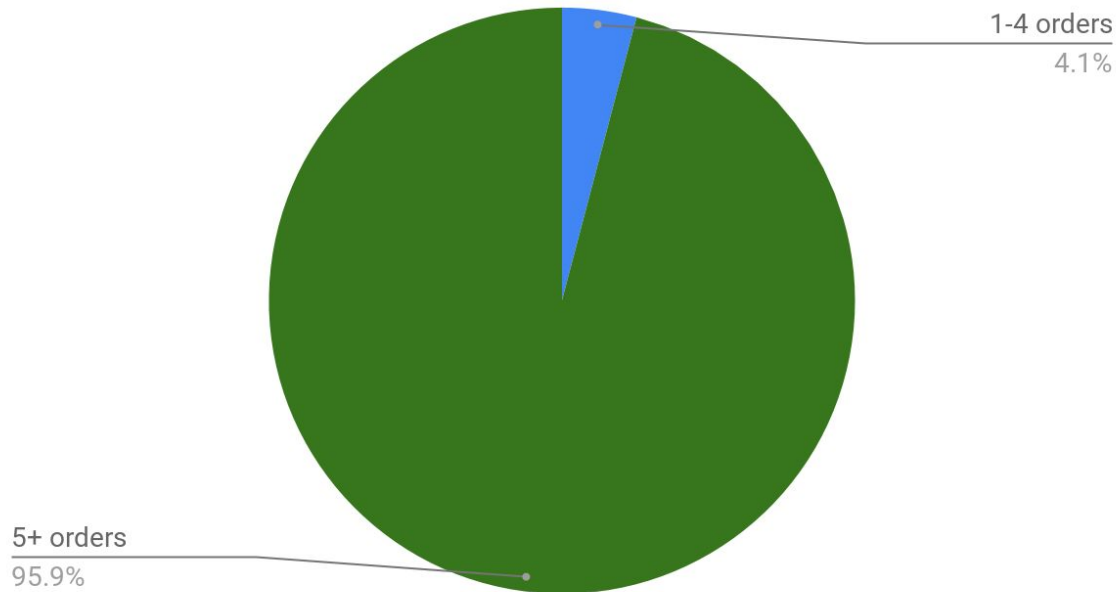


Onboarding v Rohlik.cz

PPC Kemp 23. 2. 2020

Proč je onboarding důležitý pro Rohlik.cz?

Gross Revenue: Orders Count per Buyer



Jak ho měříme?

OB rate 5/90

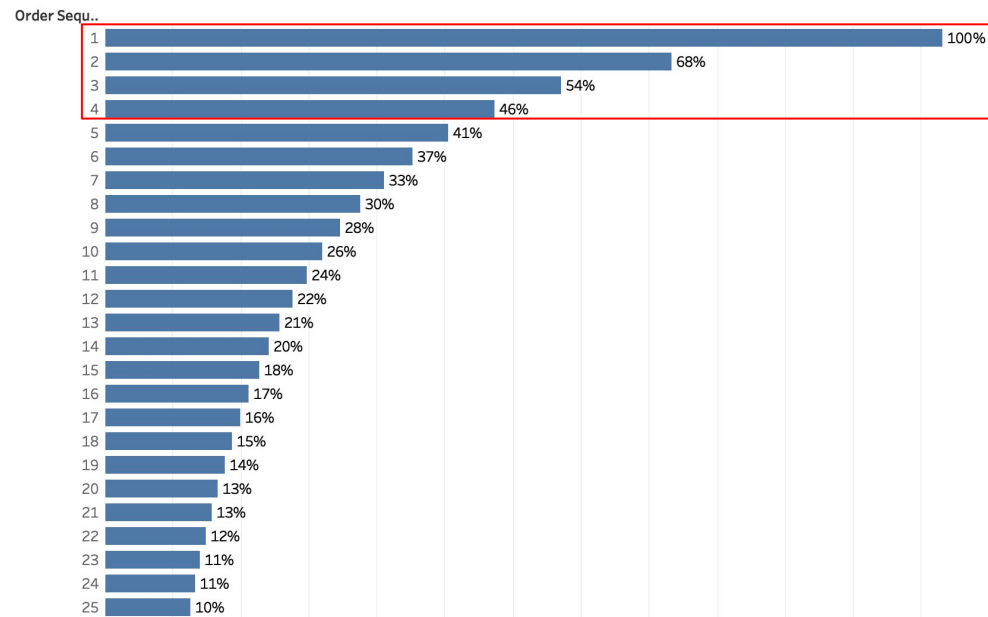
% počet nových zákazníků, co udělá **pátou objednávku do 90 dní od první.**

