Da zero a oltre 25.000 clienti con il Paid Advertising: il caso Christmas The Original

SecretKey x Christmas THE ORIGINAL

Enrico Ferretti

Founder @ Secret Key

Damiano Oliva

Head of Digital @ Secret Key

Learnn

Chi è Secret Key Agency?

**Siamo una Martech Agency attiva dal 2013.
Abbiamo un team di 30 persone che ha maturato esperienza in ambito eCommerce, Retail e Lead Generation per oltre 250 aziende.**

Google Partner
PREMIER 2023

Meta
Business Partner

2023 Microsoft | Advertising
Partner

Messenger Marketing Expert

Agency Partner

ACTIVECAMPAIGN PARTNER

FT
FINANCIAL TIMES
FT FINANCIAL TIMES | statista
1000 EUROPE'S FASTEST GROWING COMPANIES 2023

Il Sole 24 ORE
statista
LEADER DELLA CRESCITA 2023

CAMPIONE DELLA CRESCITA
la Repubblica
Affari&Finanza
2023

Learnn

Cosa vedremo:

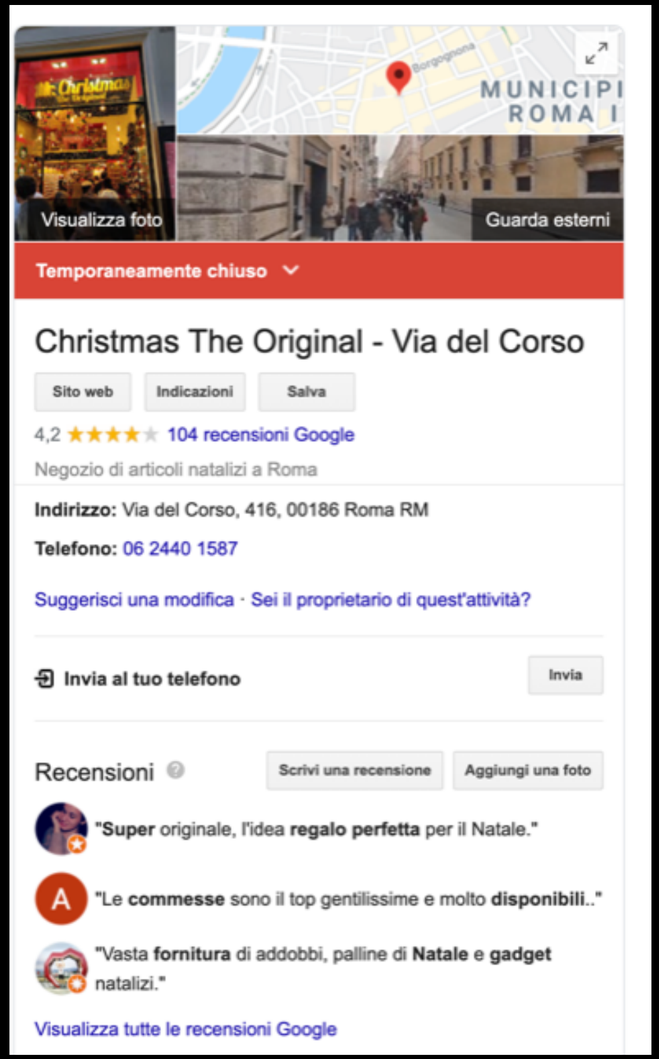
1. Situazione iniziale
2. Come fare un MVP in ambito eCommerce
3. Validare e Scalare velocemente con il Paid Adv
4. Come diventare leader di settore
5. Performance Branding e costruzione Asset

Chi era Christmas The Original?

Learnn

Situazione iniziale nel 2020

1. Piena crisi a causa Covid
2. Negozi aperti solamente a Roma e chiusi nel weekend
3. Impossibilità di aprire Temporary Store
4. Attività di marketing sporadiche con budget micro
5. eCommerce basico e senza track record



Situazione iniziale nel 2020

6. Zero KPI storicizzati e Database clienti;
7. Mancanza di strategia Up-selling e Cross-selling;
8. Mancanza di recensioni verificate sul sito;
9. Mancanza di materiali UGC;
10. Foto di prodotto bassa qualità e zero video

Cosa abbiamo fatto

Analisi e Strategia

Cosa bisogna sapere prima di lanciare un Funnel di Marketing:

- **AOV minimo e desiderato**
- **Marginalità di guadagno su prodotto e ordine medio**
- **CPA break even (determina quando si perde o si è in profitto)**
- **Audience Target in base a studio Buyer Personas**
- **Angle e Creatività necessaria per testare la risposta dei BP**
- **Prodotti Best Seller e civetta per generare first time customers**
- **Value Ladder e studio prodotti/offerte per upsell/cross sell**

Analisi e Strategia

Nessun dato precedente

KPi e Storico Performance

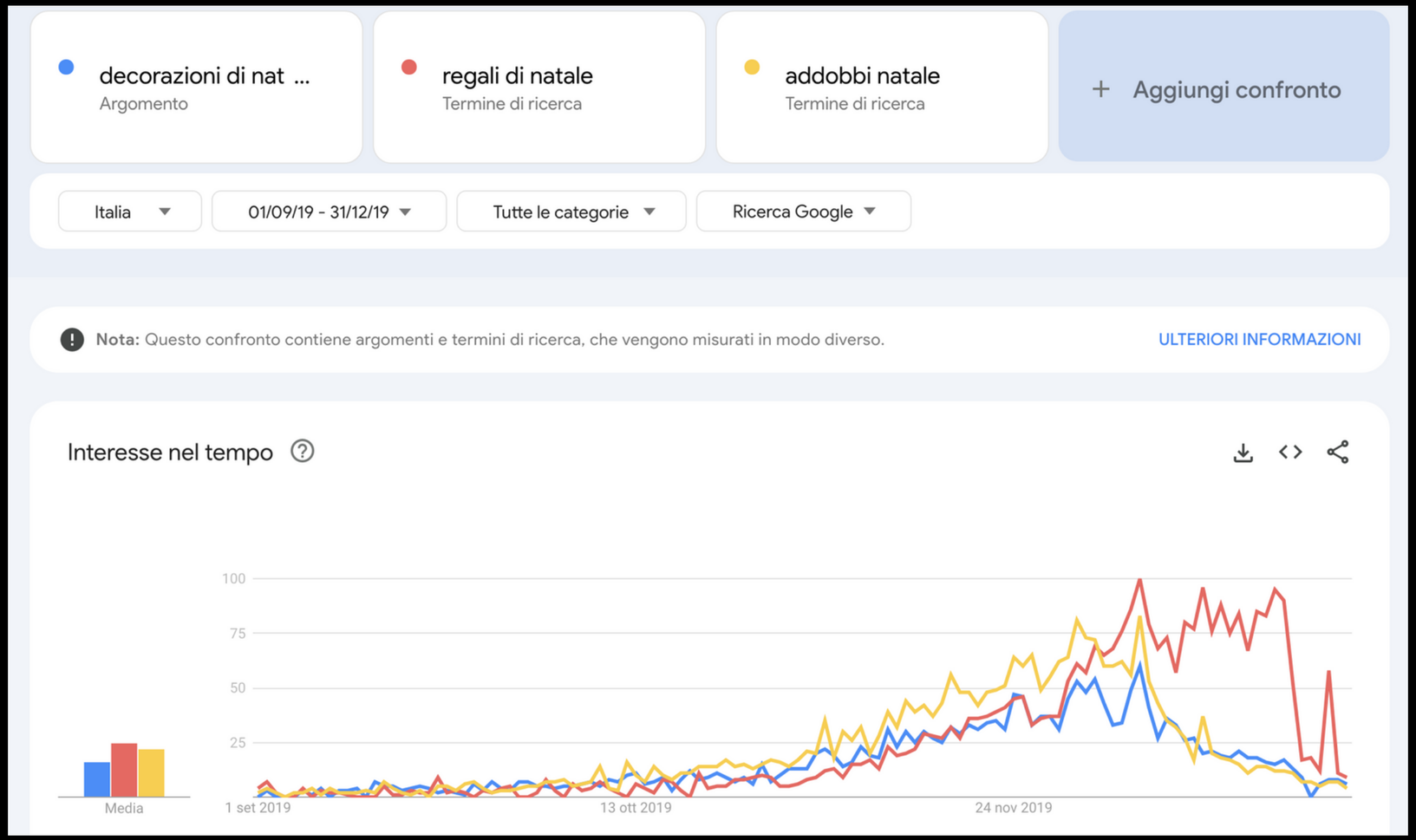
Analisi e Strategia

A lato quello che avevamo ipotizzato nella strategia consegnata al cliente.

Fortunatamente le cose sono andate meglio del previsto :-D

Learnn

Stagionalità



Come possiamo vedere da Google Trends, il tipo di ricerche e l'interesse sull'argomento si concentra su un arco temporale molto limitato.

A fronte di ciò abbiamo deciso di utilizzare Google Ads per intercettare la domanda consapevole, mentre Meta Ads sarebbe servito a generare scoperta e interesse con l'obiettivo di anticipare l'andamento stagionale.

Learnn

Marketing Canva

Christmas The Original

Data 8/09/2020

Team coinvolto

Roberta, Italo, Damiano, Andrea

Target

- Buyer personas con relativi dati anagrafici

Uomo/Donna: decorazione per la propria casa
Coppia: decorazione per l'arrivo di un figlio/figlia
Coppia: decorazione per il proprio animale domestico
Famiglia: decorazione per abbellire il proprio albero
Donna, 27 anni, convivente, cerca regalo per se stessa
Donna, 45 anni, sposata con figli, vuole fare un regalo economico alle amiche acquistandolo online
Donna, 54 anni, sposata, vuole fare un regalo personalizzato alle amiche acquistandolo in negozio
Uomo, 33 anni, sposato con figlio, vuole fare un regalo personalizzato alla sua famiglia, acquistandolo online
Donna, 22 anni, straniera, turista, cerca un souvenir personalizzato per ricordare la sua vacanza.

Bisogni & Desideri

- Quali emozioni guidano l'acquisto?

Il desiderio di ricordare un'occasione, come una polaroid ma legata al Natale e a un legame con chi riceve il regalo o con i propri familiari

- Quali sono i bisogni razionali che innescano ricerca e scelta?

Ricerca di un regalo originale, economico, semplice da personalizzare, adatto a destinatari diversi (coppie, bambini, single, nonni, ecc.)

- Quali sono paure e rischi associati all'acquisto?

L'autorevolezza del brand non è comunicata con efficacia, manca la riprova sociale (recensioni su Facebook e sul sito), per ora CTO è percepito solo come store fisico e zero come ecommerce.

Prodotto

- Cosa genera il prodotto a livello di emozioni?

È un regalo di Natale che può essere associato a un ricordo particolare (con data) e a delle persone specifiche (si inserisce il nome personalizzato)emozioni positive: gioia, allegria, divertimento.

- Cosa fa il prodotto?

Si può acquistare come **prodotto per sé** (per addobbare casa propria) o **come regalo per altri,** quindi ha una duplice funzione. I prodotti personalizzabili sono il punto di forza del brand.

- In cosa è diverso/superiore alla concorrenza?

