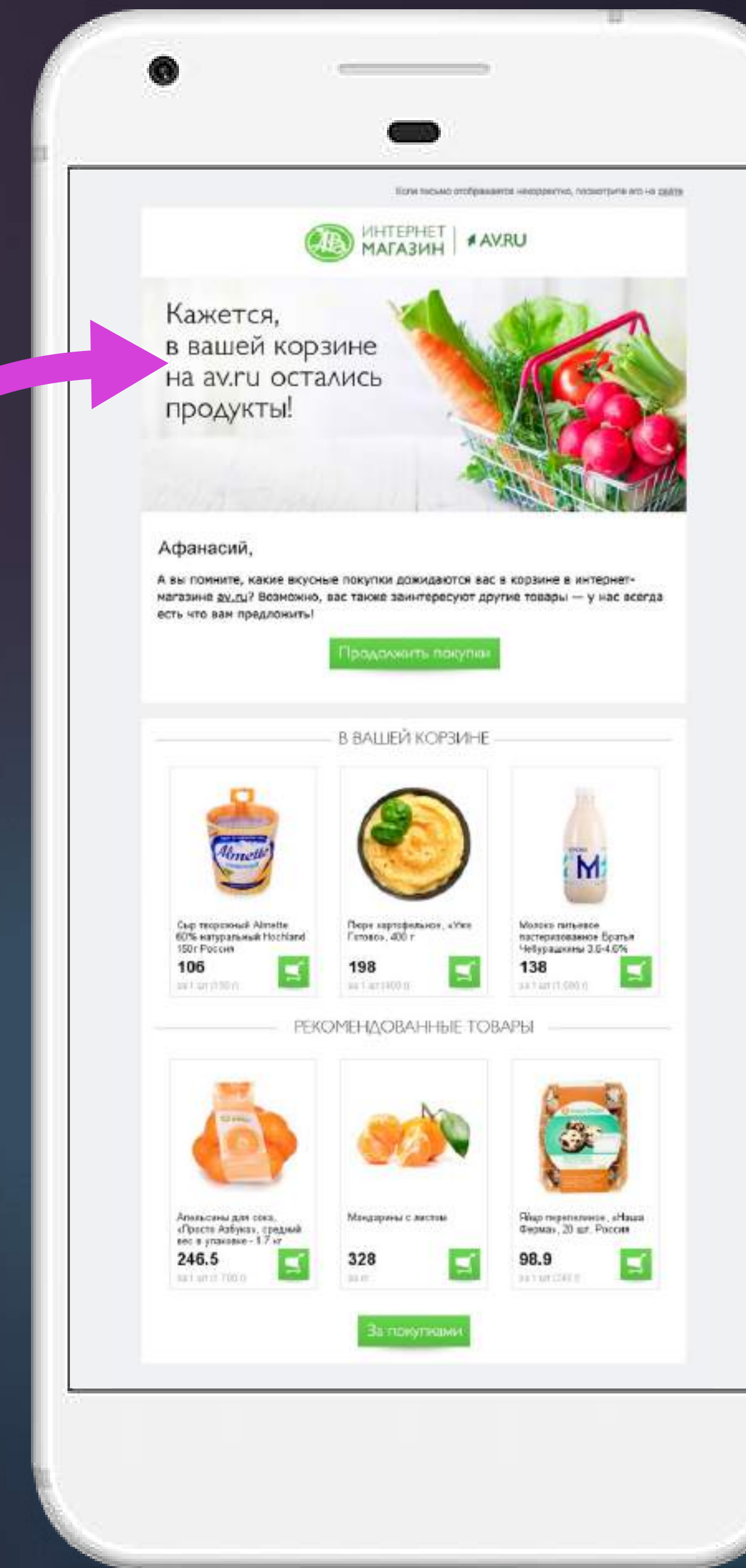
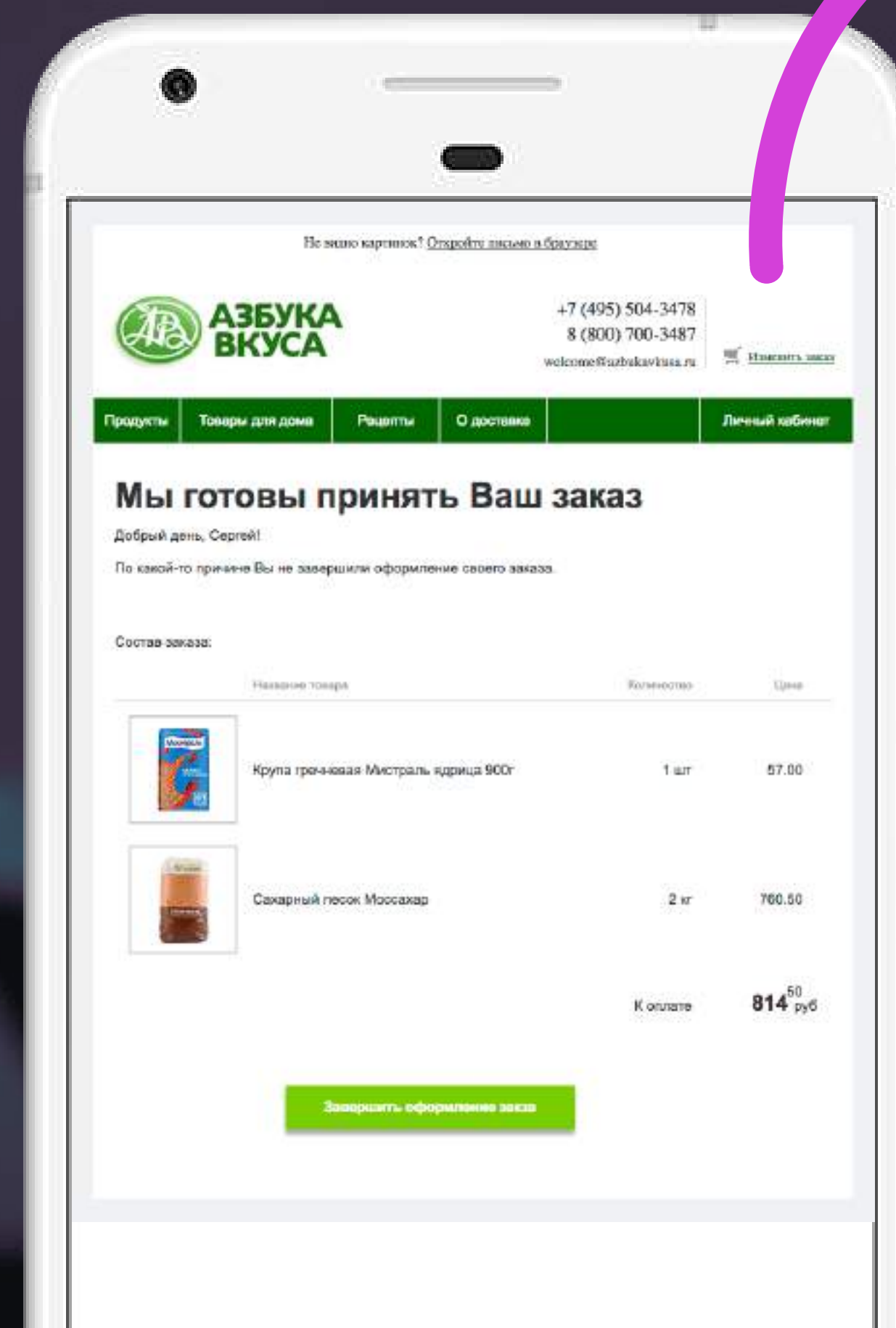
CONVERSION RATE

