**Vendita Incrociata**

Questa campagna é fondamentale per automatizzare una buona strategia di ***cross sell*** con i clienti che hanno fatto acquisti in un determinato periodo di tempo acquistando una determinata promozione, o un determinato prodotto (registrato nella transazione di acquisto).

Esempio pratico: immagina di avere un negozio di calzature e voler ricontattare il cliente che è venuto il giorno precedente e ha acquisto l scarpe rosse per informarlo che hai anche la cinta rossa della stessa pelle delle scarpe. Uno strumento semplice che però ti apre le porte a mille promozioni incrociate da poter applicare in automatico senza tanti sforzi, anzi si… sarai costretto a vendere di più… che dramma!

Puoi attivare più campagne automatiche per la vendita incrociata e ad ognuna puoi dare input diversi, come ad esempio:

* Un negozio di calzature può vendere più accessori, abbinandoli alle scarpe acquistate: solette in gel per scarponcini o scarpe da ginnastica, cinte, borse o borselli da associare a scarpe classiche.
* Un ristorante può inviare coupon per cene romantiche ai clienti che vengono solo per cene di lavoro, puoi invitare i clienti che vengono infrasettimanalmente a prenotare un tavolo col menù fisso; sei in grado di invitare i clienti che assaggiano sempre lo stesso menù a provare altre pietanze. Le coppie con figli a festeggiare il compleanno dei bambini da te.
* Un centro estetico venderà più pacchetti massaggi o trattamenti, evidenziando in automatico le clienti che usano trattamenti correlati; sarà possibile aumentare il passaparola chiedendo ai clienti di scrivere un parere sui propri servizi all’interno della propria pagina facebook

E molto altro.

Guarda il video per altre informazioni:

[](http://www.simsol.it/wp-content/uploads/2015/07/ID-1008702.jpg) Chiamalo upsell, chiamalo **cross sell**, io lo chiamo vendere! Il cliente che ha acquistato di recente, ha un livello di fedeltà superiore a chi ha acquistato da molto tempo. In questo modo si fa in modo che il cliente abbia sempre un motivo per tornare in un tempo ragionevolmente breve.

Stiamo parlando di un’offerta commerciale, mascherata da coccola per i tuoi clienti.

Il messaggio che invierai tramite sms e/o email potrà contenere:

1. Un Buono Spesa
2. Uno Sconto Percentuale
3. Un Prodotto o Servizio Omaggio

L’engagement cliente è un aspetto del loyalty che fa la differenza in termini di risultati commerciali per le aziende che ne hanno cura e quelle che non lo fanno.