Essere i primi in Italia a personalizzare le decorazioni per l'albero, l'ampiezza del catalogo, l'artigianalità delle decorazioni (dipinte a mano)

Value proposition

- Perché scegliere il prodotto/azienda?

la value proposition è "Il regalo di Natale personalizzabile" e CTO è il primo in Italia ad aver creato questo prodotto.

- In cosa il prodotto e/o azienda è diverso dai competitor?

Personalizzazione immediata e gratuita, brand dedicato al Natale come atmosfera, ottimo rapporto tra valore percepito/valore reale del prodotto

- Tov e logiche storytelling

Emozionale, diretto, informale, caldo.
Storytelling incentrato sul Natale come mood, sui regali adatti a tutti (parenti, amici, ecc.) con esempi specifici.

- Avatar che parla per l'azienda o no?

Ipotesi di avatar: Cri, il folletto aiutante di Babbo Natale
Oppure
Gli aiutanti di Babbo Natale: folletti che preparano i regali, li personalizzato e li spediscono

- Claim: "I numeri 1 in Italia delle decorazioni natalizie personalizzate"

Customer Journey

- Awareness/scoperta
  - Campagne Google & Facebook
- 2 ads con leva personalizzazione - immagine singola
- 2 ads con leva primi in Italia per le decorazioni - carousel
- 1 ads con leva prezzo - Story
- 2 ads con leva catalogo ampio prodotti - carousel e video
  - Social

(continua a pagina 2)

- Consideration/tiepido
  - Retargeting ADV
  - Social
- Purchase/Cliente
  - Email
  - ADV

Budget

- Inizialmente totale 10k con scaling su MER > 6
- Split per Canale: 60% Meta e 40% Google

Timing

- Kick Off campagne prima settimana di ottobre
- A fine ottobre tireremo le somme su Mer e budget eventualmente da scalare
- Teoricamente il 10 dicembre ci sarà un drop dei volumi e bisognerà ridurre sensibilmente i budget appena il MER cala.

Canali Paid Adv

- Scoperta: Meta Ads, Youtube e Display
- Google Ads: Search, Shopping e Brand

Offerte & Esche

- Coupon sconto 10% per gli iscritti alla newsletter
- Exit intent pop-up sconto 15%
- Email Carrello abbandonato
- Spedizione gratuita sopra soglia 45 Euro
- Lista pre saldi e/o promo a tempo

(Offerte su prodotti più venduti, promo Black Friday, promo legate a festività pre-natalizie (8 dicembre?)

Obiettivi & CTA

- Clic annuncio (curiosità e interesse)

CTA di scoperta: fai un regalo di Natale personalizzato

- Lead Acquisition, Newsletter e/o download/coupon

CTA per Coupon: Iscriviti alla Newsletter e Ottieni il tuo Sconto del 10%!

- Richiesta info/preventivo (Prospect)
- Acquisto online (Cliente)

Canali e Touch Point

- Annunci Adv testuali e display

Campagne Fb Ads, Googke Ads, Pinterest

- Profili Social

Facebook e Instagram

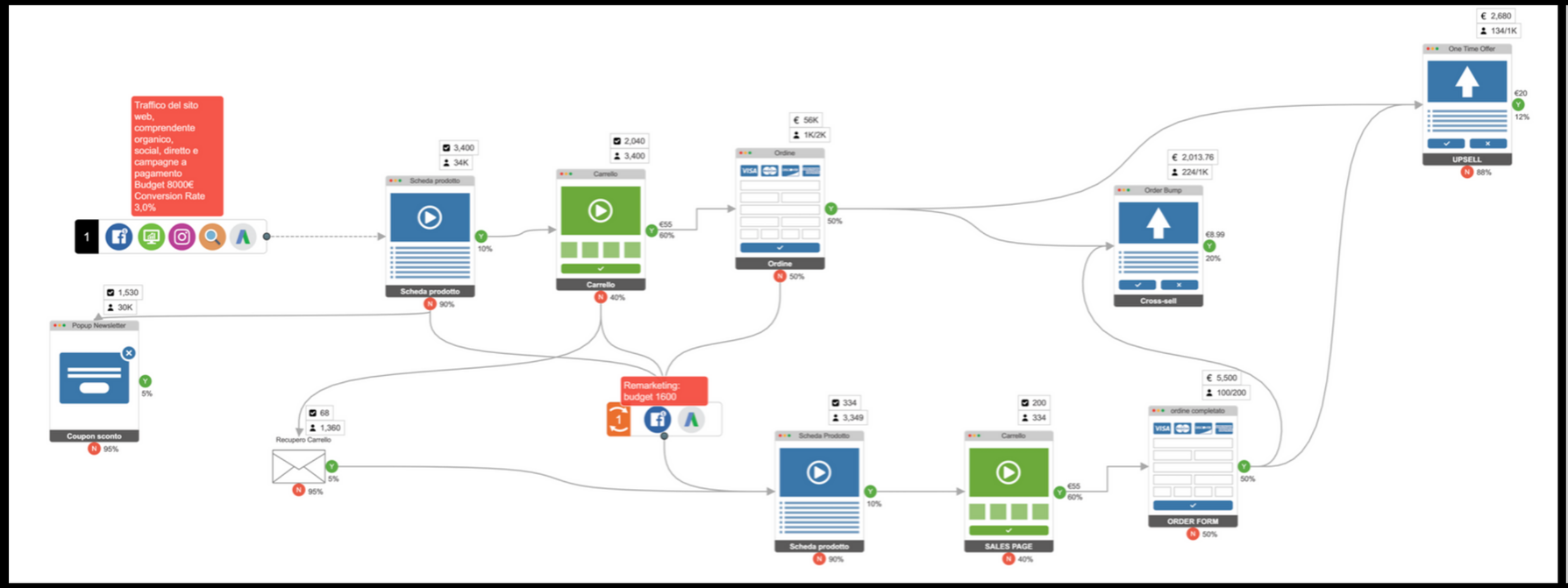
- Email

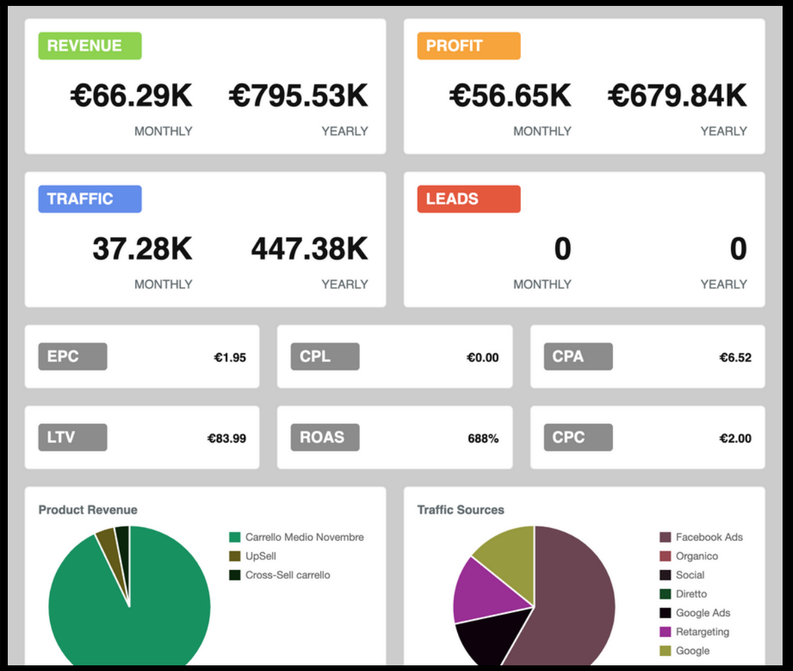
email marketing automation

- Chatbot
- Landing Page

Learnn

Definizione Funnel e scenari



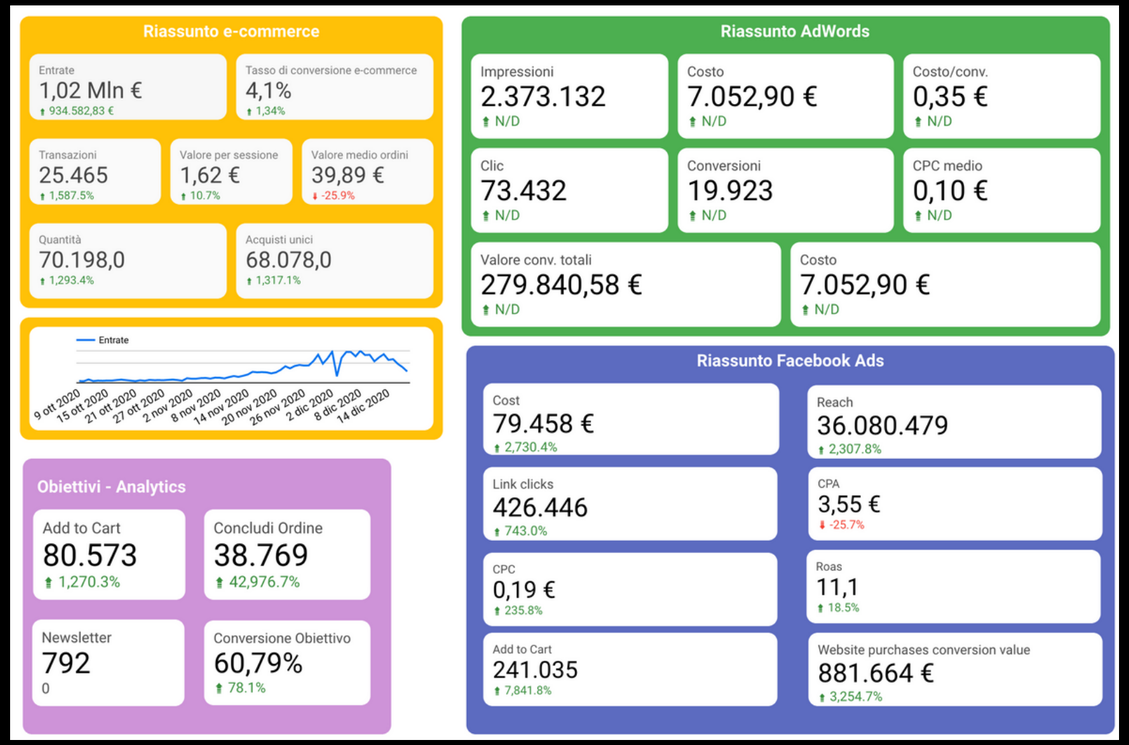


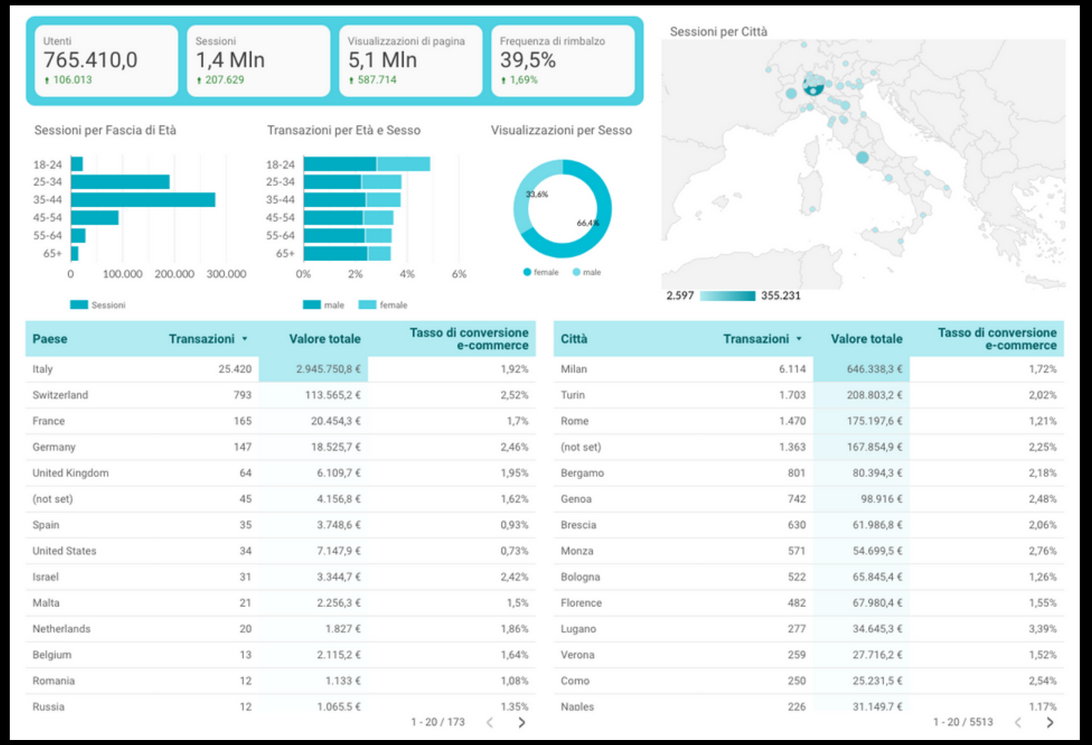
Fare 3 scenari di tipo Best, Worst e Average per ipotizzare risultati:

