

Kulisy 2023:

Podsumowanie i Predykcje z edrone



Patrycja Nieświec
Customer Success



Kinga Kachnik
Customer Success

Agenda

Zyskasz wiedzę o trendach i możliwościach podejścia premium na 2024	3
edrone wrapped — nasze i Wasze hity	39
O losie produktu i wyzwaniach z Olafem Otrząskiem, Senior Product Designer	48
Q&A z ekspertem	55

TRENDY 2024



3

1

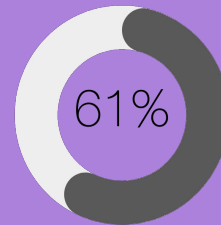
TREND 1.

ESG

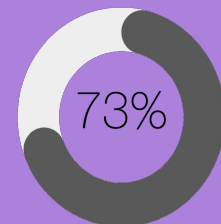
Zestaw kryteriów oceny zrównoważonego rozwoju i wpływu społecznego, obejmujący 3 obszary: środowisko, społeczeństwo, zarządzanie.



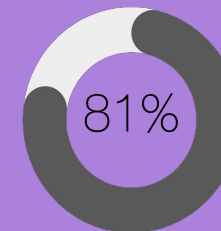
TREND 1. ESG



klientów popiera rozwój ESG w firmach



konsumentów bierze pod uwagę dbałość o środowisko przy wyborze produktów



przedstawiciele firm uważa, że trend ESG będzie się rozwijał na rynku



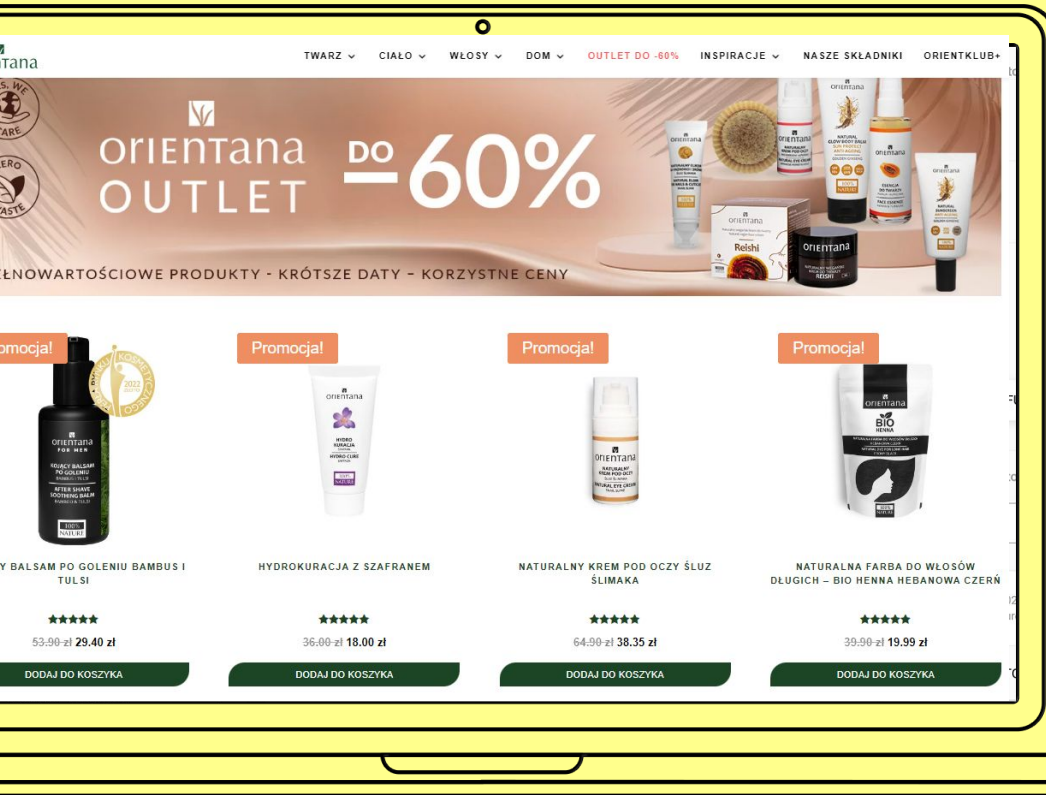
Re-commerce,
czyli wykorzystanie
produktów
do drugiego obiegu




ansin.pl Zanim na dobre oddamy się weekendowemu lenistwu to mamy dziś przed nami ważne zadanie - przygotowujemy dla Was kolejną edycję outletu ANSIN! 😎

Dla przypomnienia: OUTLET ANSIN to cykliczna akcja, podczas której szukamy właścicieli dla naszych produktów z sesji zdjęciowych lub tych, które noszą minimalne wady (niewpływające na użytkowanie ubrania). Pomyśleliśmy, że warto je podać dalej do Was po odpowiednio niższej cenie właśnie w ramach takiej "wyprzedaży".