27%

БЫЛО

13%

БЫЛО





НАСТРОИЛИ ТРИГГЕРЫ

ДАННЫЕ ЗА 2018 ГОД

ОБЩИЙ РЕЗУЛЬТАТ ОТ EMAIL-КАНАЛА

29%

OR

12%

OCR

21%

БЫЛО

8%

БЫЛО

МАССОВЫЕ РАССЫЛКИ

WELCOME-СЕРИЯ

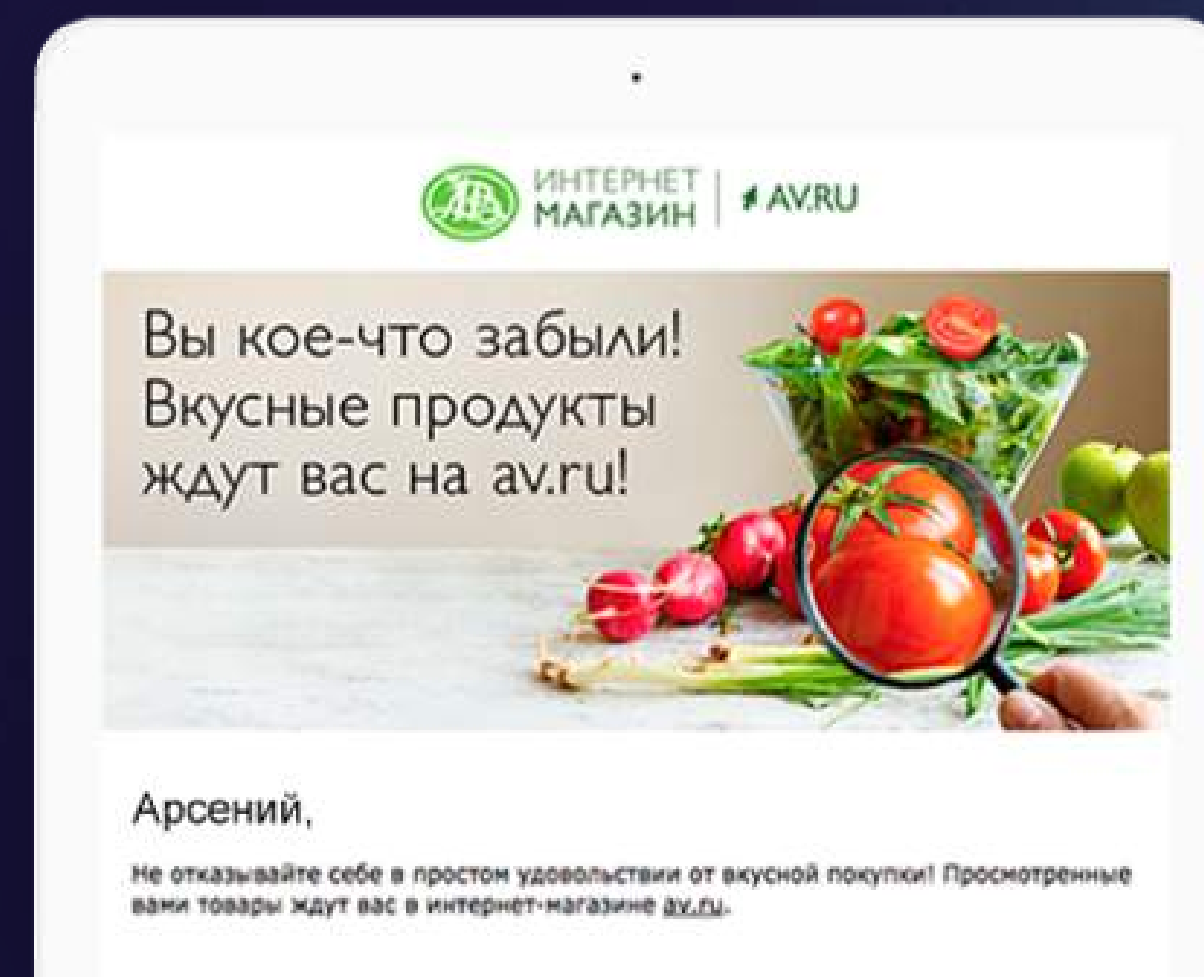
ТОВАРЫ В НАЛИЧИИ

ПОВТОР КОРЗИНЫ

КАТЕГОРИЙНЫЕ
РАССЫЛКИ ПО ИНТЕРЕСАМ

BIRTHDAY-СЕРИЯ

БРОШЕННЫЙ ПРОСМОТР





М.ВИДЕО

SEARCH TR\01 03

RS:\011

RS:\021TR \01

2\0511 SEARCH 1150\2



ЭТАПЫ РАБОТЫ

1



Создание триггерных и транзакционных сообщений с персонализацией

2



Создание регулярных рассылок: дайджестов, контентных, событийных и продуктовых

3



Настройка push-канала и отправка кампаний по различным сегментам пользователей

4



Создание геймификаций для увеличения ER и привлечения новых клиентов.

5



Реализация стратегии коммуникаций и помощь клиенту при внедрении новых типов коммуникаций.