- **CPM/CPC**
- **Conversion Rate**
- **AOV (qui bisogna utilizzare apposite leve ordine minimo, spedizione gratuita, coupon sconto su soglie di spesa)**
- **CAC o CPA**

Learnn

Tracciamenti corretti e costruzione Dashboard KPI

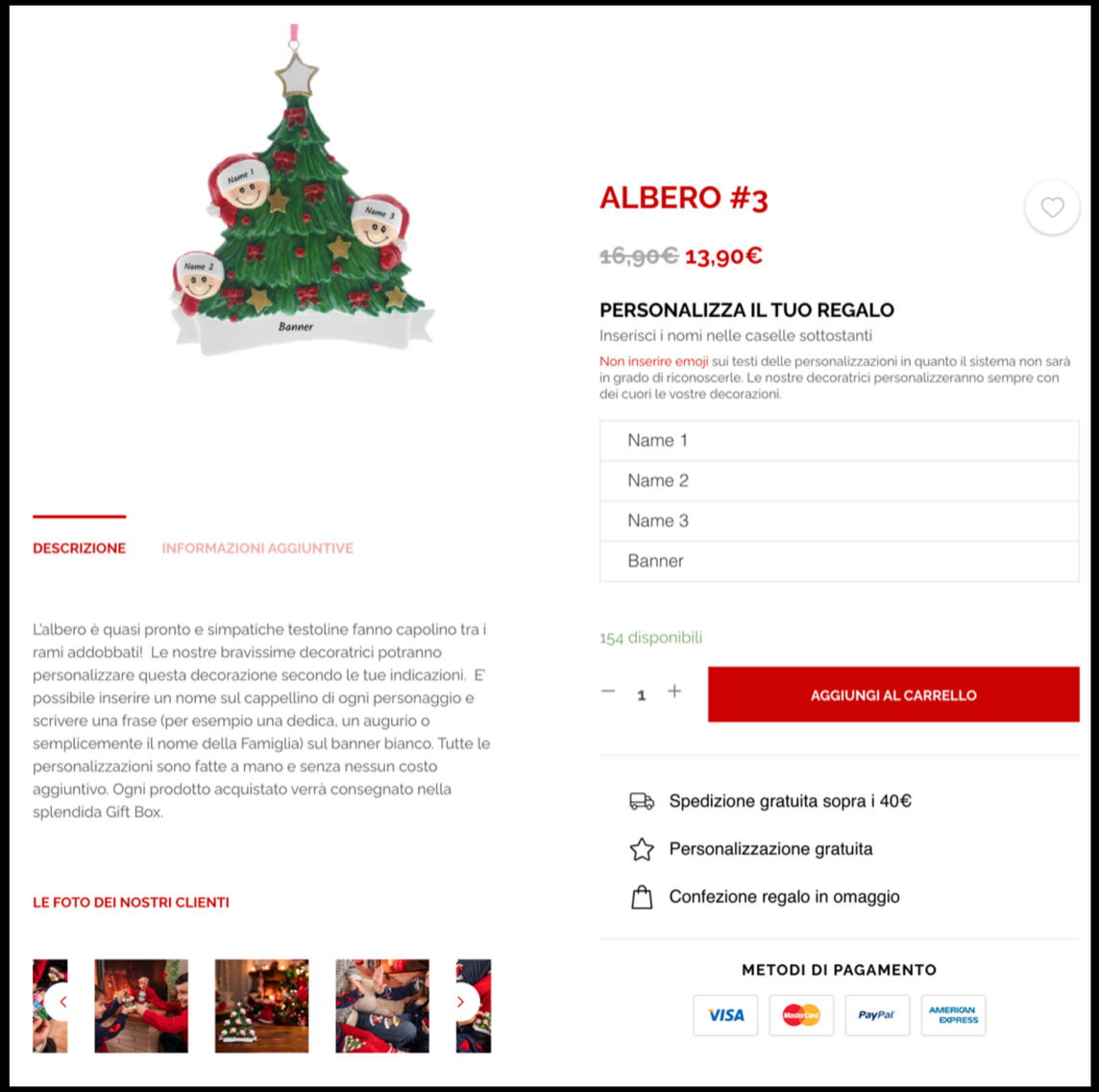




Learnn

Realizzato shooting e creatività

Learnn

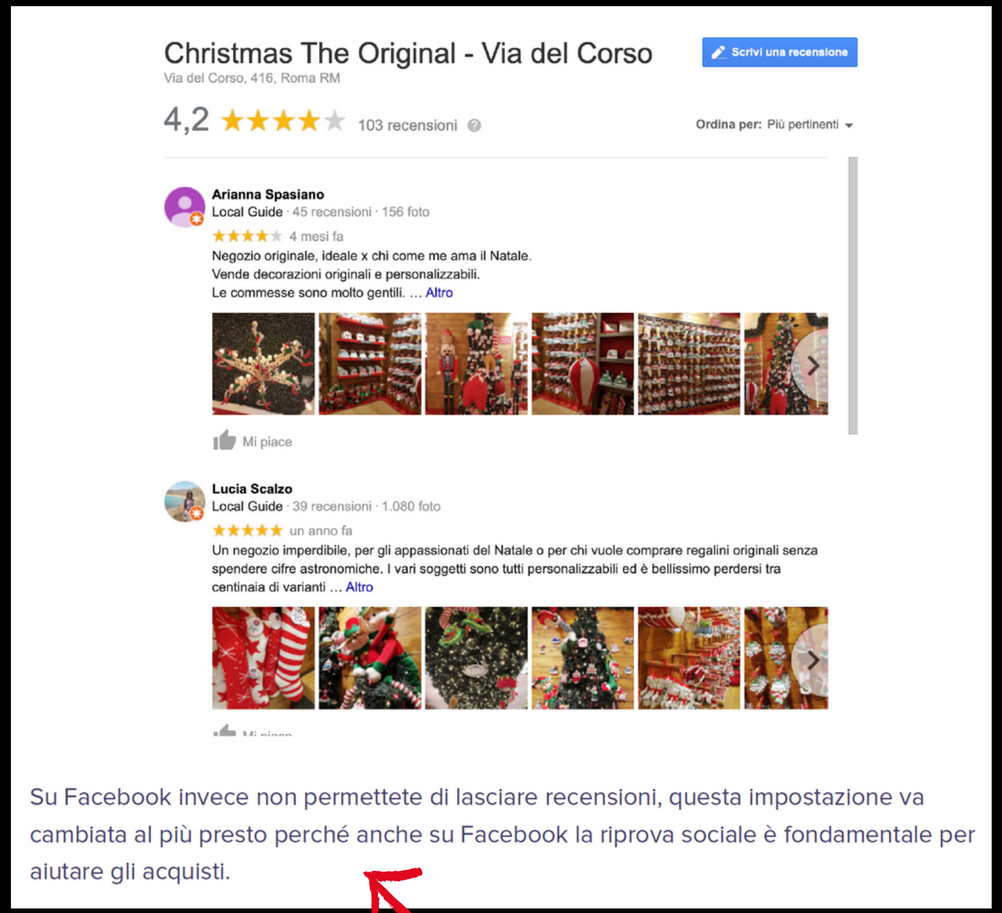


Ristrutturazione scheda prodotto con inserimento:

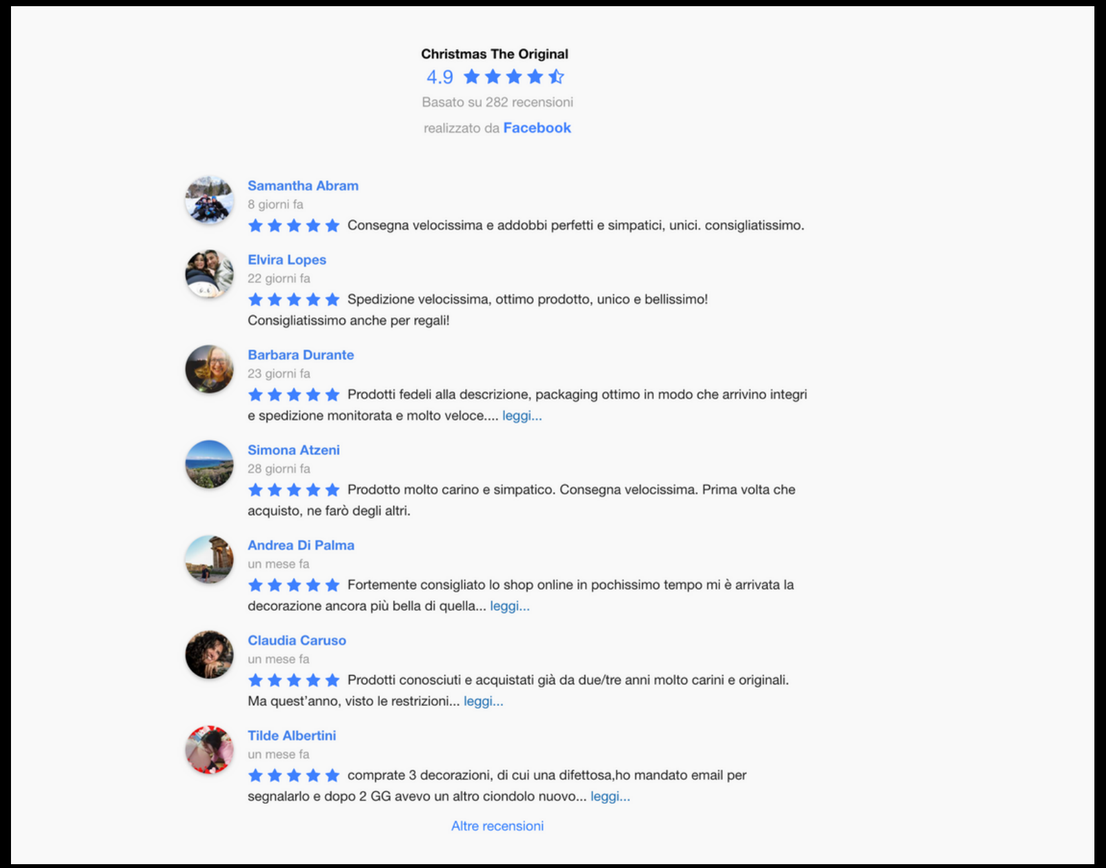
- spedizione gratuita
- modalità di pagamento
- foto UGC clienti
- messa in evidenza la confezione regalo