Re-commerce,
daj drugie życie
swoim produktom



Re-commerce,
daj drugie życie
swoim produktom



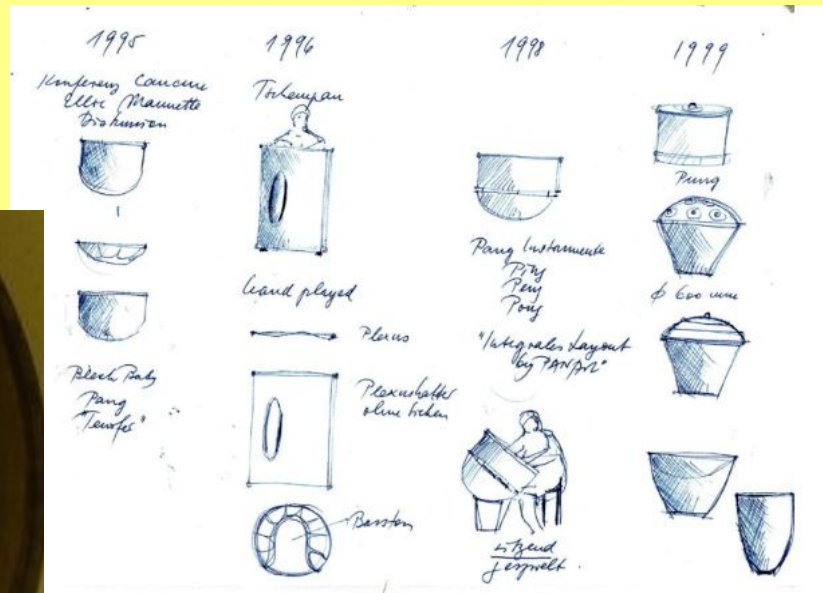
**"W PRL, LUDZIE CHCIELI
WSZYSTKIEGO, BO W SKLEPACH
NIE BYŁO NICZEGO"**

~Babcia Helena

Źródło:

<https://dzieje.pl/content/reglamentacja-towar%C3%B3w-w-prl>

Ograniczenie dostępu



**HANDPAN
HANG DRUM**



PANIART

TREND 1. ESG

PODSUMOWANIE

KORZYŚCI

- Zwiększenie zaufania klientów
- Budowanie pozytywnego wizerunku marki
- **Wzrost ambasadorów marki**

TREND 1. ESG

PODSUMOWANIE

KORZYŚCI

- Zwiększenie zaufania klientów
- Budowanie pozytywnego wizerunku marki.
- Wzrost ambasadorów marki