6

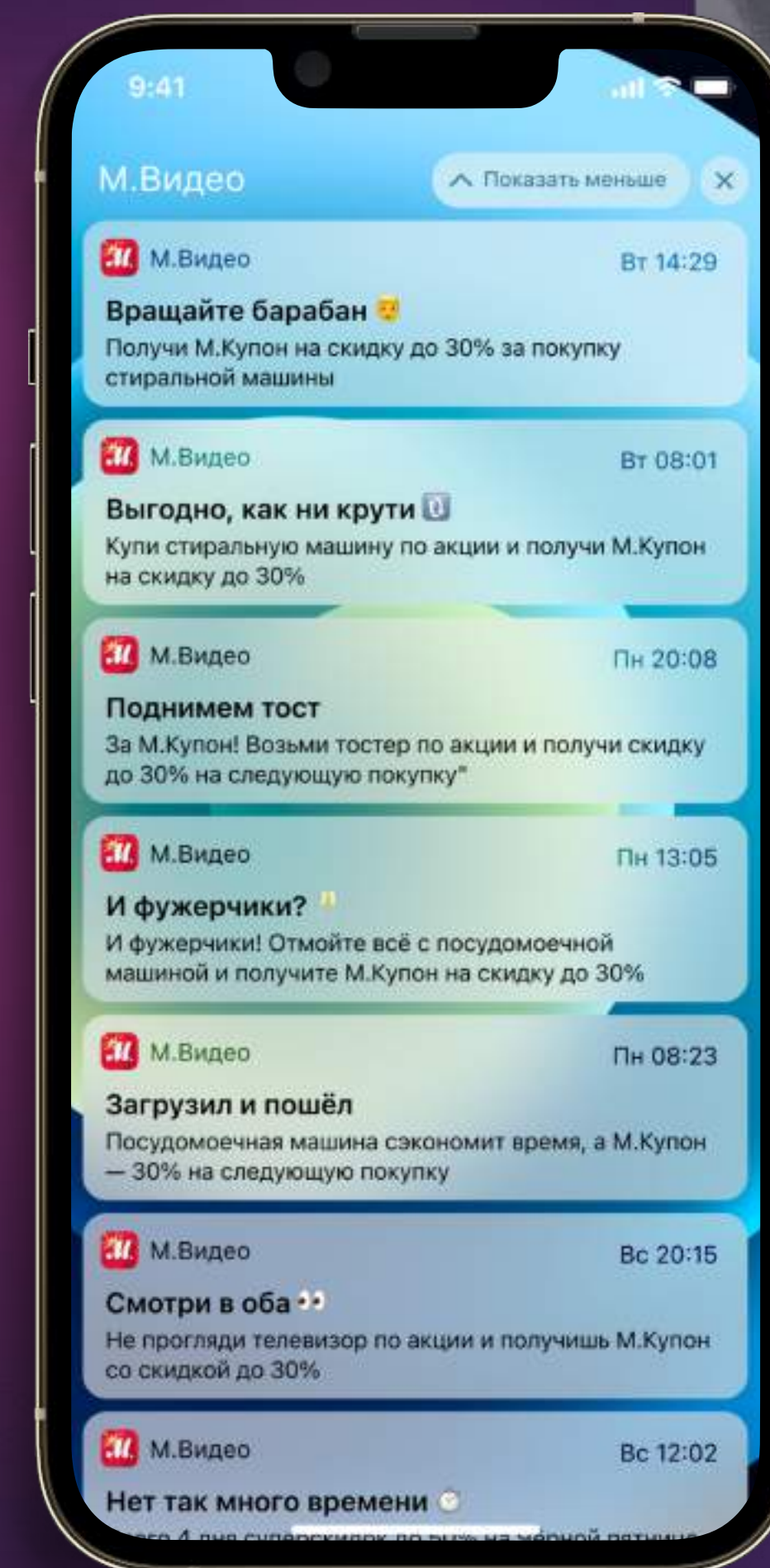
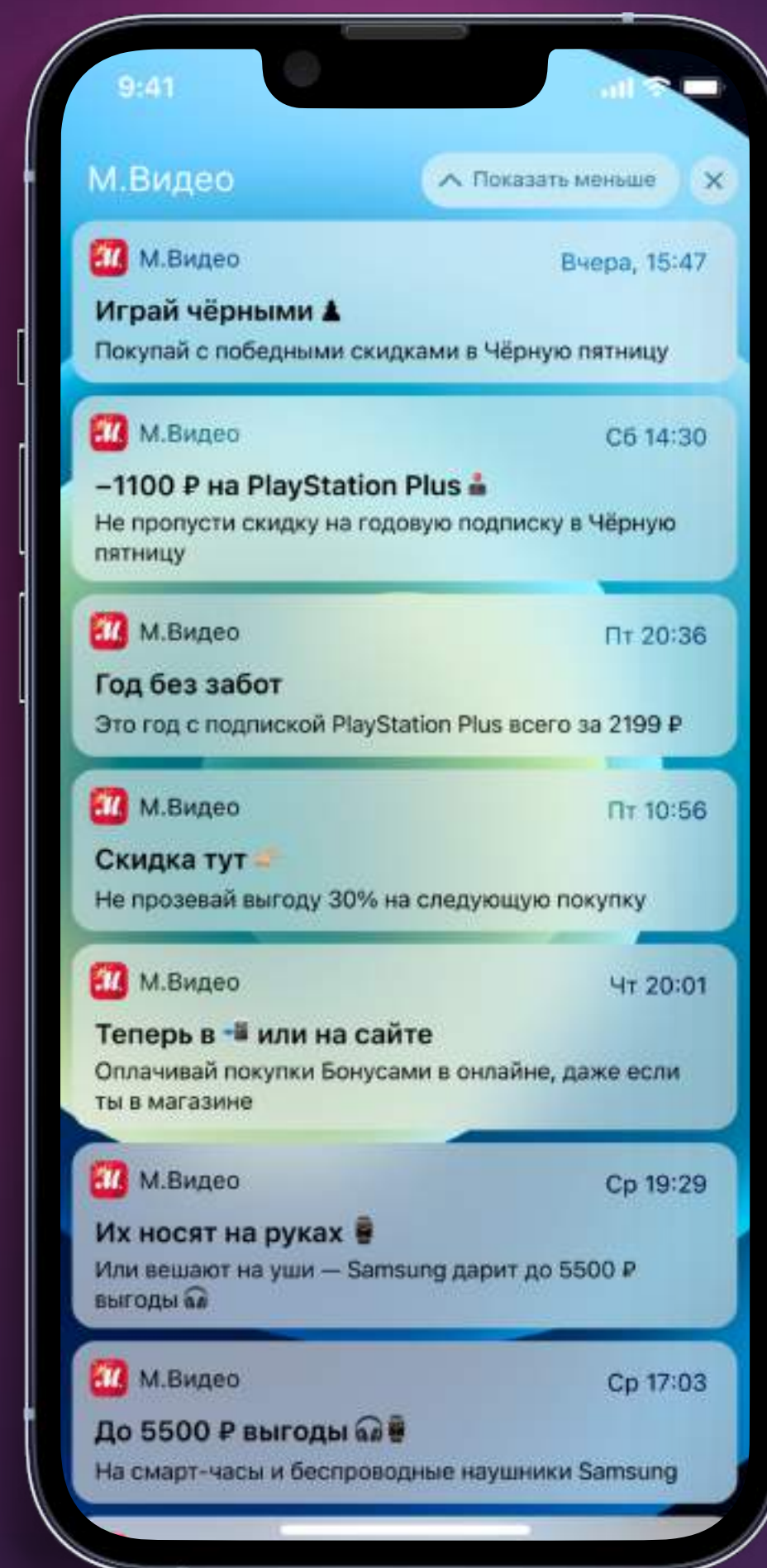


Комплексное ведение CRM-маркетинга бренда и реализация креативных идей.



