

CASE
FARM.

Como o SMS segmentado da Dito influenciou 35% da receita das lojas físicas da Farm no mês dos namorados 2018.

Desafios

- ✓ Resgatar clientes que não interagiram em maio 2018;
- ✓ Vender mais no dia dos namorados;
- ✓ Liquidar o estoque após dia dos namorados e final de Junho.

Solução

Ações promocionais por SMS com disparos segmentados para direcionar a ação e aumentar a conversão.

Estratégias



Segmentação: otimize o investimento em SMS

1. Compradores recentes, engajados (última quinzena, que abriram notificação em maio);
2. Compradores dos últimos 12 meses, sem compra ou interação com a marca em maio.



Direcione a conversão para os seus canais de vendas

Com o SMS segmentado da Dito, a Farm direciona os clientes para comprar também nas lojas físicas.



Resultados do SMS

Campanhas
Total de 5.

Conversão:
Receberam SMS e compraram em até 7 dias.

590.656

NÚMERO DE DISPAROS

499.277

CLIENTES IMPACTADOS

INFLUENCIOU
35%

DA RECEITA DAS LOJAS FÍSICAS

FONTE: Dito, Junho de 2018.

Sobre a Farm: Grupo Soma

A história do GRUPO SOMA começou em 2010, com a fusão de duas grandes marcas, líderes de mercado em seus segmentos: ANIMALE e FARM.

A união refletiu desde muito cedo o propósito do Grupo em multiplicar para o mundo sua vontade de construir marcas que gerem paixão, sendo capazes de se tornarem inspiração não somente para seus clientes, mas também para todo o segmento de moda.

Em 2014, entram para o Grupo, mais três marcas: FÁBULA (a irmã caçula da FARM) e as novatas FYI e A.BRAND. FOXTON se une ao grupo em 2015, trazendo a moda masculina para o nosso portfólio.

Em 2016, lançaram a MÁZ ANIMALE, criada exclusivamente para o mercado de atacado, e em 2017, junta-se ao grupo, a marca CRIS BARROS.

FONTE: <http://www.somagrupocom.br/institucional/quem-somos>



Conheça outros cases de clientes da Dito no nosso site e veja qual mais se parece com o seu.

Veja mais cases