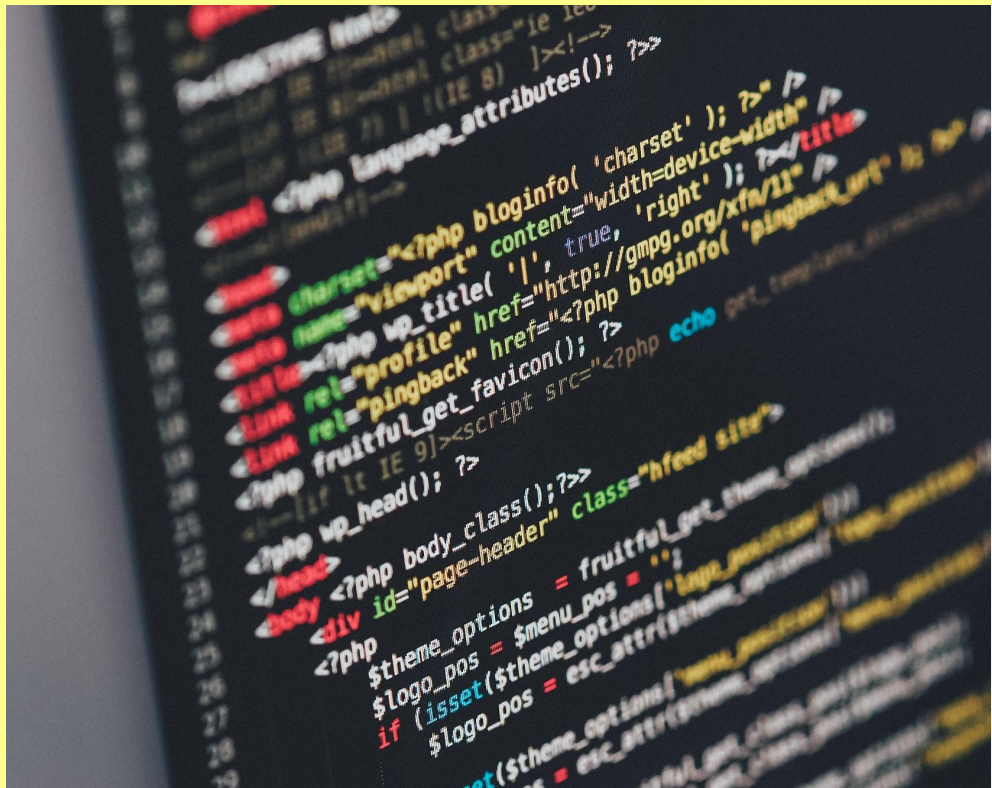
WYZWANIA

- Ryzyko greenwashingu (fałszywe zapewnianie o zrównoważonej działalności)
- **Konieczność transparentności w praktykach ESG**

2

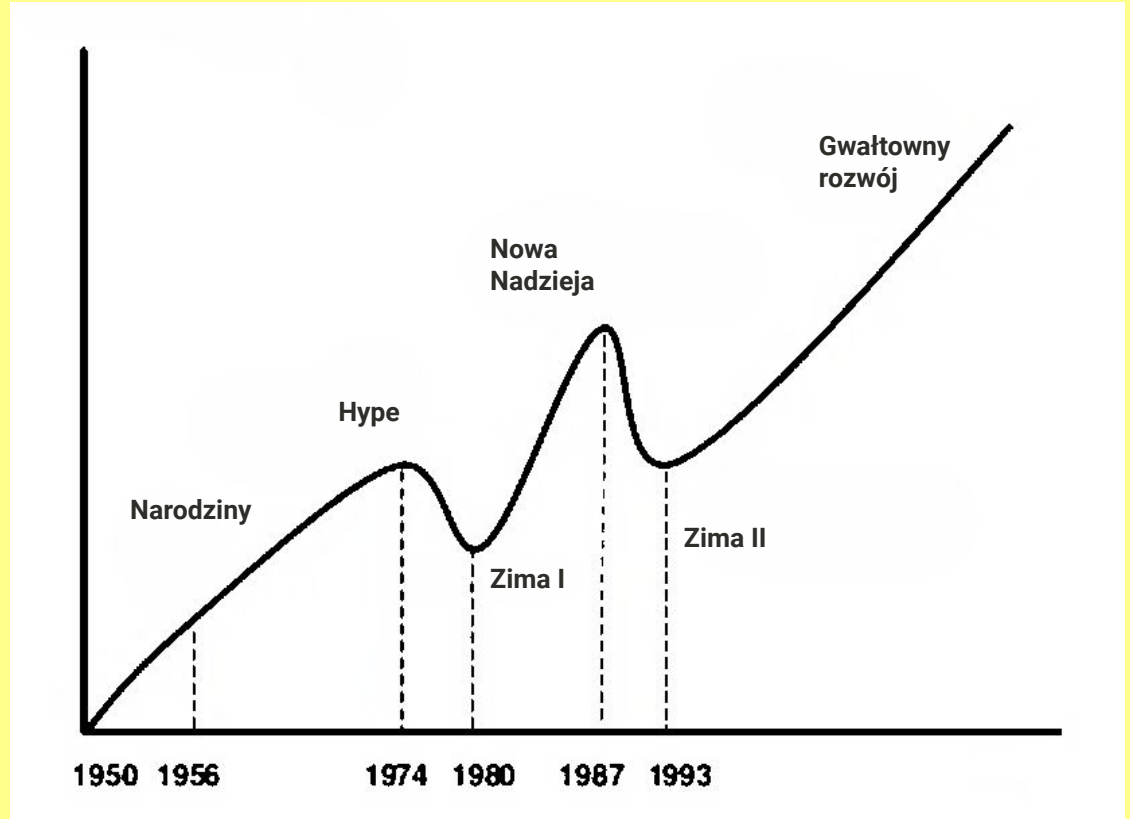
TREND 2.