Learnn

Messe in evidenza recensioni

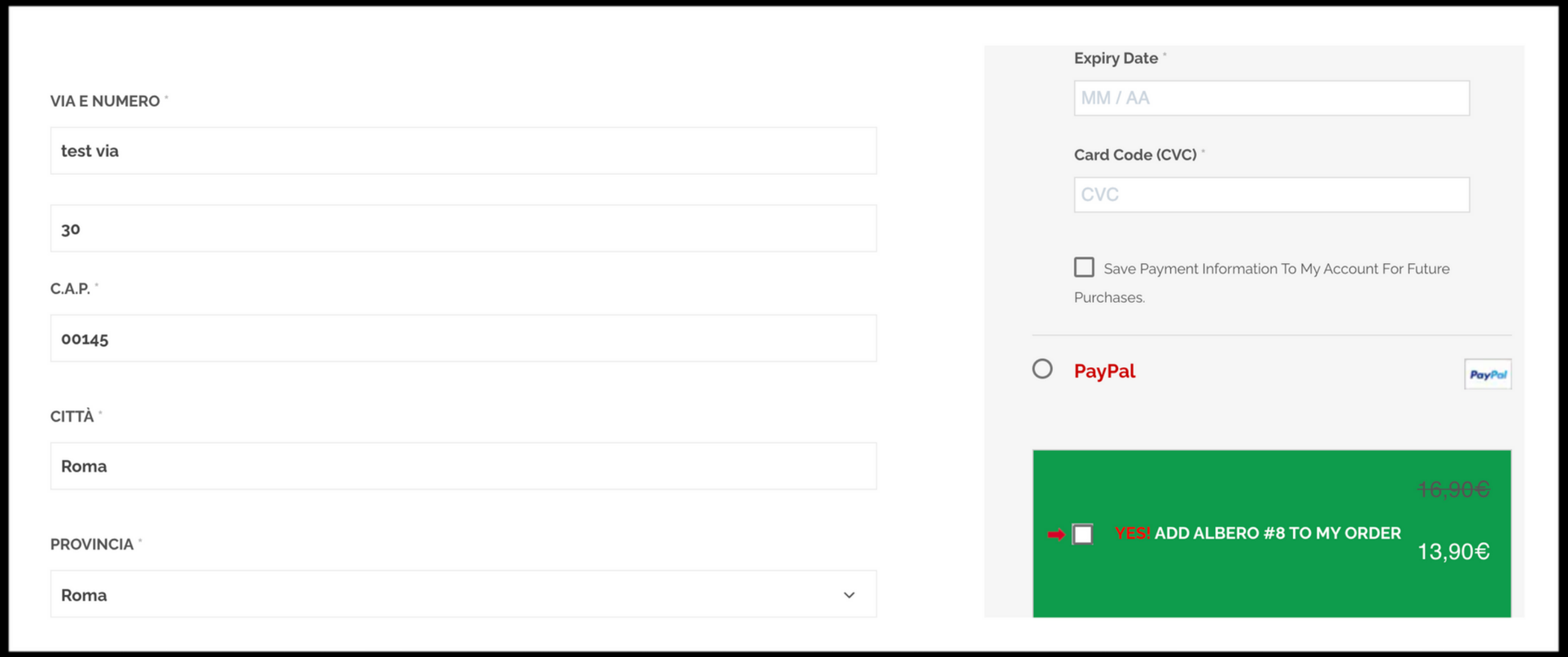


Su Facebook invece non permettete di lasciare recensioni, questa impostazione va cambiata al più presto perché anche su Facebook la riprova sociale è fondamentale per aiutare gli acquisti.



Learnn

Aggiunto Order Bump



Learnn

Aggiunto OTO post checkout

Aspetta secretkey! Solo per i prossimi 5 minuti, abbiamo un'offerta esclusiva per te!

Vogliamo regalarti uno sconto del 42% su questa decorazione unica!

Merry Christmas 2020

~~16,90€~~ 9,90€

Quantità

1

Non voglio sfruttare questa offerta imperdibile

✓ Sì, voglio aggiungere la decorazione al mio ordine

Spediremo la decorazione Merry Christmas insieme al tuo ordine!
La decorazione non sarà personalizzata.

Descrizione | Informazioni aggiuntive

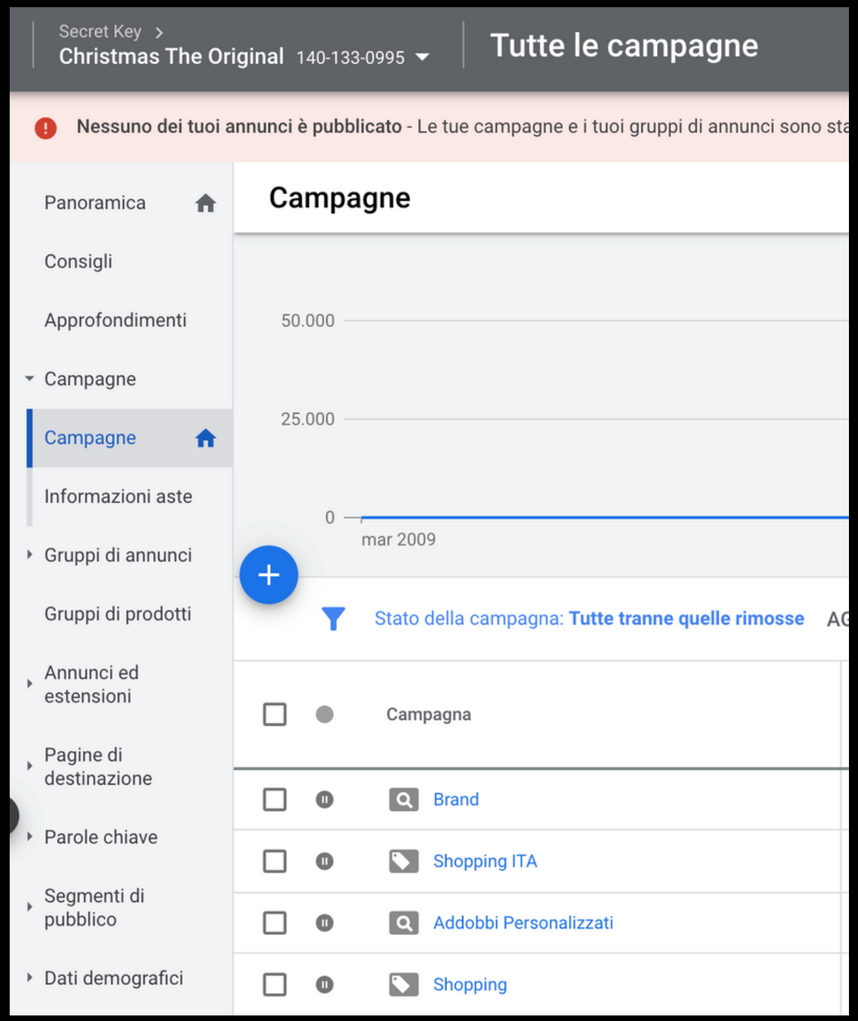
Un piccolo albero ed un simpatico cappello di Natale ed ecco trasformato il più semplice augurio di Natale in una originalissima decorazione da appendere in casa. Le nostre bravissime decoratrici potranno personalizzare questa decorazione secondo le tue indicazioni. E' possibile inserire un nome sul cappellino e scrivere una frase (per esempio una dedica, un augurio o semplicemente il nome della Famiglia) sul banner bianco. Tutte le personalizzazioni sono fatte a mano e senza nessun costo aggiuntivo. Ogni prodotto acquistato verrà consegnato nella splendida Gift Box.

Learnn

Campagne Meta Ads

- **Tofu:** Campagne di scoperta con diversi target come Broad, Interessi, Look-a-like;
- **Mofu:** Campagne di retargeting su visitatori sito web che non hanno aggiunto al carrello e chi ha interagito sui social
- **Bofu:** Campagne di retargeting su chi ha aggiunto al carrello ma non ha acquistato.
- **Clienti:** Campagne sul database clienti, aggiornato dinamicamente grazie alla connessione con l'ESP.

Learnn



Campagne Google Ads

- Google Shopping
- Search per intercettare domanda consapevole (decorazioni natalizie personalizzate, decorazioni natale, ecc….)
- Google Search Brand

Learnn

Email Marketing

Il canale Email è stato fondamentale per convincere gli indecisi e per massimizzare il CLTV agendo con newsletter e automazioni in chiave upsell e cross sell.

Strategicamente abbiamo chiesto al cliente di accordarci delle leve di sconto per acquisire nuovi clienti e delle ulteriori offerte per aumentare la frequenza di riacquisto.

Learnn

Costruzione database Email

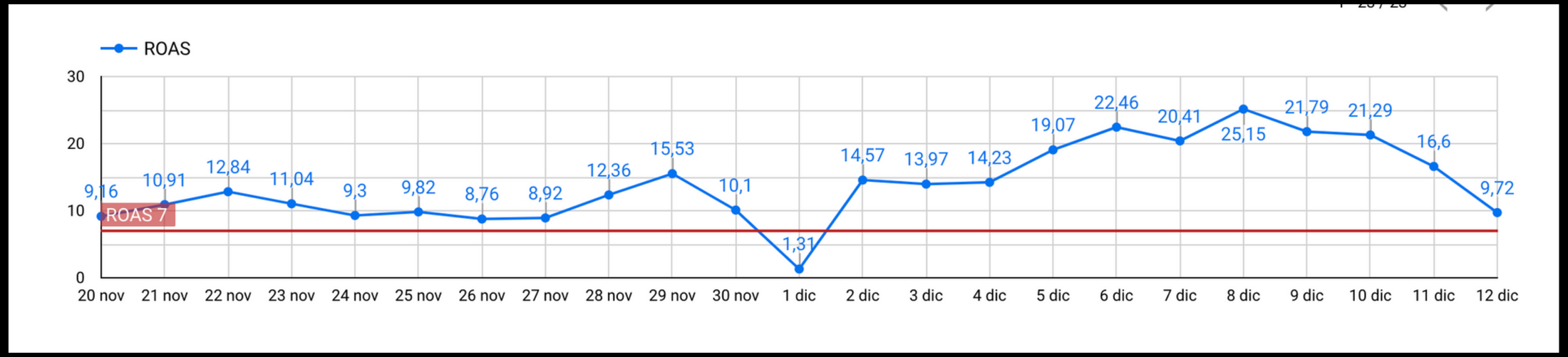
Banner in apertura per iscrizione newsletter

Exit Intent Pop-up Carrello abbandonato

Learnn

Pochi Kpi azionabili

Servono dati certi e in tempo reale, budget infinito se MER complessivo > 6



Learnn

Validazione ottenuta?