ПРИМЕРЫ PUSH- УВЕДОМЛЕНИЙ

- Информативные
- Мотивационные
- Продающие
- Плановые





РАССЫЛКИ В РЕЖИМЕ НОН-СТОП

30%

увеличилась
выручка с канала

10 мин

скорость ответа
на запрос клиента

3-4

макета создается
ежедневно

2 часа

скорость верстки



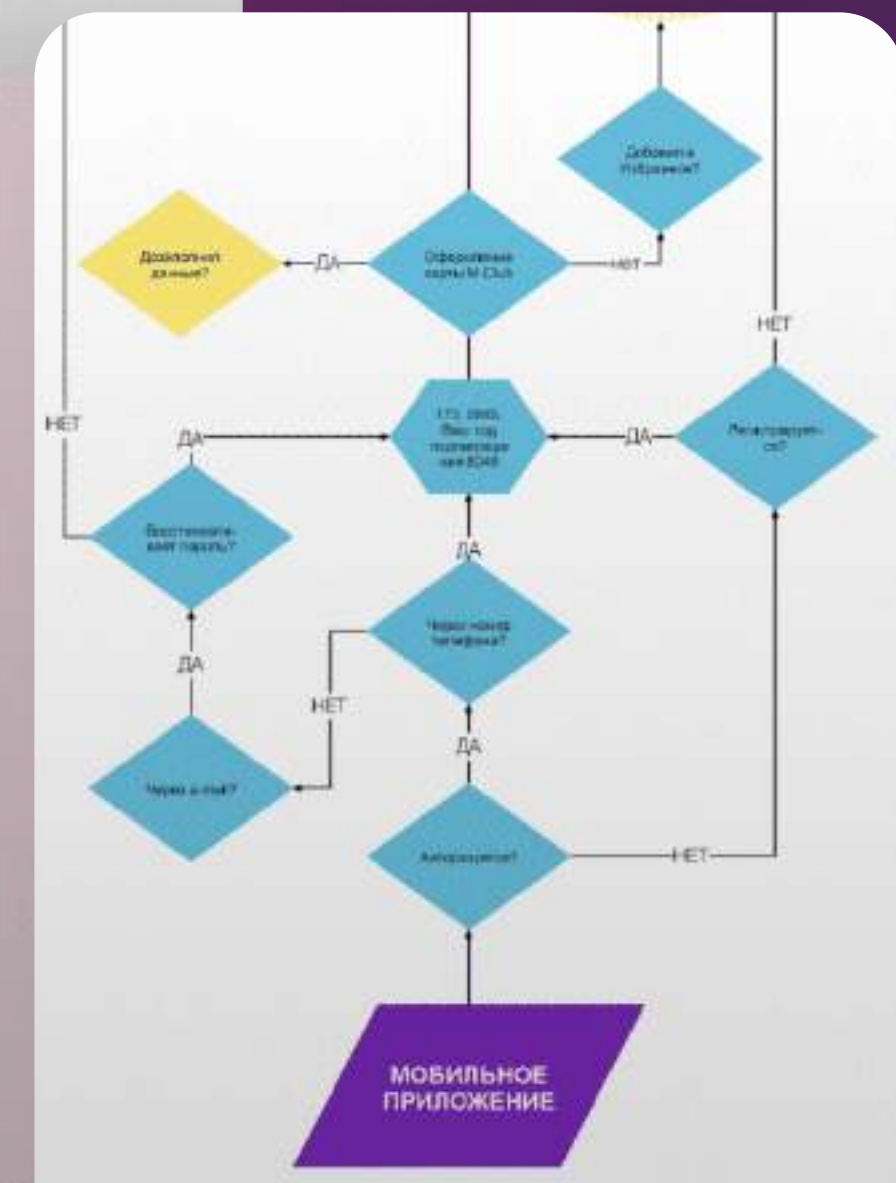
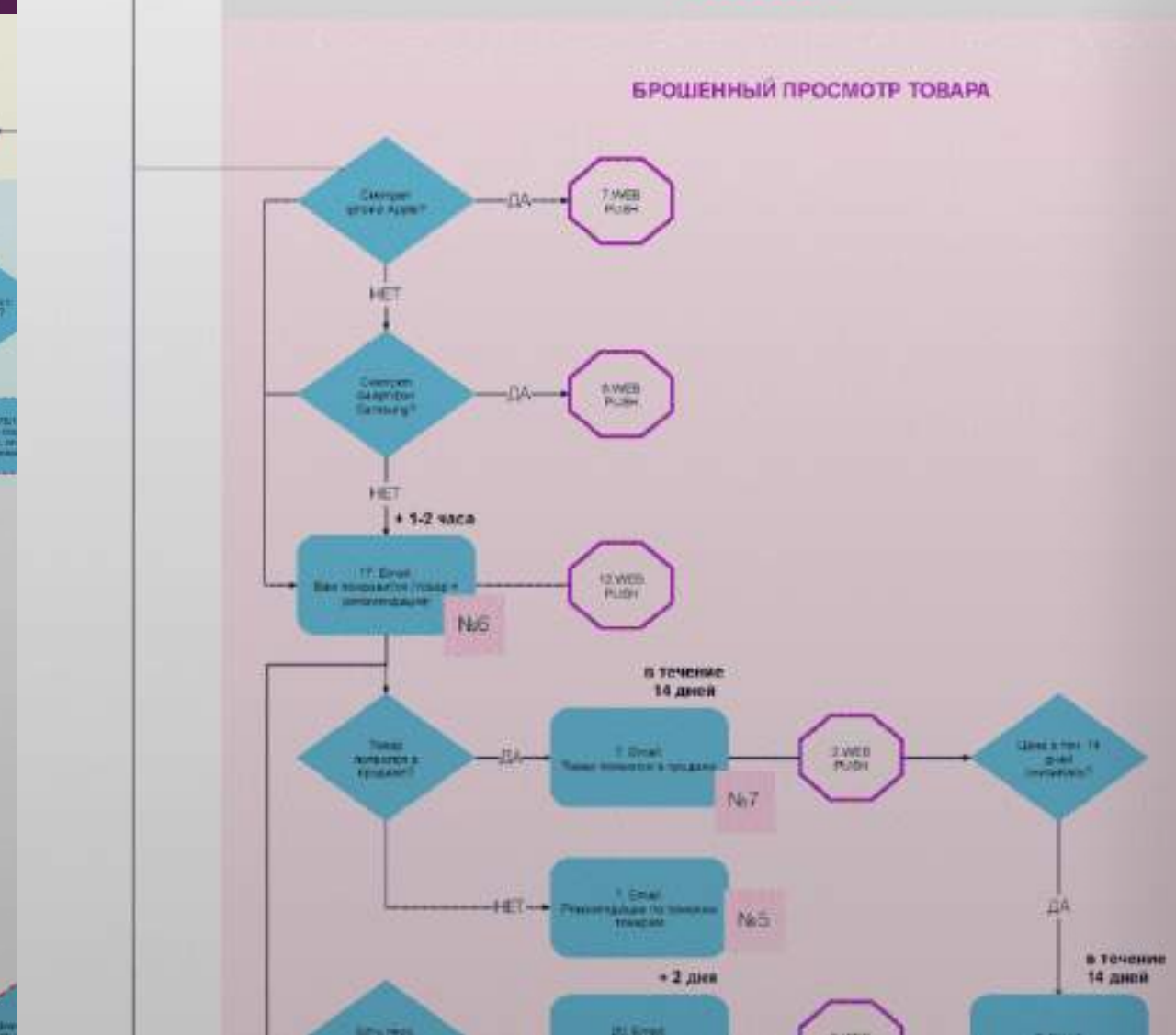
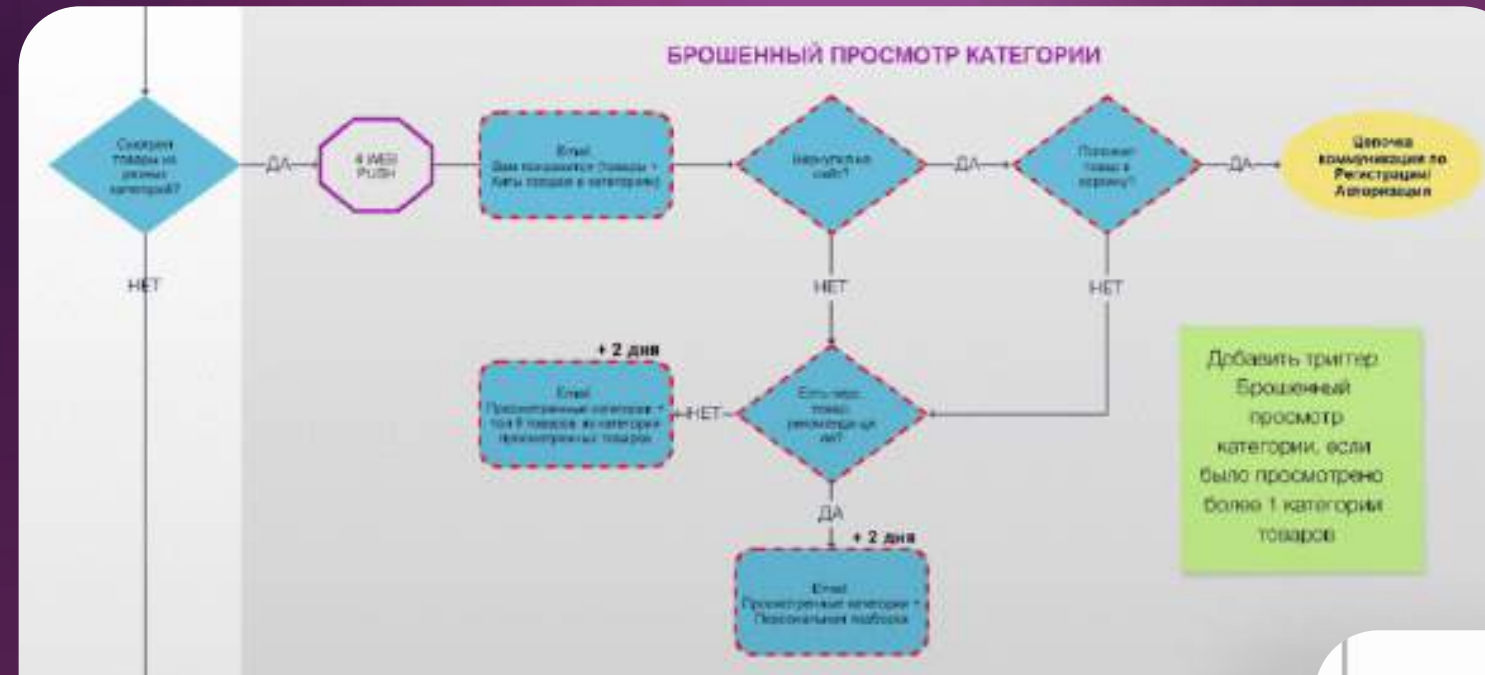
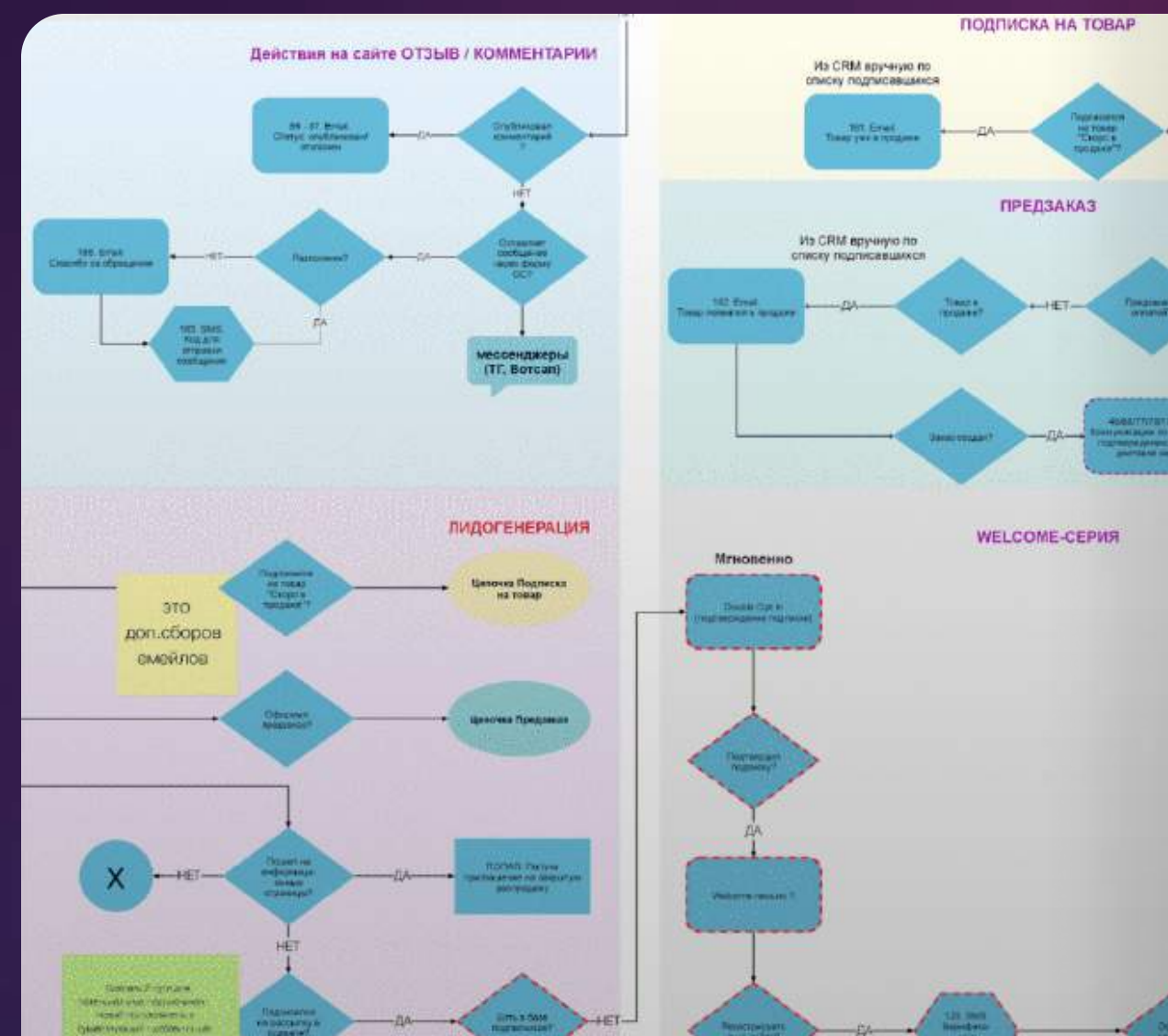