AI



Zimy AI

- **Początek: 1956+**
Dartmouth, programy "inteligentne"
(szachy, algebra), ELIZA
- **Pierwsza zima: 1974-80**
Brak szczególnych postępów, DARPA
- **Nowa nadzieja:**
Systemy eksperckie
- **Druga zima: 1987-93**
Upadek hype ES
- **Kapitalizm: 2000+**
Inwestycje, data mining, wyszukiwarki
- **Przymrozek ~2004**
Unikanie określenia "AI", Super hype
- **Boom: 2010**
Skok mocy obliczeniowej, era Big Data



TREND 2.

AI

- NLU
- Chatboty
- Hipersonalizacja

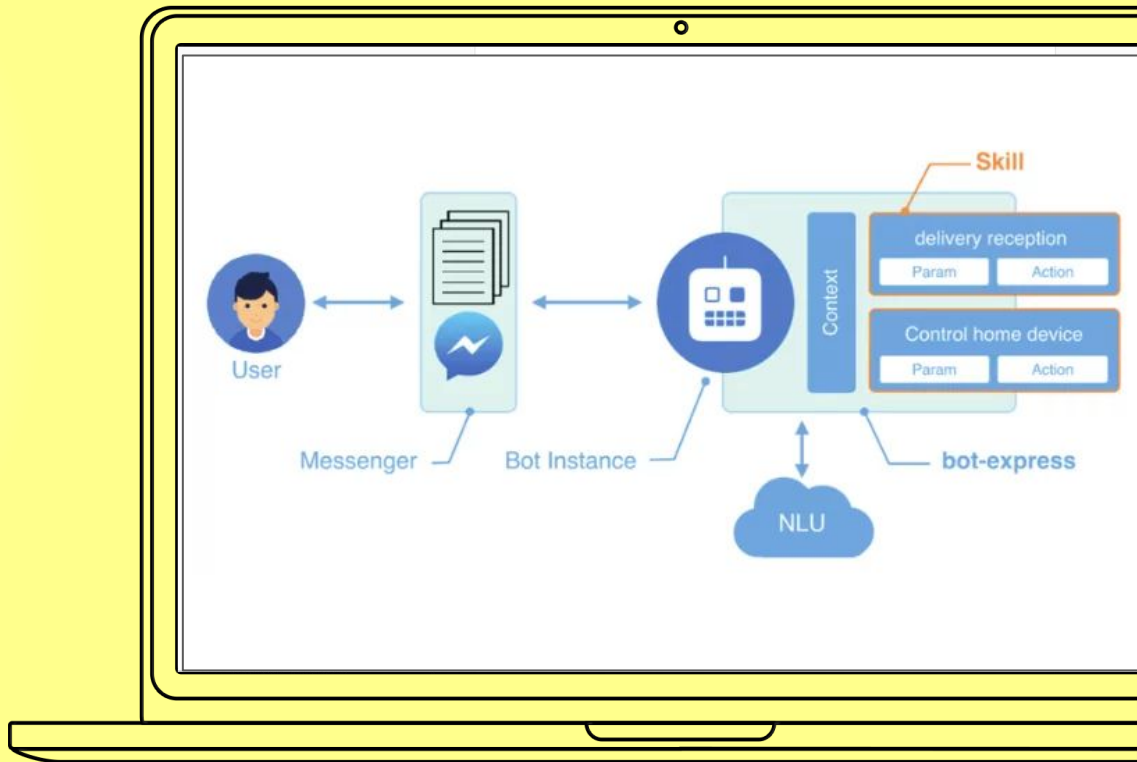


TREND 2. AI

NLU

Zastosowanie

- Chatboty
- Asystenci głosowi
- Wyszukiwanie w języku naturalnym
- Wyszukiwanie informacji w sieci:
- Zastosowanie w prawie
- Podsumowywanie treści



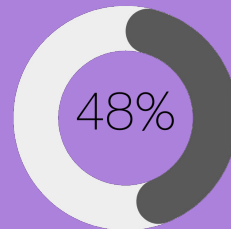
TREND 2.