Nel giro di 10 giorni abbiamo ottenuto un buon volume di ordini anche se con un Mer al limite.

Avevamo la certezza che le performance sarebbero migliorate grazie ad ottimizzazioni delle campagne (fase di training) e arrivo della Peak Season.

Quindi abbiamo deciso di scalare! 🚀

Scalare l’e-commerce

MER > 6? Verso l’infinito e oltre

Learnn

Scalare l’e-commerce

Due possibilità per scalare le campagne Meta Ads:

- **SCALING VERTICALE**
- **SCALING ORIZZONTALE**

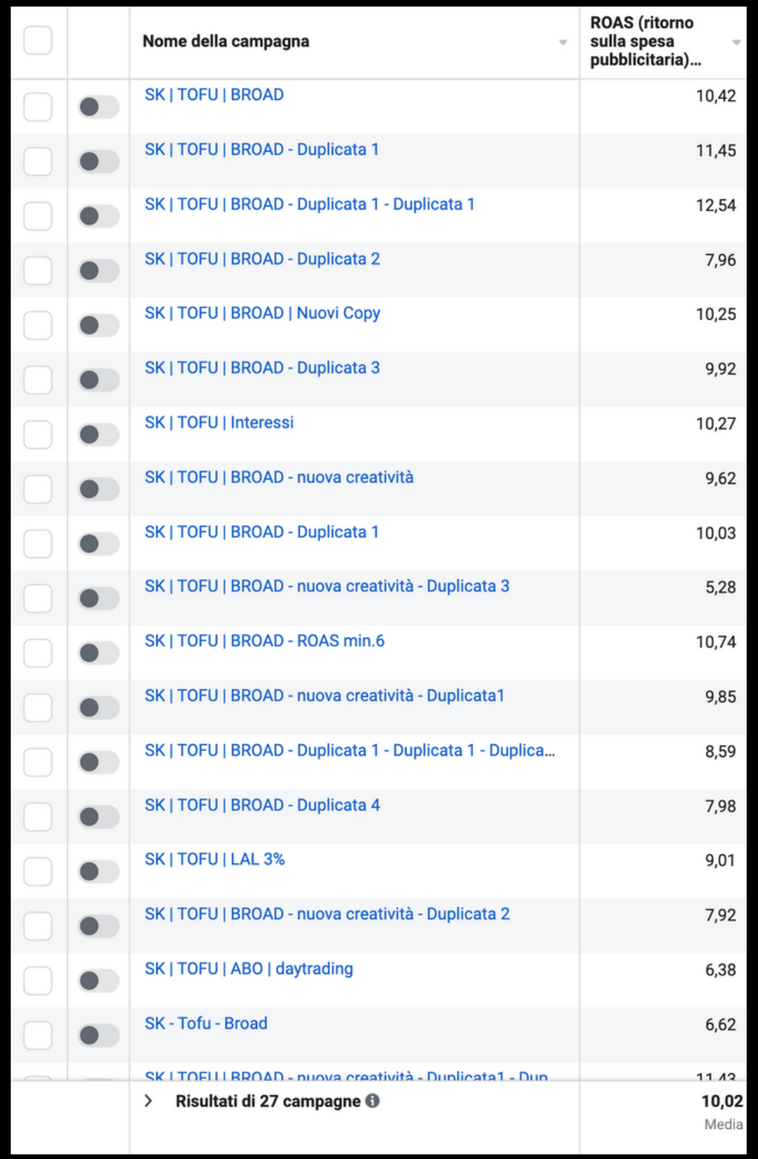
Learnn

Scaling verticale

Aumentare il budget leggermente ogni giorno per non fare sballare l’algoritmo di Facebook.

Il nostro consiglio è di aumentare del 15-20% ogni due giorni.

Scaling orizzontale

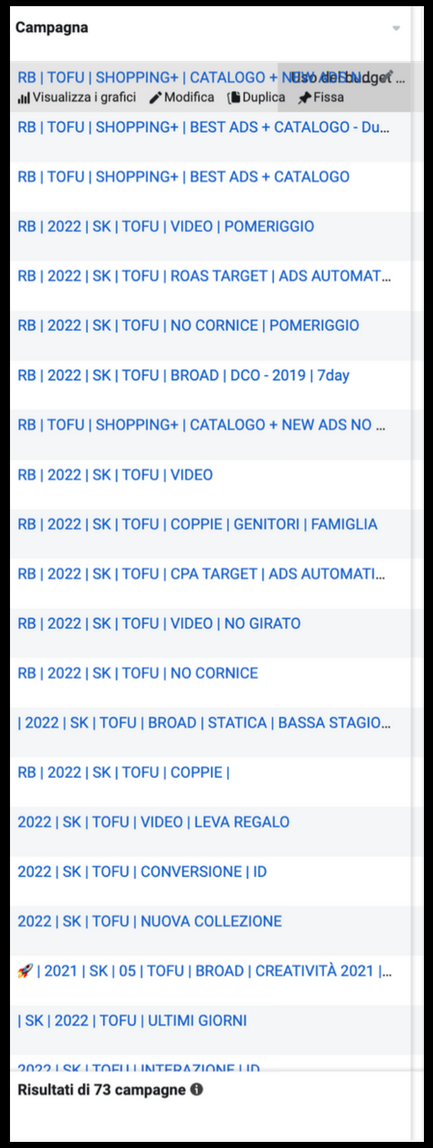


Nome della campagna	ROAS (ritorno sulla spesa pubblicitaria)...
SK | TOFU | BROAD	10,42
SK | TOFU | BROAD - Duplicata 1	11,45
SK | TOFU | BROAD - Duplicata 1 - Duplicata 1	12,54
SK | TOFU | BROAD - Duplicata 2	7,96
SK | TOFU | BROAD | Nuovi Copy	10,25
SK | TOFU | BROAD - Duplicata 3	9,92
SK | TOFU | Interessi	10,27
SK | TOFU | BROAD - nuova creatività	9,62
SK | TOFU | BROAD - Duplicata 1	10,03
SK | TOFU | BROAD - nuova creatività - Duplicata 3	5,28
SK | TOFU | BROAD - ROAS min.6	10,74
SK | TOFU | BROAD - nuova creatività - Duplicata1	9,85
SK | TOFU | BROAD - Duplicata 1 - Duplicata 1 - Duplica...	8,59
SK | TOFU | BROAD - Duplicata 4	7,98
SK | TOFU | LAL 3%	9,01
SK | TOFU | BROAD - nuova creatività - Duplicata 2	7,92
SK | TOFU | ABO | daytrading	6,38
SK - Tofu - Broad	6,62
SK | TOFU | BROAD - nuova creatività - Duplicata1 - Dup	11,43
Risultati di 27 campagne	10,02 Media

Cosa fare però quando si ha poco tempo e si deve scalare velocemente?
In caso di target ampi è possibile duplicare la campagna o il gruppo di annunci più volte per provare a intercettare un segmento di pubblico che l'algoritmo non ha ancora intercettato.

Learnn

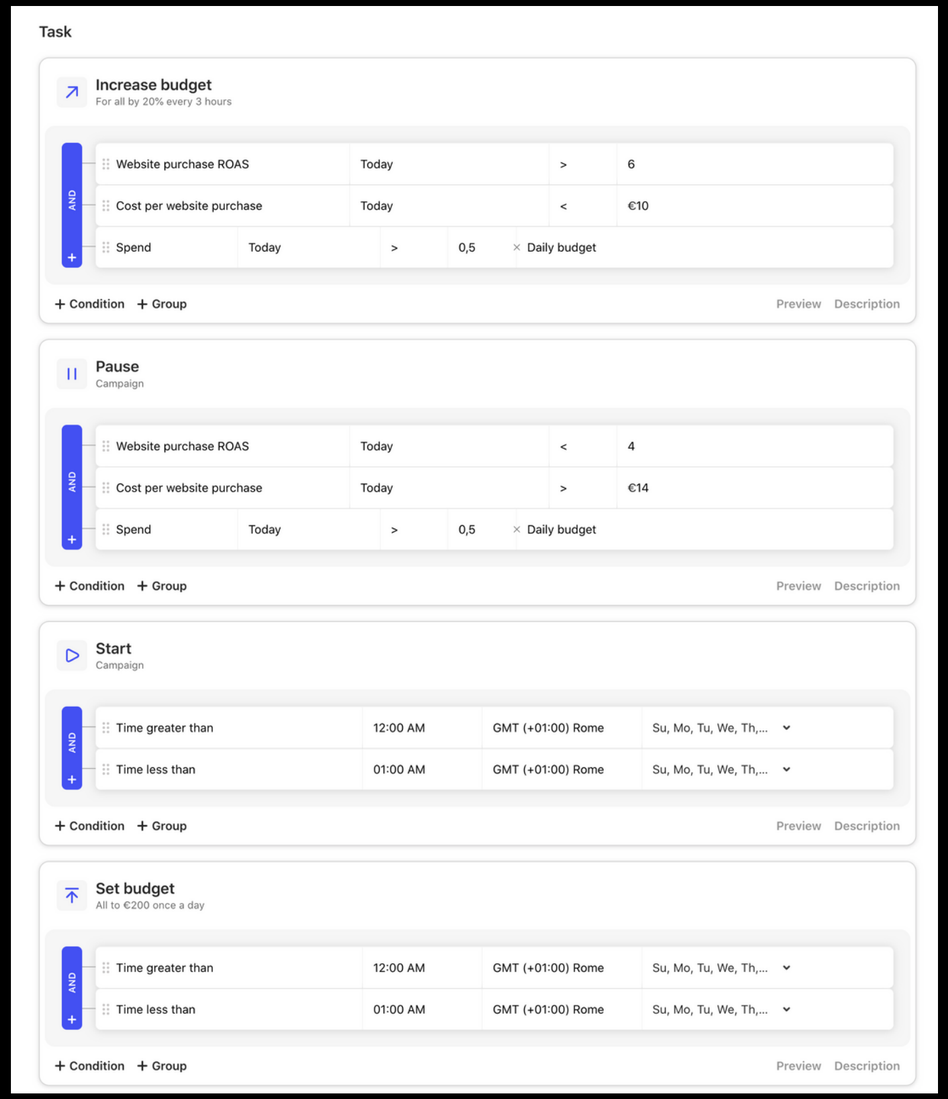
Tool per scaling



Abbiamo creato, gestito e scalato oltre 70 campagne in poco meno di 3 mesi.
Tutto questo non sarebbe stato possibile a mano. Noi lo abbiamo fatto attraverso Revealbot, un tool che permette di automatizzare la strategia di Ads su Facebook.