КАРТА КОММУНИКАЦИЙ

На карте коммуникаций отражены все сервисы, услуги и постоянные предложения для различных типов клиентов М.Видео.

Указаны все точки входа клиента в компанию, сценарии его взаимодействия с М.Видео и digest-каналы, используемые в компании.

Карта коммуникаций учитывает приоритетность срабатывания триггеров согласно коммуникационной Политике компании.



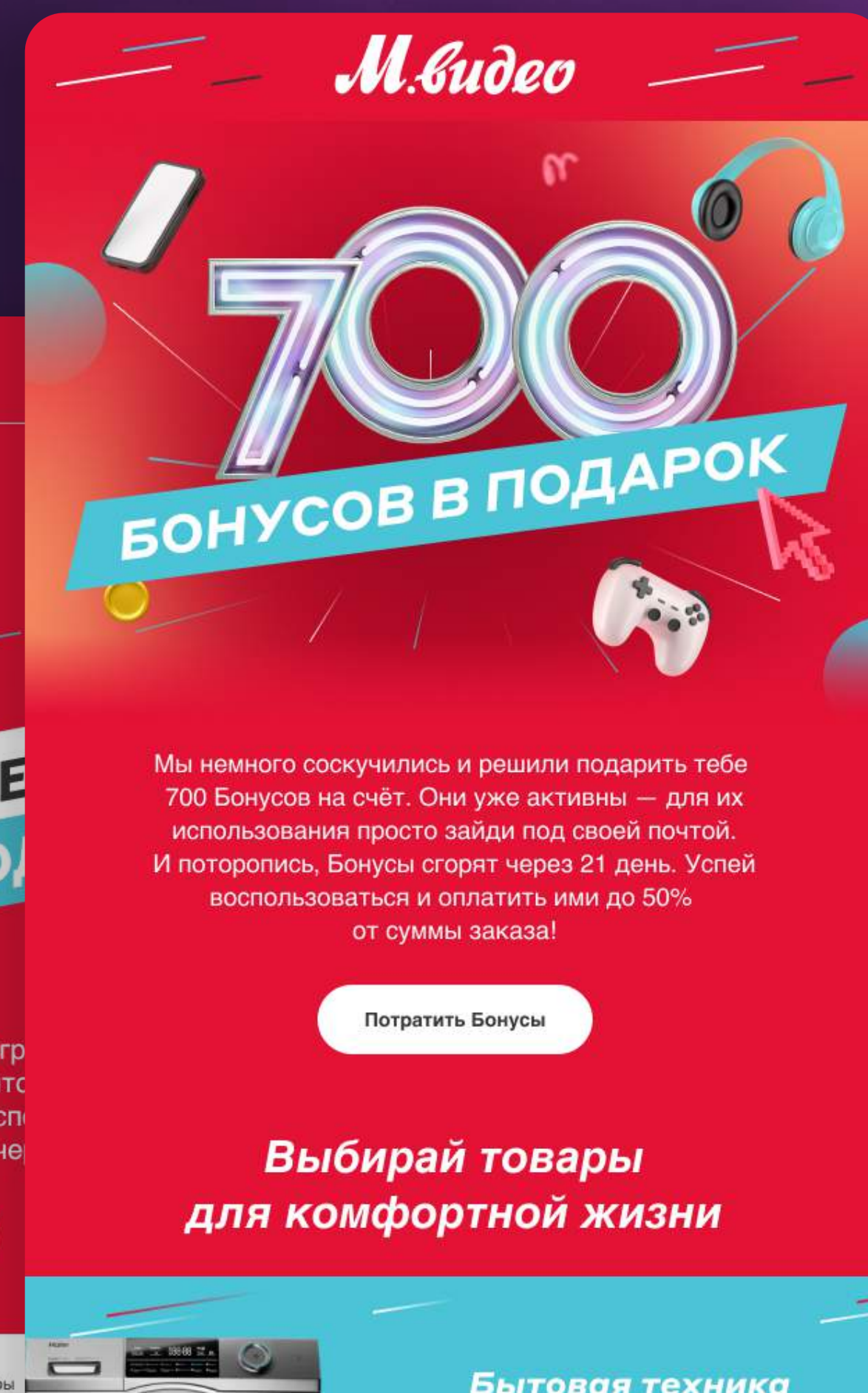
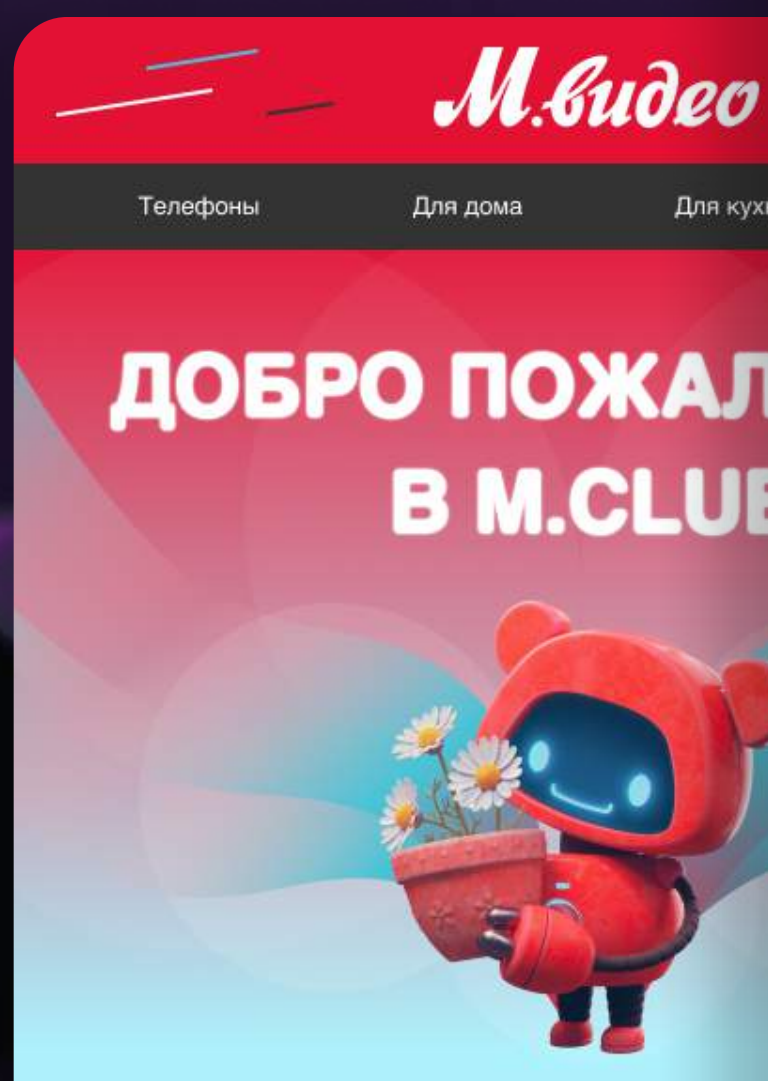