AI –

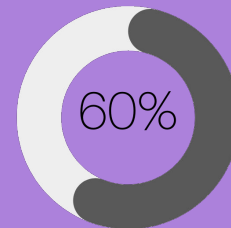
CHATBOTY



Do 2027 chatboty mogą stać się głównym kanałem obsługi klienta dla $\frac{1}{4}$ wszystkich firm.



użytkowników preferuje skuteczne rozwiązanie problemu, niż “osobowość” odpowiadającego.



konsumentów wciąż woli oczekiwanie na agenta niż natychmiastową odpowiedź od chatbota

A photograph of a grocery store's self-checkout area. Several self-checkout stations are lined up, each with a large touchscreen monitor and a card reader. The screens display a 'Welcome' message and instructions. In the background, there are shelves stocked with various goods, including a large display of bread. A large, bold, black text overlay is centered over the image, reading 'PREMIUM = ZE WSPARCIEM CZŁOWIEKA'.

**PREMIUM =
ZE WSPARCIEM
CZŁOWIEKA**

TREND 2. AI

HIPERPERSONALIZACJA

Hiperpersonalizacja to zaawansowana forma personalizacji, wykorzystująca dane, sztuczną inteligencję i uczenie maszynowe do tworzenia indywidualnych doświadczeń dla klientów.

TREND 2. AI HIPERPERSONALIZACJA

PERSONALIZACJA vs. HIPERPERSONALIZACJA



Cześć Klaudia!

Odkryj naszą nową kolekcję kosmetyków do makijażu!
Tylko teraz przy zakupie dwóch produktów, trzeci otrzymasz gratis.

Kup teraz!



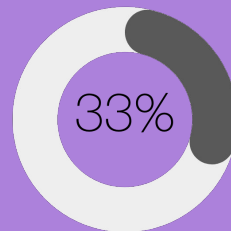
Cześć Klaudia!

Zauważyliśmy, że ostatnio interesowałaś się naszą nową szminką do ust BECCA, o odcieniu różu-nude. 🌸
Wróć do niej i skorzystaj z 5% zniżki!

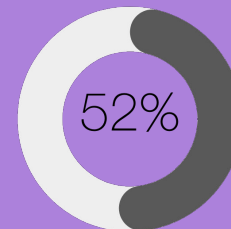
Kupuję szminkę

TREND 2. AI

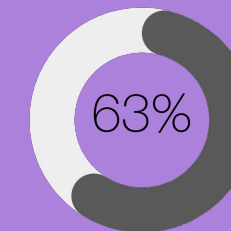
HIPERSONALIZACJA



konsumentów korzysta z ofert zawartych w newsletterach, e-mailach, czy powiadomieniach.



konsumentów wybiera filmy, muzykę, czy artykuły opierając się na indywidualnej historii.



klientów preferuje spersonalizowane produkty/usługi.

**Hipersonalizacja wpływa
pozytywnie na retencję!**

TREND 2. AI - HIPERSONALIZACJA

PODSUMOWANIE

KORZYŚCI

- **Wyższa skuteczność kampanii marketingowych.**
- Oszczędność czasu klienta: Szybsze znalezienie interesujących produktów.
- Większa sprzedaż: Dostosowane oferty zwiększają skuteczność sprzedażową.

TREND 2. AI - HIPERPERSONALIZACJA

PODSUMOWANIE

KORZYŚCI

- Wyższa skuteczność kampanii marketingowych.
- Oszczędność czasu klienta: Szybsze znalezienie interesujących produktów.
- Większa sprzedaż: Dostosowane oferty zwiększają skuteczność sprzedażową.

WYZWANIA

- **Obawy o bezpieczeństwo danych**
- Obawy o nadmierną wiedzę firm
- Zdarza się, że otrzymuje nietrafione oferty lub oferty produktów, które już kupiłem/kupiłam

3

TREND 3.

CUSTOMER EXPERIENCE

- Mobile first
- Płatności



Mobile first / m-commerce

- **Wygoda, personalizacja, efektywne powiadomienia i komunikacja**
- Zaangażowanie klienta i programy lojalnościowe są wspierane przez aplikacje mobilne, oferując specjalne promocje i nagrody.
- Podejście mobile first odkrywa nowe możliwości analityczne
- Sprawne finalizowanie zakupów i transakcje



