



**TRASFORMARE
L'OUT-OF-STOCK IN
UN'OPPORTUNITÀ DI
CRESCITA PER
L'ECOMMERCE**

STOREIS.



FELT

CONTESTO

A partire dalla pandemia il **mercato del ciclismo** ha visto una **crescita esponenziale** dei **volumi di vendita online**.

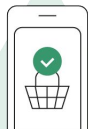
A fronte di un boom inaspettato di settore, Felt si è trovato ad affrontare un **rapido esaurimento dei proprio prodotti**.

Data l'**impossibilità di un costante e sostanziale rifornimento** dello stock online, abbiamo supportato il cliente ad **adattare la propria strategia** al contesto di riferimento.

Per trasformare l'out-of-stock in un'opportunità di crescita per l'ecommerce, abbiamo individuato due obiettivi principali.



OBIETTIVI



Razionalizzare le vendite online, puntando a efficientare i costi e orchestrare i canali di vendita online per sfruttare lo stock disponibile a magazzino massimizzando il profitto.



Far crescere la Customer Base, adottando una strategia di CRM su HubSpot per capitalizzare l'interesse generato dal boom di mercato, permettendoci di individuare nuovi potenziali clienti.



APPROCCIO



HubSpot CRM

Tenendo in considerazione tali obiettivi, abbiamo sviluppato una strategia di CRM per:

1. **Sfruttare appieno le funzionalità di Hubspot** per favorire la massima resa delle **campagne di lead generation**, aumentare la **customer acquisition** e la **retention**
2. **Mappare le Buyer Personas** per definire i **cluster di utenti interessanti** basandosi sulle loro caratteristiche e disegnare una **content marketing strategy** in linea con queste brand personas
3. **Raccogliere i key insights sui clienti esistenti** per definire delle azioni concrete volte a **migliorare il sito esistente in termini di UX, design e ottimizzazione** della raccolta in **pre-order** dei prodotti, attraverso **l'analisi del database** e una **survey custom** sviluppata in collaborazione con il Brand
4. **Progettare e mettere a terra delle journey automatizzate** per migliorare l'efficacia delle **interazioni 1:1 cross-channel**, oltre a creare una **customer experience unificata e fluida**
5. **Supportare la content strategy del Brand** per guidare la **creazione** e **l'orchestrazione** dei **messaggi di comunicazione** finalizzati a **migliorare l'esperienza degli utenti** e mantenere alto **l'engagement** in base ai format di contenuto più apprezzati, le abitudini o le discipline ciclistiche preferite

RISULTATI

OBIETTIVI

L'attività di **database enrichment** e le **survey di mercato** sviluppate in modo custom hanno portato insights preziosi.

Tra i tanti spunti, i principali riguardano i **modelli di comportamento online degli utenti**, le **discipline** e le **modalità ciclistiche preferite** dagli utenti come racing, casual, commuting, ecc.

Abbiamo anche acquisito delle informazioni su abitudini e frequenza di acquisto legate ai prodotti ciclistici, sulla **USP di Felt Bicycles** e sul **valore percepito dei contenuti online**.

Abbiamo utilizzato questi insights per strutturare un **action plan** volto a portare diversi miglioramenti al progetto.



ACTION PLAN

1. OTTIMIZZAZIONE SITO WEB

migliorando la **UX**, le **ricerche organiche** e l'**acquisizione di dati** basata sui feedback dei clienti

2. CONTENT PLAN

sviluppando un **piano editoriale** incentrato sui profili delle **buyer personas individuate**, confrontandole con i risultati raccolti dalle analisi svolte per validarlo

3. MARKETING STRATEGY

progettando oltre **35 journey automatizzate** per **guidare l'esperienza online** dell'utente, mantenere alto l'engagement - soprattutto nel caso di **assenza di stock di prodotto** - e **accelerare il processo direct-to-consumer**

**VUOI SAPERNE
DI PIÙ?
RESTIAMO IN
CONTATTO :)**

[ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER →](#)

STOREIS.

via Carlo Leoni, 7
35139 Padova (Italy)

 (+39) 049 738 6284

 info@store.is

store.is