

دراسة حالة تسويقية

متجر ميلانو للإلكترونيات

رفع كفاءة صفحات المنتجات وتحويل الاهتمام إلى
مشتريات مكتملة

التجارة الإلكترونية - الإلكترونيات



زيارات للمنتجات، لكن نسبة كبيرة تتوقف قبل الدفع

كان المتجر يستقبل زيارات من الإعلانات والبحث، إلا أن صفحات المنتجات لم تقدم معلومات كافية عن الضمان والشحن والتوافق، كما أن إعادة الاستهداف لم تكن مبنية على سلوك المستخدم داخل المتجر.

0.9%

معدل التحويل

78%

التخلي عن السلة

71 ريال

تكلفة الطلب

الأثر على العمل: الإنفاق الإعلاني كان يجلب اهتمامًا أوليًا، لكن ضعف الثقة ونقص التفاصيل في اللحظة الأخيرة كانا يرفعان تكلفة البيع ويتركان سلات غير مكتملة.

تحسين المنتج والثقة وإعادة الاستهداف

تم تصميم الحل بما يناسب طبيعة القطاع وسلوك العميل، بدل تطبيق قالب واحد على جميع الأنشطة.

معلومات المنتج

توحيد المواصفات والضمان والتوافق ومحتوى الأسئلة الشائعة.

عناصر الثقة

إبراز طرق الدفع والشحن والإرجاع بجوار قرار الشراء.

إعلانات ديناميكية

إعادة استهداف حسب المنتج الذي شاهده أو أضافه العميل.

تحسين الدفع

تقليل التشتيت وتوضيح الخطوات والرسوم قبل التأكيد.

معالجة التسرب في مسار الشراء

رحلة مترابطة تقلل الفجوات بين الاهتمام الأولي والنتيجة المطلوبة.

1

مشاهدة المنتج

مواصفات وصور ومقارنة
أوضح

2

إضافة للسلة

تأكيد الضمان والتوفر
والشحن

3

بدء الدفع

خيارات دفع واضحة دون
مفاجآت

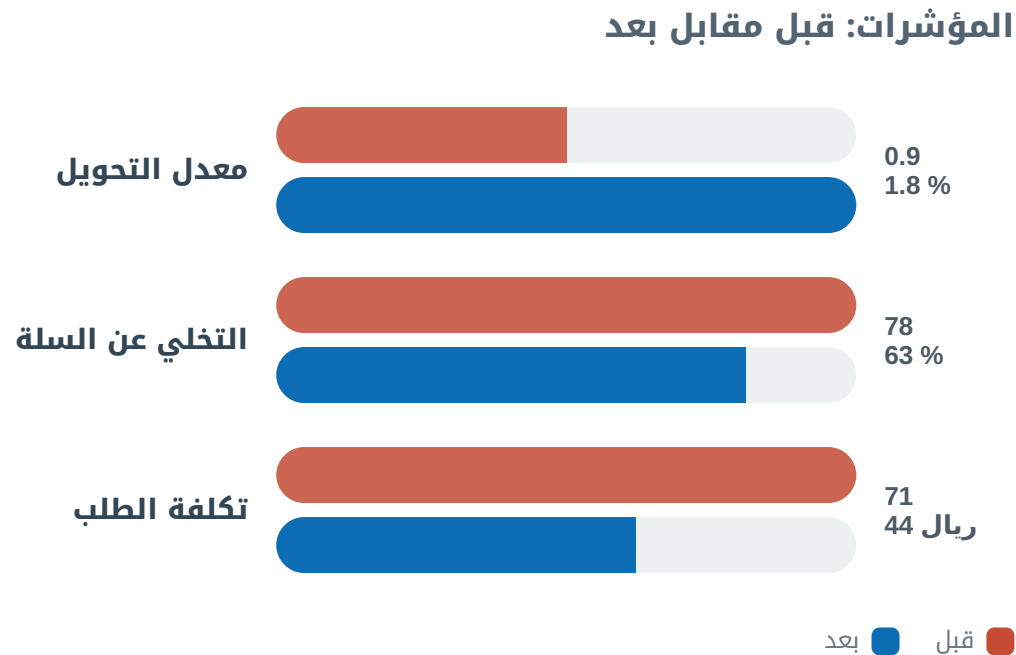
4

إعادة الاستهداف

رسالة مخصصة للمنتج والسلة
المتركة

مبيعات أكثر من نفس حجم الزيارات

٢٠١٥ ٢٠١٦ ٢٠١٧ ٢٠١٨ ٢٠١٩ ٢٠٢٠ ٢٠٢١ ٢٠٢٢ ٢٠٢٣ ٢٠٢٤



100%+

معدل التحويل

15- نقطة

التخلي عن السلة

38%-

تكلفة الطلب

نتيجة مختلفة تناسب تحدي متجر ميلانو للإلكترونيات

1.8%

معدل التحويل

63%

التخلي عن السلة

44 ريال

تكلفة الطلب

تحسين قرار الشراء داخل صفحة المنتج، ثم تخصيص إعادة الاستهداف، يساعدان على استثمار الزيارات الحالية بصورة أفضل بدل الاعتماد فقط على زيادة الميزانية.

نحن في مساحات التمكين للتسويق نسعد بنجاح عميلنا.