Płatności vs. komfort

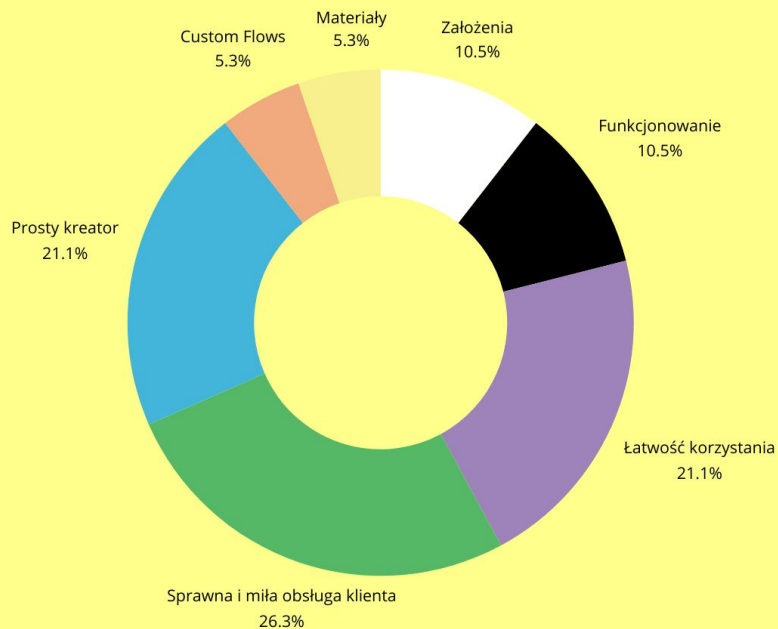
- Płatność powinna być praktycznie **niezauważalnym** elementem transakcji.
- Rozwijający się trend **portfeli cyfrowych**
- **Płatności odroczone** — wg.prognoz Research and Markets, mają do końca tej dekady stać się najczęściej wykorzystywaną formą płatności za zakupy w sieci.



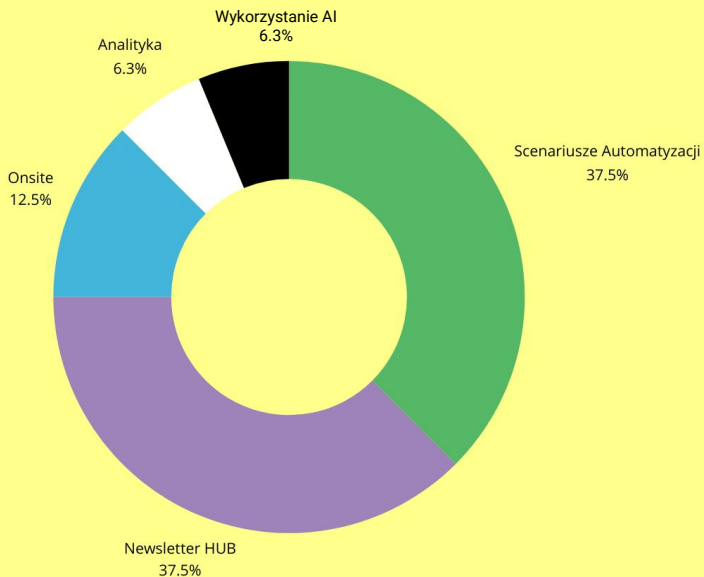


EDRONE WRAPPED 2023

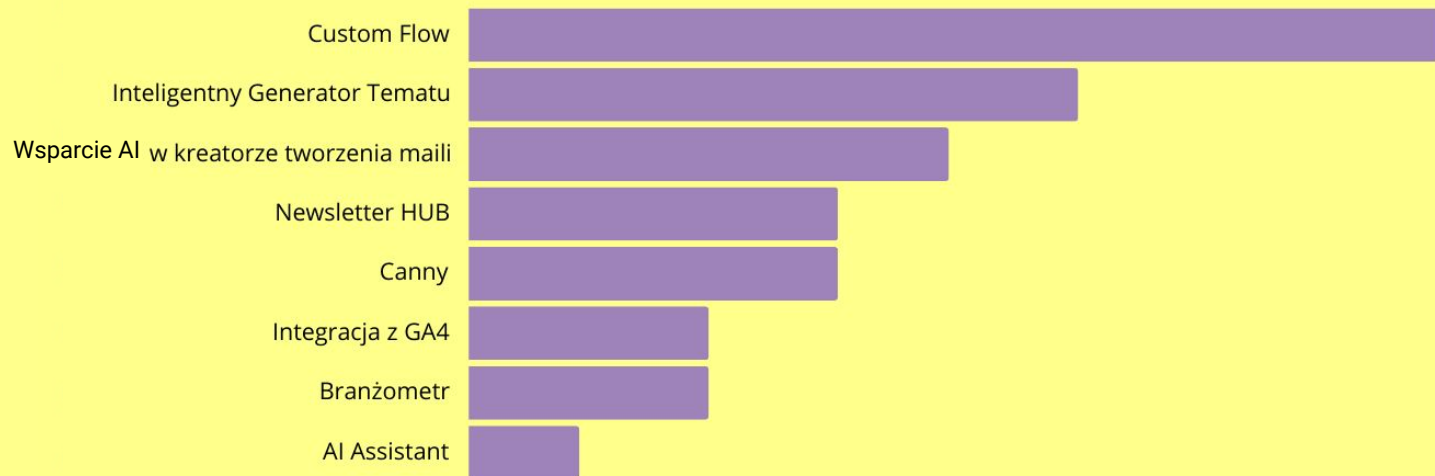
Z czego jesteście najbardziej zadowoleni?