OB rate 2/30 - PROXY (pomocná)

% počet nových zákazníků, co udělá **druhou objednávku do 30 dní od první.**

Proč pátá objednávka = onboardovaný zákazník?

Buyers per OrderSequence in first 365 days



Kdyby 20 % z “1-4 orders” zákazníků se stala pravidelnými zákazníky, Rohlík by získal ročně:

+ 200,000,000 Kč

Kvartální projekt Q3 2019

3 měsíce na to zlepšit onboarding.
Owner projektu: Marketing

Kvartální projekt Q3 2019

3 měsíce na to zlepšit onboarding.
Owner projektu: Marketing

Kvartální projekt Q4 2019

3 měsíce na to zlepšit onboarding.
Owner projektu: Produkt

Kvartální projekt Q4 2019

3 měsíce na to zlepšit onboarding.
Owner projektu: Produkt

Hypotézy

Je složité udělat první objednávku

Stále je složité udělat 2., 3., .. obj.

Zákazník na Rohlík po první objednávce zapomene

Rohlík je drahý

Zákazníci nemají důvod u nás nakupovat, nejsou dostatečně přesvědčeni a motivováni

Neochota nakupovat kvůli ceně dopravy nebo min. výše objednávky

Hypotézy

Je složité udělat první objednávku

- Zúžit výběr na základní produkty
- Přepíšeme zákazníkovi účtenku ze supermarketu

Stále je složité udělat 2., 3., .. obj.

- Naučíme zákazníka používat oblíbené
- Budeme ho postupně učit na další funkce (Regál, Chef ..)

Zákazník na Rohlík po první objednávce zapomene

- Připomenutí pomocí SMS
- Remarketing (FB, IG, obsah)
- Rohlík jako subscription

Rohlík je drahý

- Řazení pro lepší cenovou percepci

Zákazníci nemají důvod u nás nakupovat, nejsou dostatečně přesvědčeni a motivováni

- Dobře prodat USPs služby
 - ◆ Na homepage, a celém webu / appce
 - ◆ V úvodních emailech
- Dobře prodat nás super sortiment
 - ◆ Na homepage, a celém webu / appce
 - ◆ V úvodních emailech
 - ◆ Onboarding slevy na klíčový sortiment
- Dát zákazníkovi dárek, vzbudit vděčnost, ukázat super péči
- Prodat více výhody Rohlíčku a onboardovat zákazníky přes něj
- Prodat více výhody appky a onboardovat zákazníky přes ní
- Kurýr poskytne nadstandardní péči u prvních objednávek

Neochota nakupovat kvůli ceně dopravy nebo min. výše objednávky

- Doprava zdarma / Premium na první objednávky
- Snížení min. výše obj. Na první objednávky

Hypotézy - vyzkoušené za Q4 2019

Je složité udělat první objednávku

- Zúžit výběr na základní produkty
- Přepíšeme zákazníkovi účtenku ze supermarketu

Stále je složité udělat 2., 3., .. obj.

- Naučíme zákazníka používat oblíbené
- Budeme ho postupně učit na další funkce (Regál, Chef ..)