ТРИГГЕРНЫЕ СЦЕНАРИИ КОММУНИКАЦИИ

РЕАЛИЗОВАЛИ 10 ТРИГГЕРНЫХ СЦЕНАРИЕВ И ПЛАНИРУЕМ РАСШИРЕНИЕ:

- Регистрация в программе лояльности
- Выписка по бонусному счету
- Сгорание бонусов
- Рекомендация аксессуаров к прошлому заказу
- Next Best Offer
- Запрос отзыва к прошлой покупке
- Удержание оттока
- Брошенная корзина
- Брошенный просмотр категорий
- Брошенный просмотр товара

3 дня
среднее время
на запуск сценария





Мини-игры для брендов,
созданные и запущенные WIM.Agency

ГЕЙМИФИКАЦИИ

Все представленные ниже
игры доступны по ссылкам





25 ЛЕТ НА ПЕРЕКРЁСТКЕ



Цель игры

- Привлечь новые лиды
- Привести покупателей в офлайн-магазин

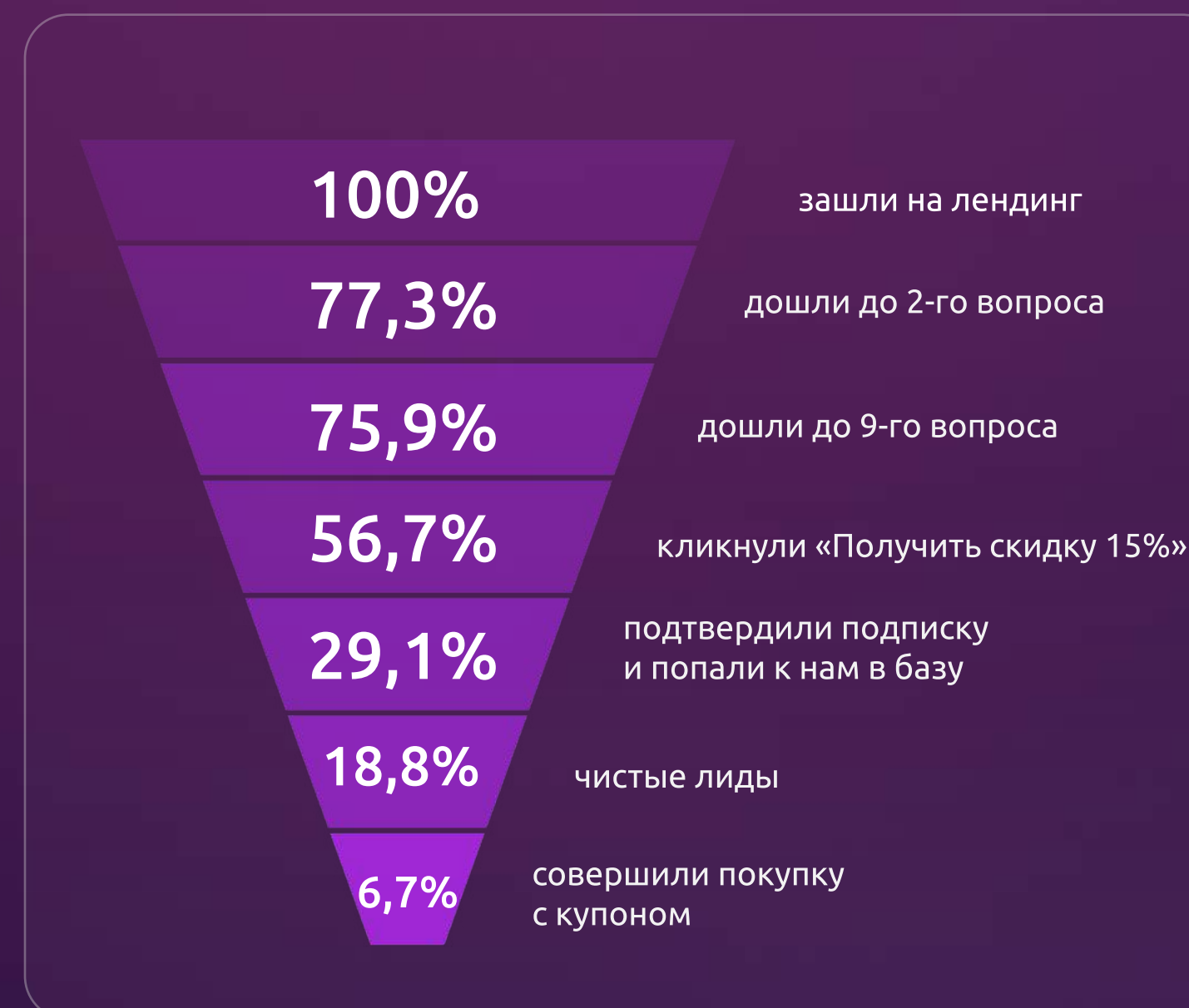
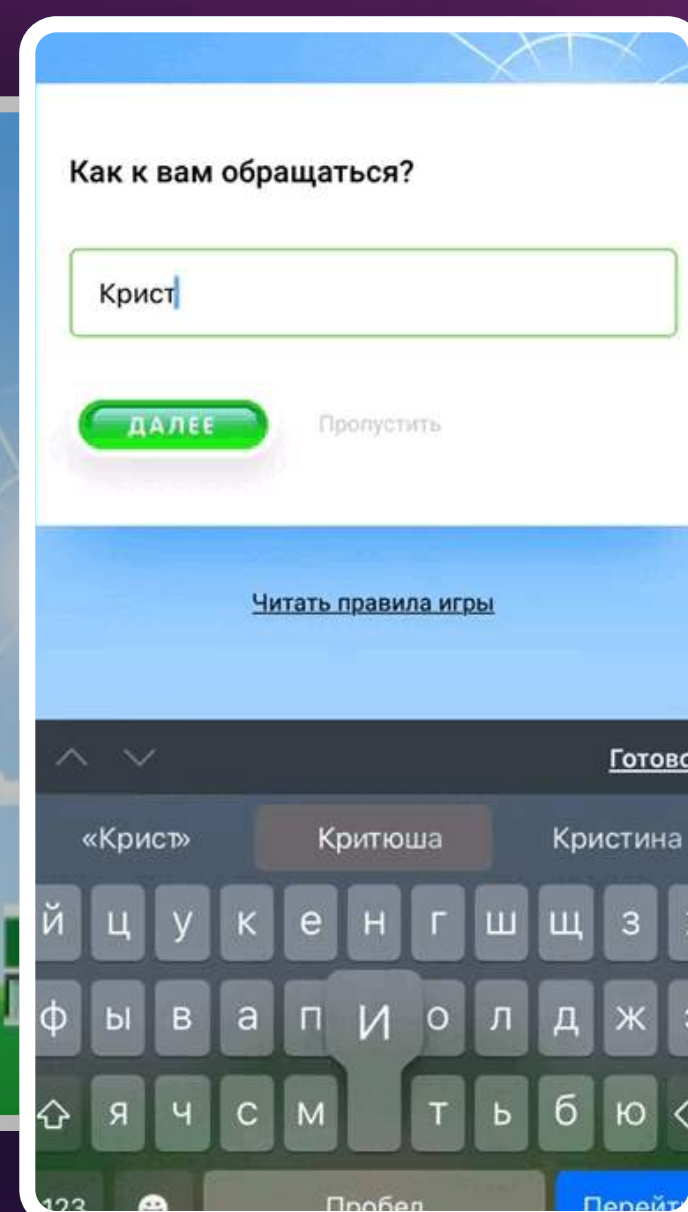
Механика

«Квиз-тест». Ответить на все вопросы и узнать о себе забавный факт.

Продолжительность игры

До 10 минут

[Играть](#)



СТОИМОСТЬ РАЗРАБОТКИ И ЗАПУСКА АНАЛОГИЧНЫХ ИГРОВЫХ МЕХАНИК:
ОТ 250 ТЫС. РУБ.