Learnn

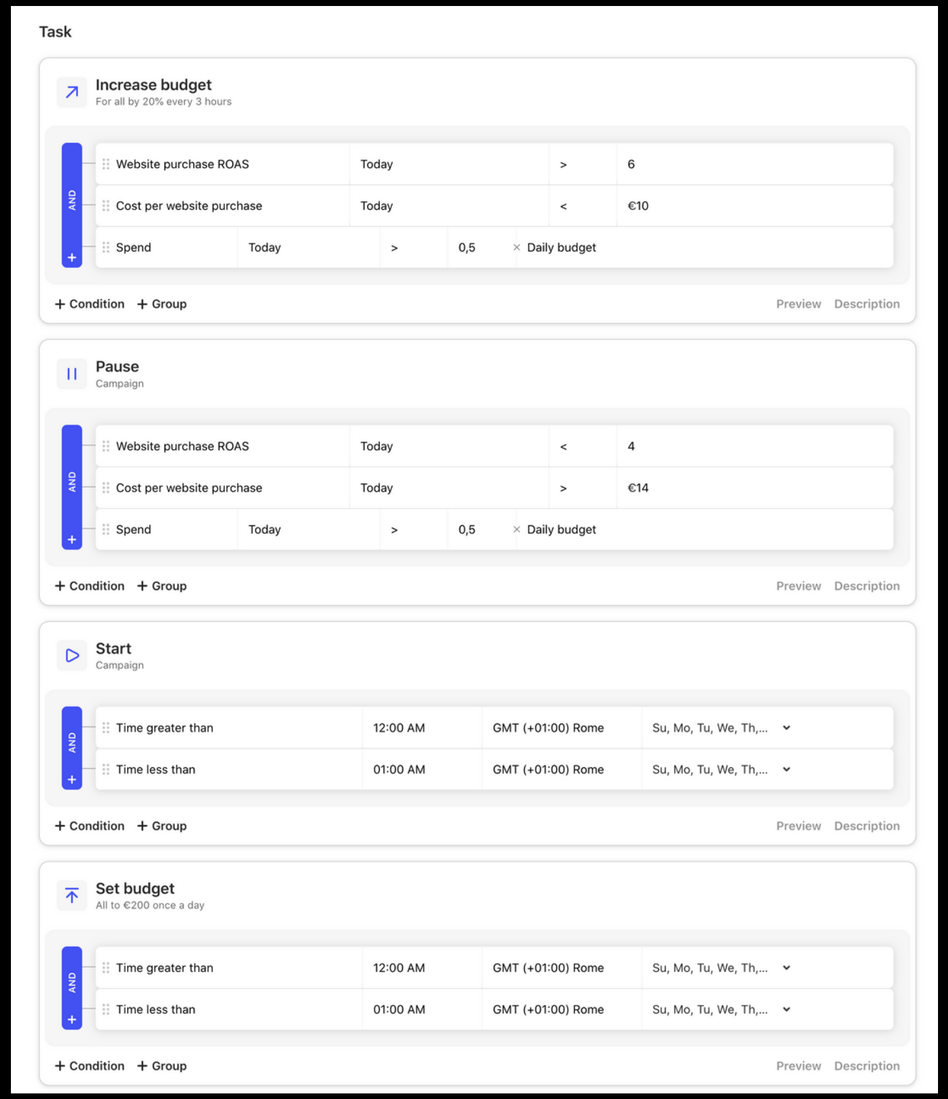
Tool per scaling



Grazie all'utilizzo di regole impostate in base ai nostri obiettivi, abbiamo gestito in maniera automatica e in qualsiasi momento della giornata l'aumento o la diminuzione del budget in base ai risultati.

Learnn

Tool per scaling



Ad esempio una regola andava ad incrementare del 20% ogni 3 ore il budget delle campagne che avevano un ROAS maggiore di 6 e un CPA inferiore a 10.
Allo stesso modo andavano a mettere in pausa le campagne che avevano un ROAS inferiore a 4 e CPA maggiore di 14.

Questa regola veniva verificata e in caso di esito positivo delle condizioni, azionata ogni 30 minuti.

Alla fine della giornata tutte le campagne venivano riattivate con un budget di partenza uguale per tutte di 200€.

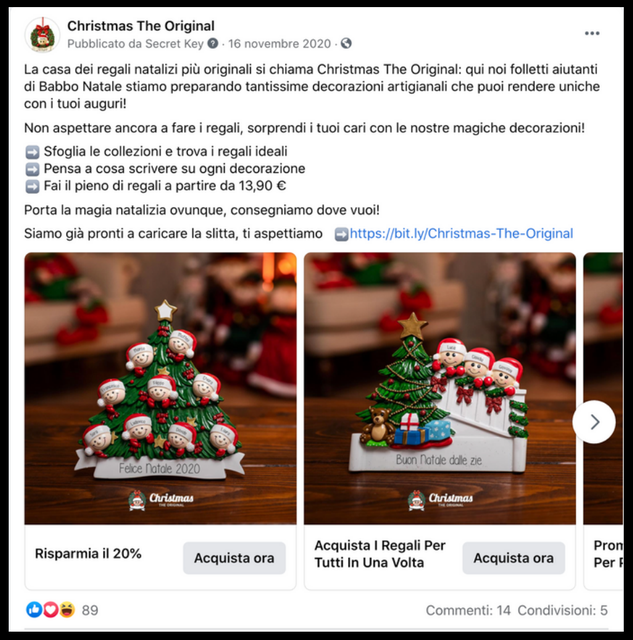
Con l'utilizzo di queste regole siamo arrivati a spendere in un giorno fino a 9 mila euro su Meta, senza praticamente mettere mano alla dashboard.

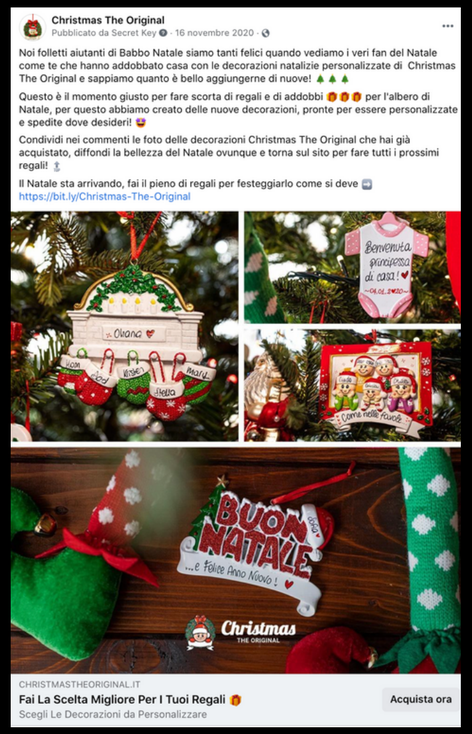
Learnn

Cosa ha fatto la differenza?

Meta Ads ci ha consentito di forzare la domanda di mercato. Abbiamo stimolato la scoperta e capito velocemente quali fossero le leve, gli angle, i formati e le creatività più performanti.

Gli UGC sono stati determinanti e infatti abbiamo attivato un processo di creazione da parte dei clienti per metterli in leva massivamente su Meta Ads, sui social e nelle newsletter.





Risultati 2020

Fatturato: oltre 1 milione di Euro 🚀

Clienti acquisiti: 25.000

90% dei prodotti terminati

ROI > 7

Learnn

E-commerce alla grande! E ora?

Il nostro dubbio era che il 2020 fosse stato un anno in bolla per l’eCommerce. Cosa sarebbe accaduto in futuro con i negozi aperti? 🧐

Non si vive di solo eCommerce

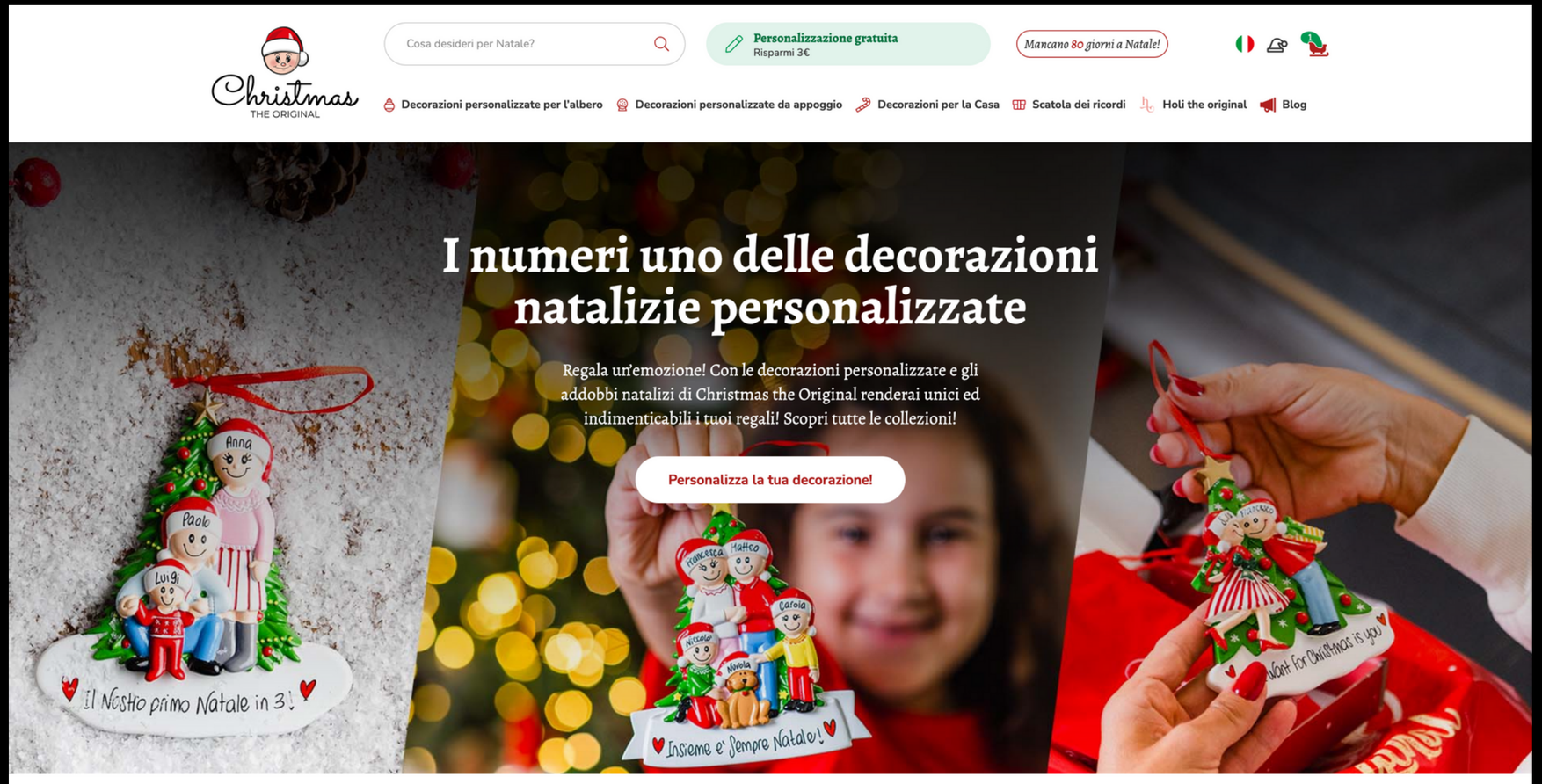
Nel 2021 e 2022 il progetto è stato consolidato e ulteriormente ampliato lavorando su branding e costruzione di ulteriori asset.

Learnn

Ottimizzazione Ecosistema Digital

L’ottimizzazione delle performance dipende dalla somma di tantissimi fattori.

Quindi abbiamo lavorato per ottimizzare ogni touch point, partendo naturalmente dal rifacimento del sito eCommerce.