Zákazník na Rohlík po první objednávce zapomene

- Připomenutí pomocí SMS
- Remarketing (FB, IG, obsah)
- Rohlík jako subscription

Rohlík je drahý

- Řazení pro lepší cenovou percepci

Zákazníci nemají důvod u nás nakupovat, nejsou dostatečně přesvědčeni a motivováni

- Dobře prodat USPs služby
 - ◆ Na homepage, a celém webu / appce
 - ◆ V úvodních emailech
- Dobře prodat nás super sortiment
 - ◆ Na homepage, a celém webu / appce
 - ◆ V úvodních emailech
 - ◆ Onboarding slevy na klíčový sortiment
- Dát zákazníkovi dárek, vzbudit vděčnost, ukázat super péči
- Prodat více výhody Rohlíčku a onboardovat zákazníky přes něj
- Prodat více výhody appky a onboardovat zákazníky přes ní
- Kurýr poskytne nadstandardní péči u prvních objednávek

Neochota nakupovat kvůli ceně dopravy nebo min. výše objednávky

- Doprava zdarma / Premium na první objednávky
- Snížení min. výše obj. Na první objednávky

Success #1

Strukturování problému do hypotéz

Pomohlo nám zmapovat problematiku a přijít s možnými řešeními.



YEAH!

Je složité udělat první objednávku

Zúžení výběru pro první nákup(y)

Navedení NB do flow “První rychlý nákup” - základní kategorie. A/B test.

The screenshot shows the top navigation bar of the rohlík.cz website. The main banner is orange and features the text 'Rychlý první nákup' in large, bold letters. Below the title, it says 'Máme 3 x větší výběr než běžný supermarket. Aby se vám z toho na poprvé nezatočila hlava, vybrali jsme úplný základ, který potřebuje doma každý.' At the bottom of the banner is a green button with the text 'Vyrazit nakupovat'. A blue arrow points from this button down to the product grid below.

The screenshot shows the product grid for 'Rychlý první nákup'. The left sidebar contains a list of categories: Pekárna a cukrárna, Ovoce a zelenina (selected), Maso a ryby, Uzeniny a lahůdky, Mléčné a chlazené, Trvanlivé, Nápoje, Dítě, and Drogerie a kosmetika. The main grid displays several products with their prices and discounts:

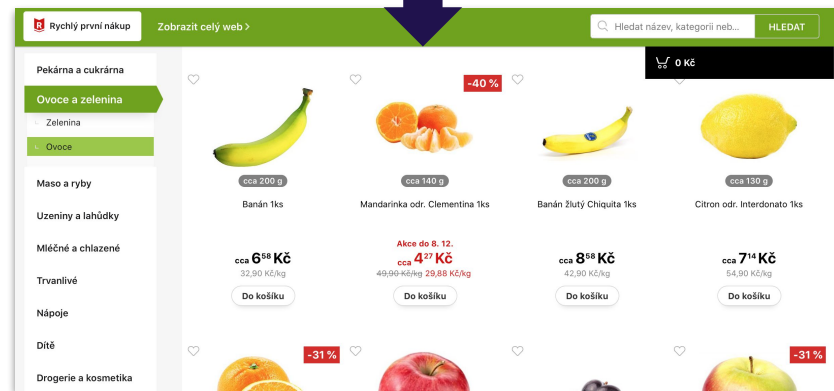
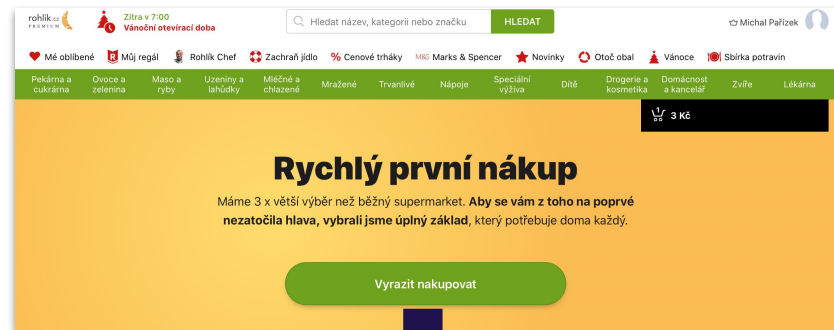
Product	Price	Discount
Banán 1ks	cca 200 g	
Mandarinka odr. Clementina 1ks	cca 140 g	-40%
Banán žlutý Chiquita 1ks	cca 200 g	
Citron odr. Interdonato 1ks	cca 130 g	
Mléčné a chlazené (6 ⁹⁸ Kč)	cca 6 ⁹⁸ Kč	
Mléčné a chlazené (4 ²⁷ Kč)	cca 4 ²⁷ Kč	Akce do 8. 12.
Mléčné a chlazené (8 ⁸⁸ Kč)	cca 8 ⁸⁸ Kč	
Mléčné a chlazené (7 ¹⁴ Kč)	cca 7 ¹⁴ Kč	
Nápoje (31% discount)		-31%
Nápoje (31% discount)		-31%

Zúžení výběru pro první nákup(y)

Navedení NB do flow “První rychlý nákup” - základní kategorie. A/B test.