СРОК РЕАЛИЗАЦИИ:
2 НЕДЕЛИ

[Смотреть кейс](#)



СКОРО НОВЫЙ ГОД

Цель игры

- Повысить узнаваемость Семейного Клуба «Перекрёстка»
- Увеличить лояльность аудитории Клуба

Механика

«Поиск предметов». В 4 разных локациях найти предметы для подготовки к празднику.

Продолжительность игры

До 5 минут

[Играть](#)



100%

зашли на страницу

51%

начали играть

47,5%

дошли до 2-го уровня

31,9%

прошли все уровни

24,6%

оставили почту

7%

совершили покупку с купоном 40%

10%

совершили покупку с купоном 60%

60,6%

совершили покупку с купоном 80%

**СТОИМОСТЬ РАЗРАБОТКИ И ЗАПУСКА АНАЛОГИЧНЫХ ИГРОВЫХ МЕХАНИК:
ОТ 650 ТЫС. РУБ.**

**СРОК РЕАЛИЗАЦИИ:
2 МЕСЯЦА**

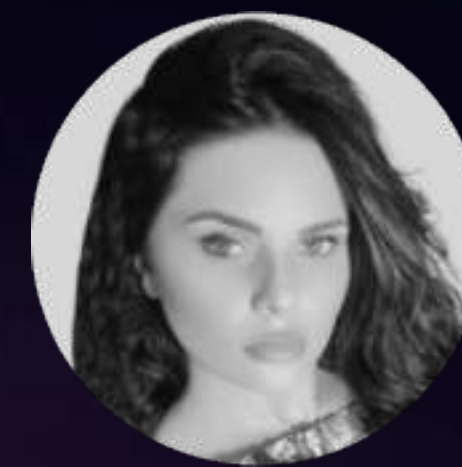


ПОРАБОТАЕМ ВМЕСТЕ?



АЛЕКСАНДР АЛЕКСАНДРОВ

Chief Executive Officer
email: aa@wim.agency



КРИСТИНА КОЖЕВНИКОВА

Business development manager
email: k.kozhevnikova@wim.agency

hi@wim.agency

БОЛЬШЕ КЕЙСОВ [В НАШЕМ БЛОГЕ](#)