Learnn

Alberatura interna modificata

Dimensione secondaria | 2 | avanzata

Prodotto	Rendimento vendite				
	Entrate generate dal prodotto	Acquisti unici	Quantità	Prezzo medio	Qtà media
	157.167,94 € % del totale: 14,49% (1.084.327,45 €)	10.515 % del totale: 14,91% (70.530)	10.680 % del totale: 14,72% (72.572)	14,72 € Media per vista: 14,94 € (-1,51%)	1,02 Media per vista: 1,03 (-1,29%)

Dimensione secondaria | 3 | avanzata

Prodotto	Rendimento vendite				
	Entrate generate dal prodotto	Acquisti unici	Quantità	Prezzo medio	Qtà media
	243.615,76 € % del totale: 22,47% (1.084.327,45 €)	16.160 % del totale: 22,91% (70.530)	16.552 % del totale: 22,81% (72.572)	14,72 € Media per vista: 14,94 € (-1,49%)	1,02 Media per vista: 1,03 (-0,46%)

Dimensione secondaria | 4 | avanzata

Prodotto	Rendimento vendite				
	Entrate generate dal prodotto	Acquisti unici	Quantità	Prezzo medio	Qtà media
	264.692,08 € % del totale: 24,41% (1.084.327,45 €)	17.619 % del totale: 24,98% (70.530)	17.924 % del totale: 24,70% (72.572)	14,77 € Media per vista: 14,94 € (-1,16%)	1,02 Media per vista: 1,03 (-1,13%)

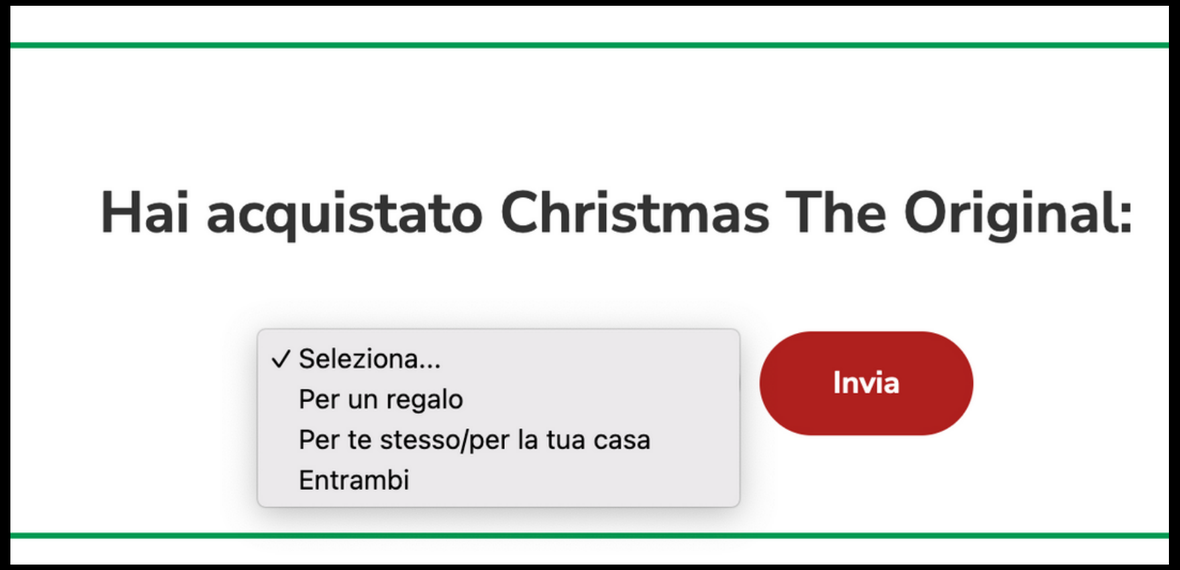
Ottimizzazione scheda prodotto

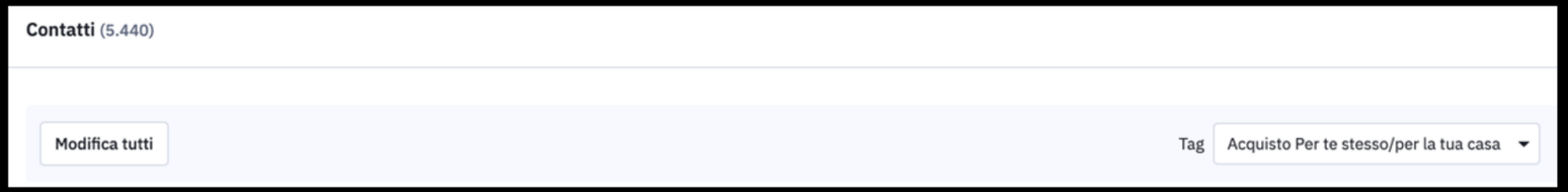
Faq: come vengono personalizzate le decorazioni?

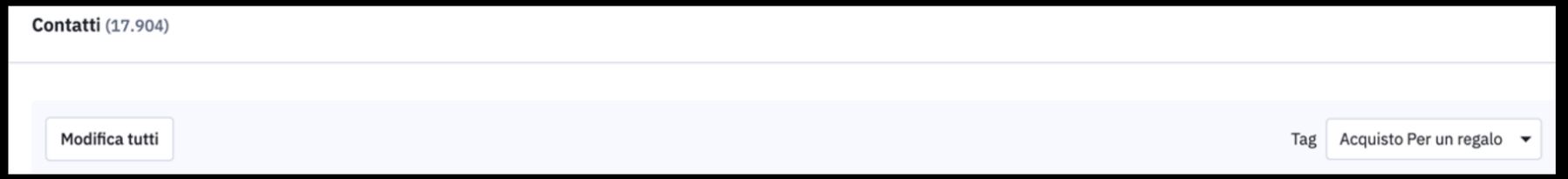
Risposta: inserito il video nella scheda prodotto per far vedere il processo artigianale di realizzazione.

Learnn

Inserita domanda post- acquisto





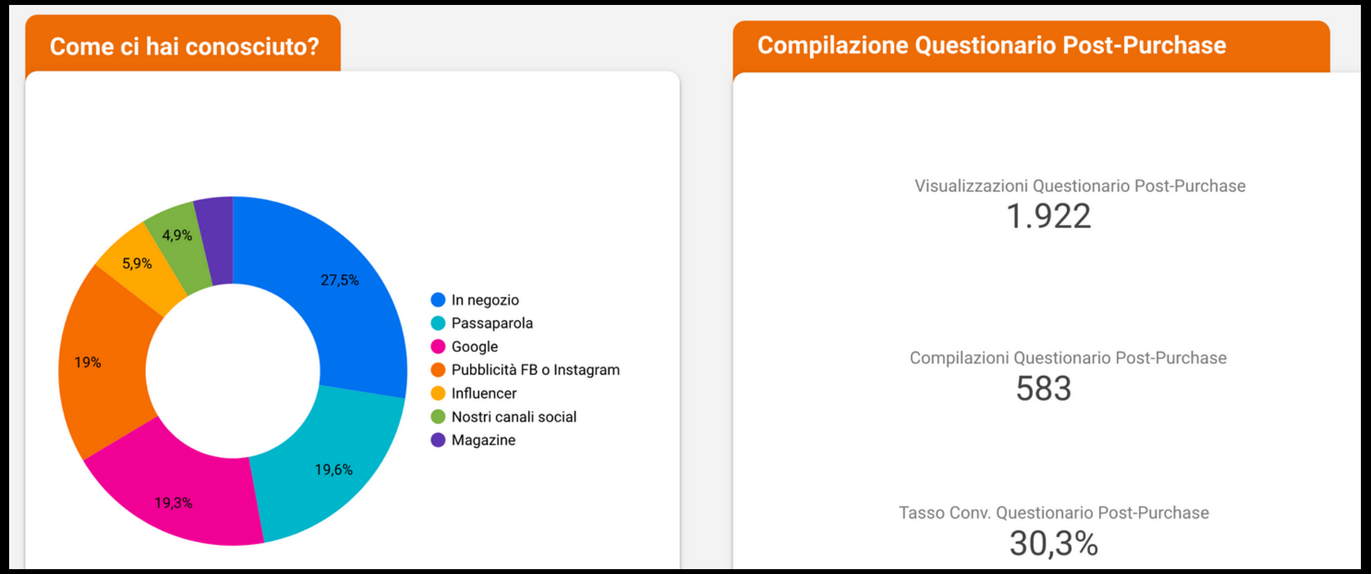


Learnn

Consiglio: post purchase survey

In un momento storico in cui conoscere conoscere con precisione la source degli acquisti ecommerce è impossibile, un metodo smart consiste nell'inserire un survey post check out.

Confrontate tali dati di attribuzione è un buon modo per approfondire la redemption dei vari canali digital.



Learnn

Copy ads modificato!

Prima

🎄 NON VEDI L'ORA CHE ARRIVI NATALE? 🎄
Con Christmas The Original, puoi addobbare casa come fosse già Natale e fare regali speciali a chi vuoi tu. ⬆️
Scegli fra tantissimi tipi di decorazioni, tutte realizzate a mano da noi folletti aiutanti di Babbo Natale. 🎅
Personalizza ogni decorazione con i nomi dei tuoi cari e una dedica, le riceverai a casa con uno speciale pacchetto regalo in stile natalizio.

Acquista online le decorazioni Christmas The Original e la magia del Natale diventa realtà tutto l'anno. ✨🎁

Dopo

🎄I TUOI PROSSIMI REGALI DI NATALE SONO QUI!🎄

Non serve cercare per mari 🌊 e monti 🏞️ i regali di Natale che fanno felici grandi e piccini sono Christmas The Original,
gli addobbi per festeggiare alla grande il Natale in vendita a partire da 14,90 €! ⬆️

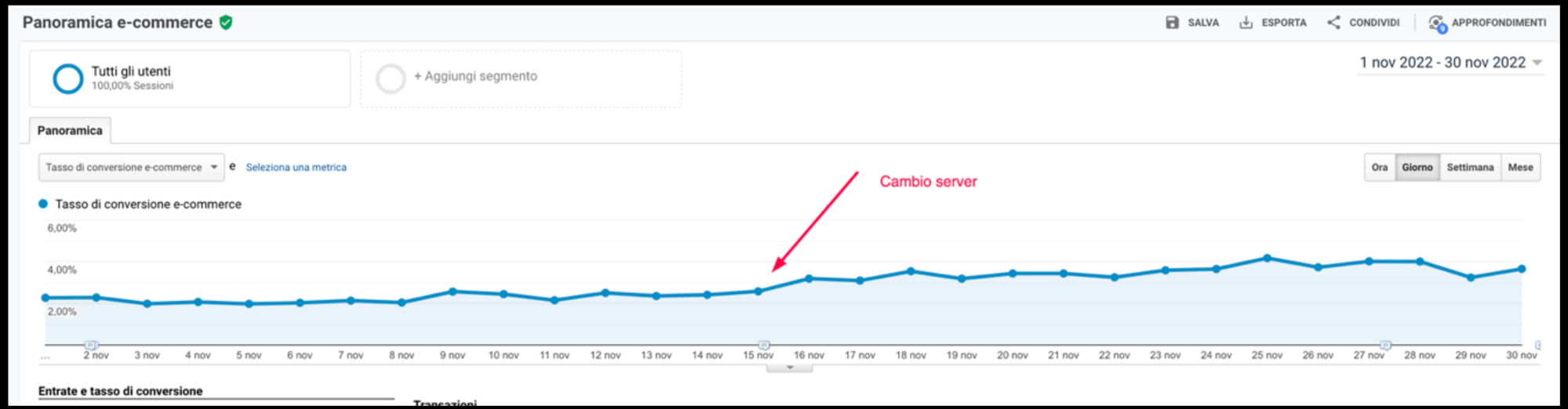
Acquista i tuoi prossimi regali online e rendili unici con nomi e dediche!