Výsledky

- 18 % NB využije, udělá tam 1/4 nákupu.



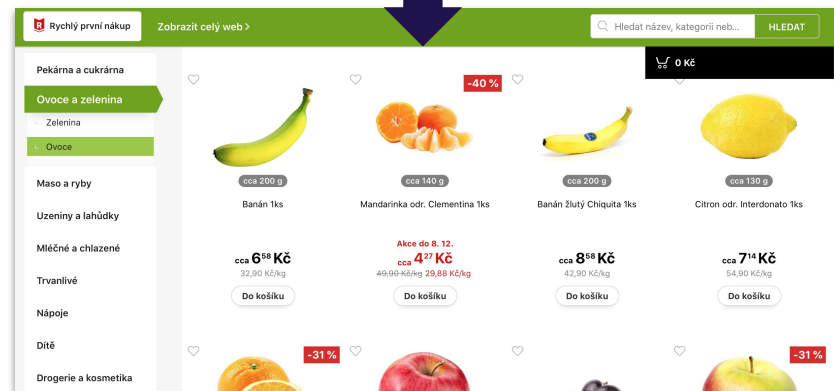
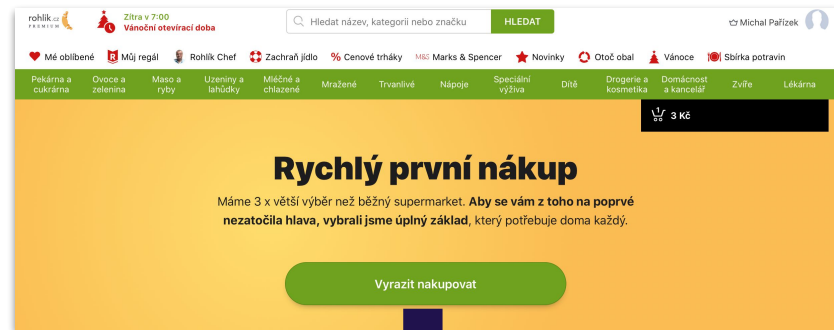
Zúžení výběru pro první nákup(y)

Navedení NB do flow “První rychlý nákup” - základní kategorie. A/B test.

Výsledky

- 18 % NB využije, udělá tam 1/4 nákupu.
- Nevypadá to však, že by to pomáhalo v OB rate

In / Out of realove (2)	Buyers	AOV	OB rate 2/30	OB rate 2/14
Využili regál	226	1,189	37,17%	29,20%
Nevyužili regál	1,078	1,308	39,80%	30,43%



**Je složité udělat první
objednávku?**

Je složité udělat první objednávku?

Dotazník “Proč zákazníci neudělali druhou objednávku?”

Obtížnost: všichni vnímali sestavení nákupu a používání webu jako velmi snadné

Hlubkové rozhovory s úspěšně se onboardovanými zákazníky.

	A	B
	Vysoká minimální objednávka / dělám malé nákupy	9
	Bydlím mimo závoz	8
	Nejsem moc doma / dovolená	7
	Nakupujeme z jiného účtu	5
	Vysoké ceny zboží	5
	Výjimečná situace, normálně chodím do obchodu	5
	Nemáte zboží, které chci	4
	Problém s kvalitou zboží / kompletností	4
	Nutnost plánovat	4
0	Vyprodanost zboží	2
1	Tašky, obaly	2
2	Vysoká cena dopravy	1
3	Nemůžu si zboží vybrat sám	1
4	Málo akcí	1
5	Problém s webem	1
6		

Fail #1

Hypotézy jsme prioritizovali dle pocitů + HiPPO, ne dat.

