

CASE

W | METRO

**Asiakkuuksien hallinta
haltuun**



Wihuri Metro-tukussa tunnistettiin tarve parantaa asiakkuuksien hallintaa datan ja automaation avulla sekä aktivoida passiivisia asiakkaita kohdistetun markkinoinnin keinoin.

Wihuri Metro-tukku on yksi Suomen johtavista päivittäistavara-alan tukkukaupoista. Wihurilla oli jo kokemusta yhteistyöstä Lenzin kanssa Tekniselle kaupalle toteutetusta btob-verkkokaupan kehitysprojektista, jonka tuloksiin oltiin erittäin tyytyväisiä.



**Miten dataa voitaisiin hyödyntää
asiakashallinnassa?**



**Miten passiivisia asiakkaita
voitaisiin aktivoida?**

Lenzin monitieteellinen projektitiimi tarttui haasteeseen projektipäällikön johdolla.

-  Haasteiden selättäminen käynnistyi asiakashallinnan ja digimarkkinoinnin työkalujen nykytilan kartoituksella ja dokumentoinnilla.
-  Projektitiimi keräsi ja analysoi myös olemassa olevan datan tunnistakseen potentiaalisimmat mahdollisuudet.
-  Lisäksi tiimi tunnisti keinot tämän hetkisten passiivisiksi jääneiden asiakkaiden aktivoimiseen ja entistä parempaan palvelemiseen.
-  Projekti jatkui tuottamalla Metro-tukun asiakkaita palvelevaa sisältöä verkkosivuille, verkkokauppaan ja uutiskirjeisiin.

Projektin tuloksena Wihuri Metro-tukku sai käytännönläheisiä ja konkreettisia ratkaisuja:



Projektin aikana käynnistettiin sähköpostimarkkinoinnin A/B-testaus ja vaikuttavuuden mittarointi sekä ehdotukset jatkokehitykseen.



Projektin lopputuloksena oli helpommin johdettavaa ja tehokkaampaa markkinointia ja sitä kautta erittäin merkittävä myynnin kasvu lyhyessä ajassa.

“Olimme todella tyytyväisiä projektin lopputulokseen.

Projektin onnistumisen avaimena oli loistava ja omatoiminen tiimi. Saimme kaiken lisäksi tehtyä loistavan rekrytointin projektin kautta.”

– Fredrik Grahn, Senior Marketing Manager, Wihuri Metro-tukku