👉http://bit.ly/Christmas-The-Original

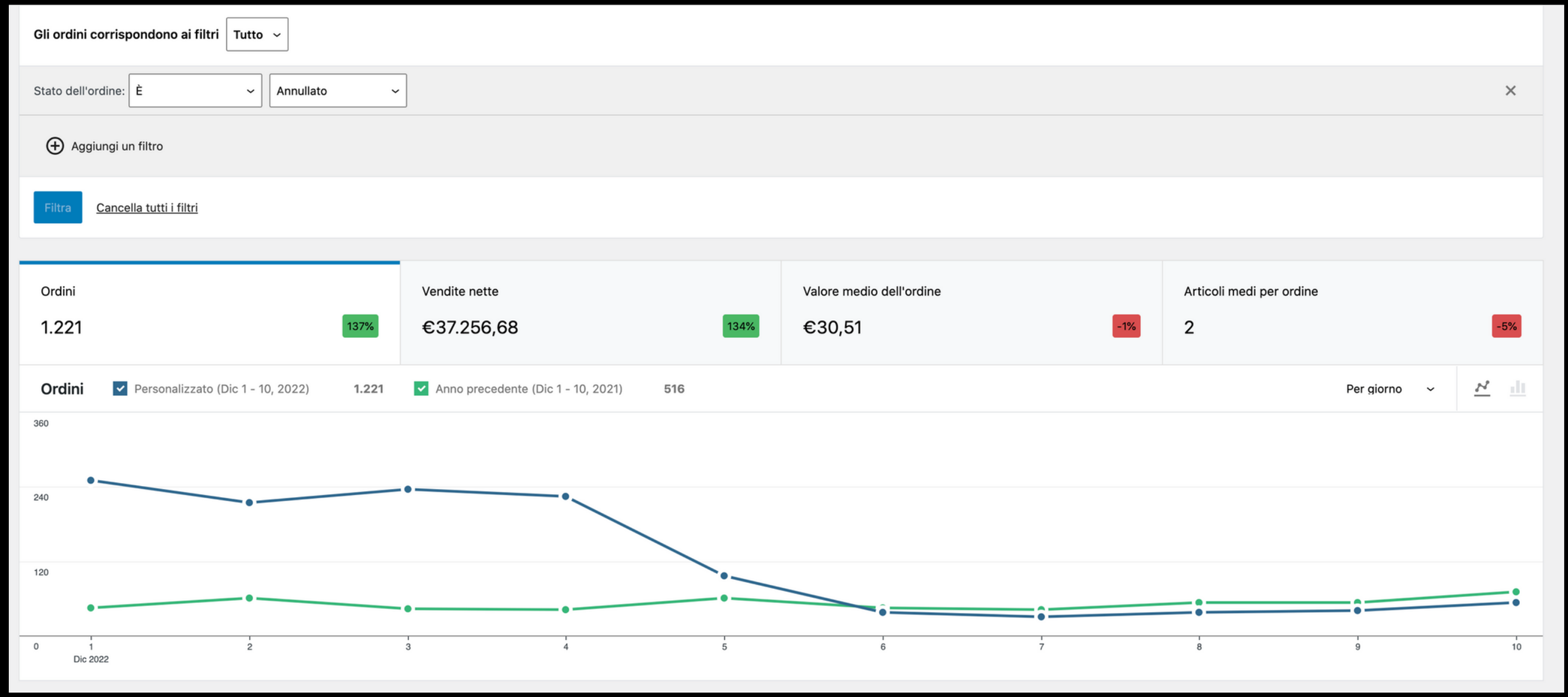
CHRISTMASTHEORIGINAL.IT
🎄 Scopri Tutti Le Nostre Idee Regalo Online 🤩
Acquista ora

Learnn

Modifica server: aumento Conversion Rate



Ordini annullati: cambio modalità di pagamento da Paypal a Stripe



Aumentare i margini

Al fine di aumentare i margini e allineare i prezzi in chiave OmniChannel abbiamo deciso di testare la rimozione di tutti i coupon sconto, sia quello relativo al recupero carrello che il welcome coupon.

Abbiamo inoltre innalzato la soglia della spedizione gratuita da 40€ a 70€.

Principale rischio? Diminuzione di fatturato e ordini.

Learnn

Anticipare e allungare la stagione

Destagionalizzazione:
lancio nuova collezione in esclusiva per i clienti nella prima settimana di Ottobre

Learnn

Aumento giorni utili per la vendita

Damiano,

va sempre così…ogni anno ti riprometti di fare i regali in anticipo ma poi finisci a correre di qua e di là il giorno della Vigilia per trovare quello giusto per tutte le persone sulla tua lista. 😅

… Non preoccuparti, quest'anno ci siamo qui noi ad aiutarti. 😇
Su www.christmastheoriginal.com, **effettuando oggi i tuoi acquisti, la consegna è GARANTITA in tempo per Natale** per tutti gli ordini, così non rischi di restare senza i regali perfetti! 🎁

Acquista **oggi** i tuoi regali, la **consegna è garantita** in tempo per Natale!

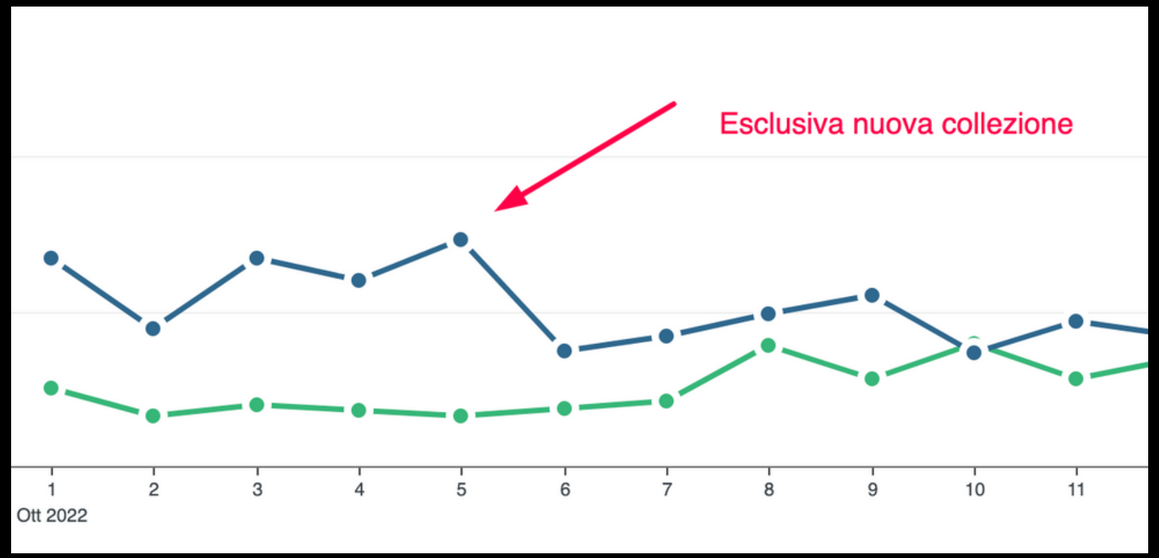
Learnn

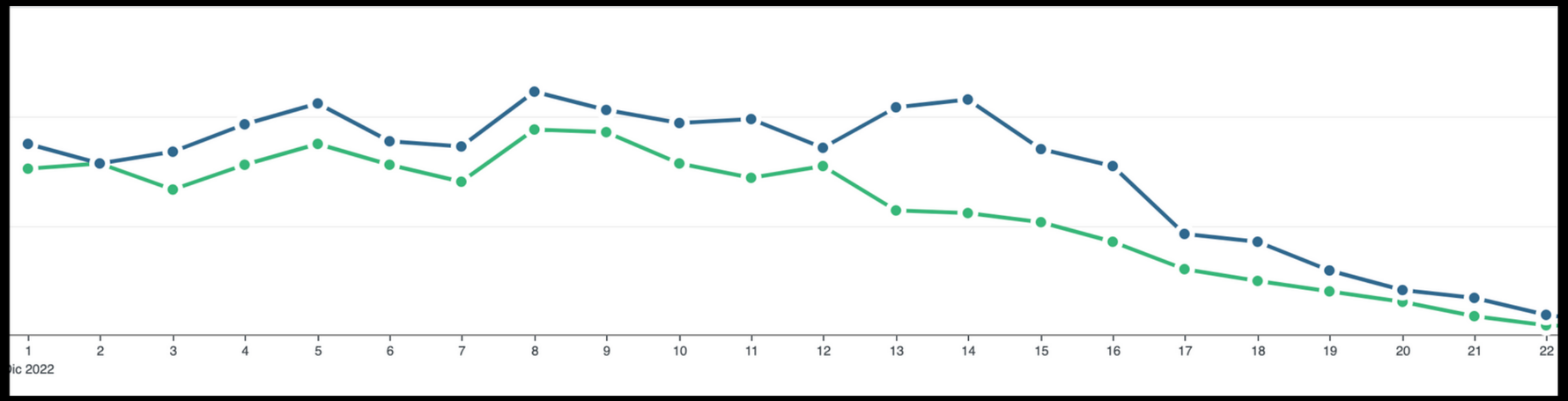
Social Storytelling e Mailing

La comunicazione social e la comunicazione mantenuta 12 mesi l'anno ha portato vendite costanti e la possibilità di commercializzare anche prodotti a tema: festa dei nonni, San Valentino, nascite, animali domestici…

Learnn

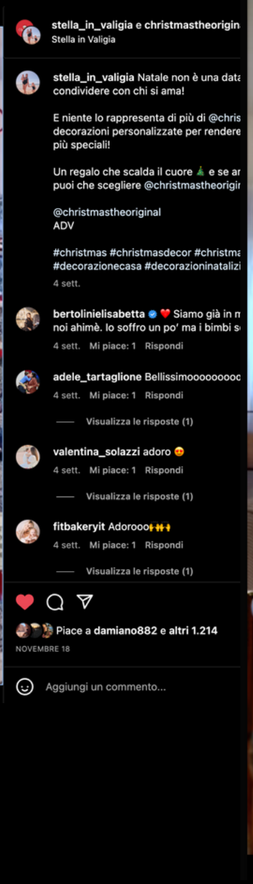
Risultati destagionalizzazione





Learnn

Influencer marketing



Learnn

Risultati 2022 vs 2021

Fatturato: +25%

Margini: +33%

Ordini: + 12%

Aov: +13%

15 temporary store aperti

Learnn

Diventare Leader di settore

L’azienda ha messo il suo imprimatur di leader in Italia, ampliando ulteriormente la presenza Retail e attivando un Marketing Omnicanale che alimenta brand awareness, vendite online, ma anche drive to store e sell out nei molteplici negozi fisici.

Risorse consigliate

Learnn

Grazie per l’attenzione

Enrico Ferretti

Founder @ Secret Key

https://www.linkedin.com/in/enricoferretti/

Damiano Oliva

Head of Digital @ Secret Key

https://www.linkedin.com/in/damianooliva/

Learnn