Neměli jsme sice všechna užitečná data (viz. Fail #4), ale i ta, která jsme měli, jsme spíše ignorovali.

Fail #2

Nezačínat projekt tou nejnáročnější aktivitou

Vyvinout flow pro “rychlý první nákup” trvalo měsíc+. Bylo lepší zkusit prvně získat nějaké quick wins. Nebo paralelně s tím.

**Zákazníci nemají důvod
u nás nakupovat, nejsou
dostatečně přesvědčeni
a motivováni**

Vysvětlení USPs služby - Homepage pro NB

Důraz na vysvětlení dopravy, garance spokojenosti, sortimentu + Rohlíčku. A/B test

Vítejte na Rohlíku

NÁKUP VÁM DOVEZEME AŽ KE DVĚŘÍM

- 2H Doručení ještě dnes**
Vlastním chlazeným autem. Expresně i do dvou hodin.
- 15 Bez čekání na kurýra**
Čas doručení si vyberete s přesností na 15 minut.
- 7-23 Od rána do noci**
Nákup vám přivezeme od 7 do 23 h, včetně víkendů a svátků.
- Doprava zdarma**
Nákup nad 1 200 Kč máte zadarmo, menší již od 29 Kč. [Ceník dopravy](#)

* Informace platí pro Prahu a okolí



Zákazníci nemají důvod u nás nakupovat, nejsou dostatečně přesvědčeni a motivováni

Vysvětlení USPs služby - Homepage pro NB

Důraz na vysvětlení dopravy, garance spokojenosti, sortimentu + Rohlíčku. A/B test

Výsledky

Skupina	OB rate 2/30	OB rate 2/14
Stará HP	34%	25 %
Nová HP	34%	25 %

Vítejte na Rohlíku

NÁKUP VÁM DOVEZEME AŽ KE DVĚŘÍM

- 2H Doručení ještě dnes**
Vlastním chlazeným autem. Expresně i do dvou hodin.
- 15 Bez čekání na kurýra**
Čas doručení si vyberete s přesností na 15 minut.
- 7-23 Od rána do noci**
Nákup vám přivezeme od 7 do 23 h, včetně víkendů a svátků.
- Doprava zdarma**
Nákup nad 1 200 Kč máte zadarmo, menší již od 29 Kč. [Ceník dopravy](#)

* Informace platí pro Prahu a okolí



Fail #3

**Naivita, že změna HP může zlepšit to, že za 20+ dní
zákazník přijde znovu a nakoupí**

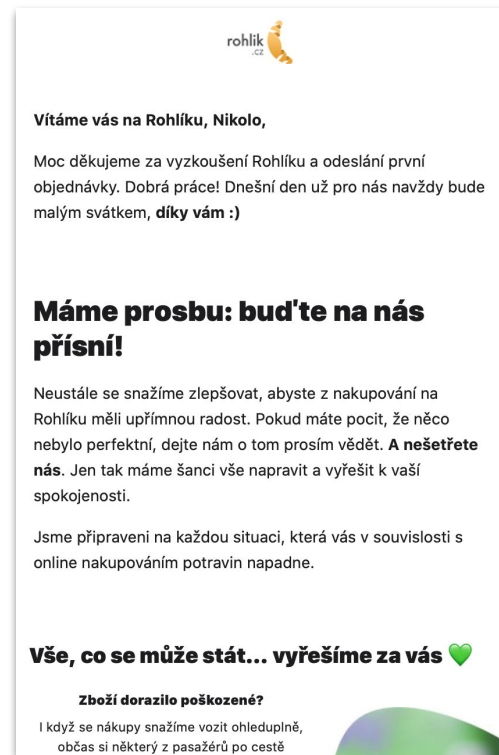
Lepší komunikace USP pomůže komplexní službě jako Rohlík spíš v
dlouhodobém horizontu


Vysvětlení USPs služby

- Email s doručením 1. obj.

Důraz na vysvětlení garance spokojenosti + promo oblíbených.
A/B test jen předmětu.