Które funkcjonalności są dla Was najważniejsze?

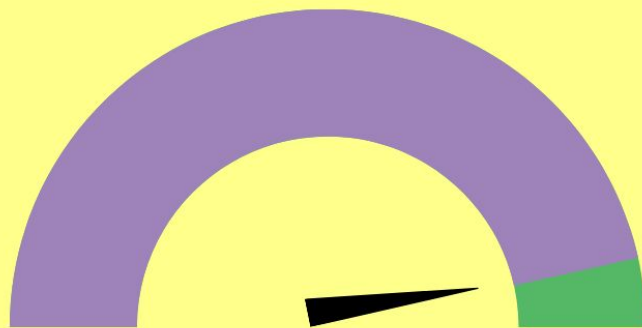


Którą funkcjonalność z 2023 doceniliście najbardziej?



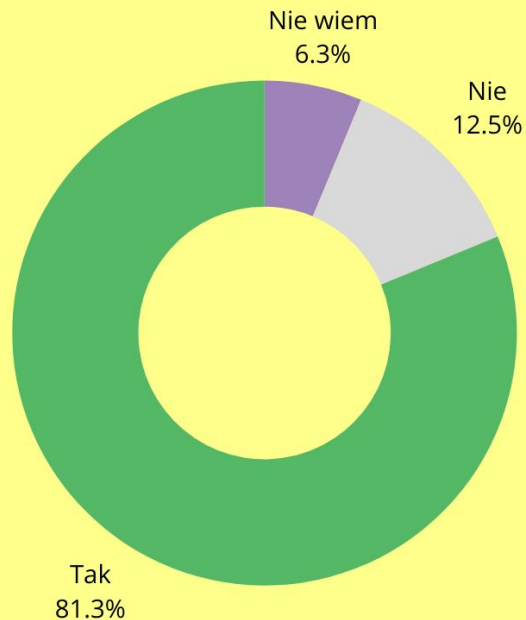
Dziękujemy za docenienie!

Obsługa klienta 🚀



93%

Prawdopodobieństwo, że polecicie nas innym



Zabrakło Twojej opinii?

Nic straconego!

Wciąż zachęcamy do uzupełnienia ankiety dostępnej powyżej. 😊

A group of people are clapping and smiling at a Christmas event. In the foreground, a man with a beard and glasses, wearing a dark suit and a yellow bow tie, is clapping. To his right, a woman in a light-colored suit is also clapping. Further right, a man in a brown blazer and blue jeans is clapping. The background is decorated with a Christmas tree and lights. A sign with the word "CHRISTMAS" is visible in the background.