Zákazníci nemají důvod u nás nakupovat, nejsou dostatečně přesvědčeni a motivováni



rohlík.cz 

Vítáme vás na Rohlíku, Nikolo,

Moc děkujeme za vyzkoušení Rohlíku a odeslání první objednávky. Dobrá práce! Dnešní den už pro nás navždy bude malým svátkem, **díky vám :)**

Máme prosbu: buďte na nás přísní!

Neustále se snažíme zlepšovat, abyste z nakupování na Rohlíku měli upřímnou radost. Pokud máte pocit, že něco nebylo perfektní, dejte nám o tom prosím vědět. **A nešetřete nás.** Jen tak máme šanci vše napravit a vyřešit k vaší spokojenosti.

Jsme připraveni na každou situaci, která vás v souvislosti s online nakupováním potravin napadne.

Vše, co se může stát... vyřešíme za vás 

Zboží dorazilo poškozené?

I když se nákupy snažíme vozit ohleduplně, občas si některý z pasažérů po cestě



Zákazníci nemají důvod u nás nakupovat, nejsou dostatečně přesvědčeni a motivováni

Vysvětlení USPs služby

- Email s doručením 1. obj.

Důraz na vysvětlení garance spokojenosti + promo oblíbených.
A/B test jen předmětu.

Výsledky

Předmět		OB rate 2/14
Vítejte na Rohlíku! Prvním nákupem to jen začíná		24.8 %
Vítejte na Rohlíku. Jaký byl váš první nákup?		44.1 %



Vítáme vás na Rohlíku, Nikolo,

Moc děkujeme za vyzkoušení Rohlíku a odeslání první objednávky. Dobrá práce! Dnešní den už pro nás navždy bude malým svátkem, **díky vám** :)

Máme prosbu: buďte na nás přísní!

Neustále se snažíme zlepšovat, abyste z nakupování na Rohlíku měli upřímnou radost. Pokud máte pocit, že něco nebylo perfektní, dejte nám o tom prosím vědět. **A nešetřete nás.** Jen tak máme šanci vše napravit a vyřešit k vaší spokojenosti.

Jsme připraveni na každou situaci, která vás v souvislosti s online nakupováním potravin napadne.

Vše, co se může stát... vyřešíme za vás ❤️

Zboží dorazilo poškozené?

I když se nákupy snažíme vozit ohleduplně, občas si některý z pasažérů po cestě



Zákazníci nemají důvod u nás nakupovat, nejsou dostatečně přesvědčeni a motivováni

Vysvětlení USPs služby

- Email s doručením 1. obj.

Důraz na vysvětlení garance spokojenosti + promo oblíbených.
A/B test jen předmětu.

Výsledky

Předmět	Čas doručení	OB rate 2/14
Vítejte na Rohlíku! Prvním nákupem to jen začíná	Dva dny po prvním nákupu	24.8 %
Vítejte na Rohlíku. Jaký byl váš první nákup?	S doručením prvního nákupu	44.1 %



Vítáme vás na Rohlíku, Nikolo,

Moc děkujeme za vyzkoušení Rohlíku a odeslání první objednávky. Dobrá práce! Dnešní den už pro nás navždy bude malým svátkem, **díky vám :)**

Máme prosbu: buďte na nás přísní!

Neustále se snažíme zlepšovat, abyste z nakupování na Rohlíku měli upřímnou radost. Pokud máte pocit, že něco nebylo perfektní, dejte nám o tom prosím vědět. **A nešetřete nás.** Jen tak máme šanci vše napravit a vyřešit k vaší spokojenosti.

Jsme připraveni na každou situaci, která vás v souvislosti s online nakupováním potravin napadne.

Vše, co se může stát... vyřešíme za vás ❤️

Zboží dorazilo poškozené?

I když se nákupy snažíme vozit ohleduplně, občas si některý z pasažérů po cestě



Success #2

Čas (+ kontext) doručení emailu je extrémně důležitý

Ovlivňuje open rate stejně jako předmět emailu.

**Zákazníci nemají důvod
u nás nakupovat, nejsou
dostatečně přesvědčeni
a motivováni**

Onboarding slevy na klíčové kategorie

Atraktivní slevy na maso, ovozele a pekárnu. Platí 30 dní od
1. Objednávky. Komunikace na webu + email. **A/B test.**

**Michale, na uvítanou jsme pro vás
vybrali to nejlepší z masa s obří slevou
až 44 %**

Víme, že začátky jsou těžké. Chceme vám pomoci bez obav poznat náš
sortiment. Máme pro vás **výborné maso od farmářů** za perfektní ceny.

Skvělé maso s obří slevou

Do konce vašich slev zbývá ještě
29 dnů : 6 hodin : 51 minut

Pořádně rozlitaná kuřata z farmy

 <p>cca 490 g</p> <p>-26 % Od českého farmáře</p>	 <p>cca 2,15 kg</p> <p>-36 %</p>	 <p>cca 2,13 kg</p> <p>-41 % Od českého farmáře</p>	 <p>cca 0,74 kg</p> <p>-30 % Od českého farmáře</p>
<p>Světničkové kuře prsní řízky</p> <p>Akce do 1. 1. cca 68⁵⁴ Kč 199,90-Kč/kg 147,32 Kč/kg</p> <p>Do košíku</p>	<p>Kuře celé třída A od českého výrobce</p> <p>Akce do 1. 1. cca 58⁹⁰ Kč 59,90-Kč/kg 38,10 Kč/kg</p> <p>Do košíku</p>	<p>Farma rodiny Němcovy Kuře celé bez drobů</p> <p>Akce do 1. 1. cca 199⁹⁶ Kč 169,90-Kč/kg 94,04 Kč/kg</p> <p>Do košíku</p>	<p>Farma rodiny Němcovy Kuřecí prsa</p> <p>Akce do 1. 1. cca 129⁹⁰ Kč 279,90-Kč/kg 194,00 Kč/kg</p> <p>Do košíku</p>

Zákazníci nemají důvod u nás nakupovat, nejsou dostatečně přesvědčeni a motivováni

Onboarding slevy na klíčové kategorie

Atraktivní slevy na maso, ovozele a pekárnu. Platí 30 dní od 1. Objednávky. Komunikace na webu + email. **A/B test.**

Výsledky

- Na webu + posláno dva emaily + SMS.
- 20 % NB přišlo na LP se slevami. Nějaký produkt v OB slevě koupilo 41 %.
- **Vliv na OB rate: žádný**

In / Out of Dostali OB slevy	New buyers	Orders 2/30	Orders 2+/30	OB rate 2/30	OB rate 2/14
In	1,247	377	701	30,23%	22,85%
Out	1,888	576	985	30,51%	23,31%

Michale, na uvítanou jsme pro vás vybrali to nejlepší z masa s obří slevou až 44 %

Víme, že začátky jsou těžké. Chceme vám pomoci bez obav poznat náš sortiment. Máme pro vás **výborné maso od farmářů** za perfektní ceny.

Skvělé maso s obří slevou

Do konce vašich slev zbývá ještě
29 dnů : 6 hodin : 51 minut

Pořádně rozlitaná kuřata z farmy

The screenshot shows a product grid with four items, each with a discount tag and a 'Do košíku' button. The items are:

- Světelníkové kuře prsní řízky**: cca 490 g, -26% discount, price cca 68⁵⁴ Kč (original 199,90 Kč/kg, current 147,32 Kč/kg).
- Kuře celé třída A od českého výrobce**: cca 1,55 kg, -36% discount, price cca 58⁹⁰ Kč (original 59,90 Kč/kg, current 38,10 Kč/kg).
- Farma rodiny Němcovy Kuře celé bez drobů**: cca 2,13 kg, -41% discount, price cca 199⁹⁰ Kč (original 169,90 Kč/kg, current 94,04 Kč/kg).
- Farma rodiny Němcovy Kuřecí prsa**: cca 0,74 kg, -30% discount, price cca 129⁹⁰ Kč (original 279,90 Kč/kg, current 194,00 Kč/kg).

Hypotézy

Je složité udělat první objednávku

- Zúžit výběr na základní produkty
- Přepíšeme zákazníkovi účtenku ze supermarketu

Stále je složité udělat 2., 3., .. obj.