**Dziękujemy za
kolejny wspólny rok!**

GOŚĆ SPECJALNY

Olaf Otrząsek

Senior Product Designer

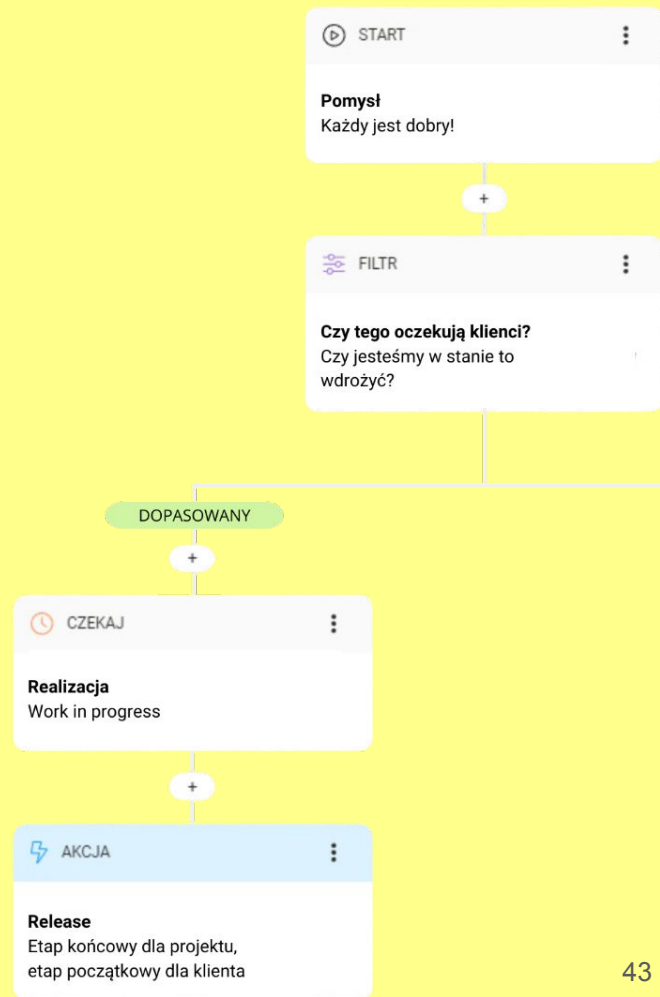


**Jakie funkcjonalności
wprowadzono w 2023?**

To był pracowity rok!

- Newsletter Hub
- Custom Flow
- AI Solutions w edrone
- Branżometr
- Produkty
- Canny
- Udoskonalenie dostępnych funkcjonalności
- Możliwość płatności kartą

... i wiele innych!



**Co było największym
wyzwaniem w zeszłym
roku?**

**Z czego najbardziej
jesteście dumni?**

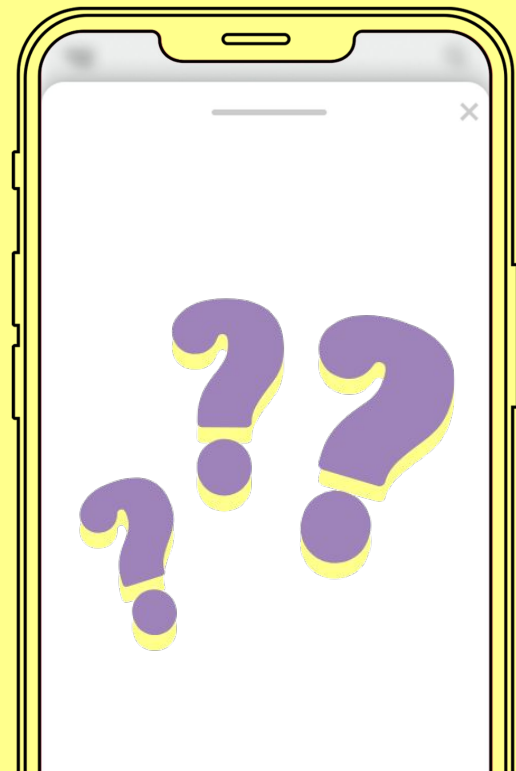
**Czego możemy się
spodziewać w 2024? 🙄**

**Jak klienci mogą
angażować się w
tworzenie produktu?**

Q&A Z EKSPERTEM

Dorzuć coś od siebie!

Zadaj na czacie pytanie, kończąc je znakiem zapytania.



Na rozgrzewkę... DKIM!

DKIM (DomainKeys Identified Mail) to metoda uwierzytelniania wiadomości e-mail, która wykorzystuje kryptografię klucza publicznego do weryfikacji autentyczności wiadomości e-mail. Prawidłowe uwierzytelnienie pomaga poprawić reputację domeny.

Po co to komu? 🙄

- Żeby nasze działania były efektywne, a wiadomości trafiały do klientów...
- ...niekoniecznie do spamu 😊

! W skali roku 22% wszystkich wiadomości (marketingowych i transakcyjnych) trafia do spamu lub w ogóle nie jest dostarczona.

Chcesz zawyżyć tą średnią?

Bądź świadomym Edronowiczem i dodaj wpis uwierzytelniający (o ile jeszcze tego nie zrobił*ś)! 🚀



Więcej o DKIM, SPF