- Naučíme zákazníka používat oblíbené
- Budeme ho postupně učit na další funkce (Regál, Chef ..)

Zákazník na Rohlík po první objednávce zapomene

- Připomenutí pomocí SMS
- Remarketing (FB, IG, obsah)
- Rohlík jako subscription

Rohlík je drahý

- Řazení pro lepší cenovou percepci

Zákazníci nemají důvod u nás nakupovat, nejsou dostatečně přesvědčeni a motivováni

- Dobře prodat USPs služby
 - ◆ Na homepage, a celém webu / appce
 - ◆ V úvodních emailech
- Dobře prodat nás super sortiment
 - ◆ Na homepage, a celém webu / appce
 - ◆ V úvodních emailech
 - ◆ Onboarding slevy na klíčový sortiment
- Dát zákazníkovi dárek, vzbudit vděčnost, ukázat super péči
- Prodat více výhody Rohlíčku a onboardovat zákazníky přes něj
- Prodat více výhody appky a onboardovat zákazníky přes ní
- Kurýr poskytne nadstandardní péči u prvních objednávek

Neochota nakupovat kvůli ceně dopravy nebo min. výše objednávky

- Doprava zdarma / Premium na první objednávky
- Snížení min. výše obj. Na první objednávky

Kolik lidí vlastně přijde na web po první objednávce?

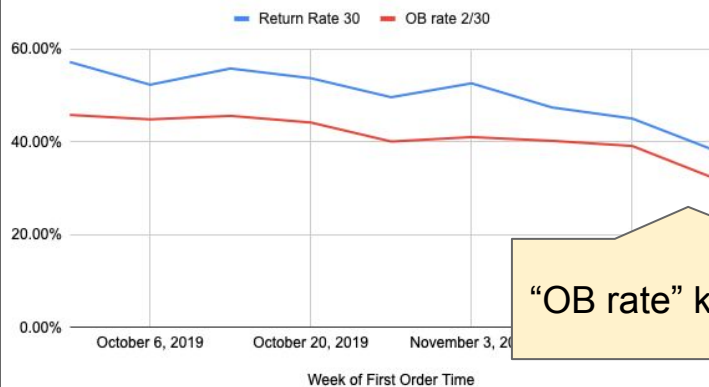
Kolik lidí vlastně přijde na web po první objednávce?

New Buyers nasledovne navstevy webu

Day of First Order Time	New Buyers Count	Visited web in 30 days after..	Return Rate 30
October 26, 2019	303	167	55.1%
October 25, 2019	327	170	52.0%
October 24, 2019	281	141	50.2%
October 23, 2019	277	145	52.3%
October 22, 2019	281	148	52.7%
October 21, 2019	305	163	53.4%
October 20, 2019	333	189	56.8%
October 19, 2019	285	151	53.0%
October 18, 2019	316	181	57.3%
October 17, 2019	334	183	54.8%
October 16, 2019	318	181	56.9%
October 15, 2019	294	187	63.6%
October 14, 2019	270	141	52.2%
October 13, 2019	302	157	52.0%
October 12, 2019	272	123	45.2%
October 11, 2019	304	151	49.7%
October 10, 2019	363	188	51.8%
October 9, 2019	325	167	51.4%
October 8, 2019	310	180	58.1%
October 7, 2019	304	163	53.6%
October 6, 2019	310	171	55.2%
October 5, 2019	388	210	54.1%
October 4, 2019	396	235	59.3%
October 3, 2019	456	257	56.4%
October 2, 2019	412	244	59.2%
October 1, 2019	366	201	54.9%

Cca 55 % NB navštíví web v období 30 dnů od 1. nákupu. Přibližně o 10 p.b. více než kolik udělá 2. objednávku.

Return Rate 30 and OB rate 2/30



“OB rate” koreluje s “Return rate”.

Fail #4

**Před přemýšlením o nápadech je nutnost mít
všechna klíčová data**

Zásadní analýza, která ukázala, že jsme 2 měsíce “kopali na špatném místě”

Fail #5

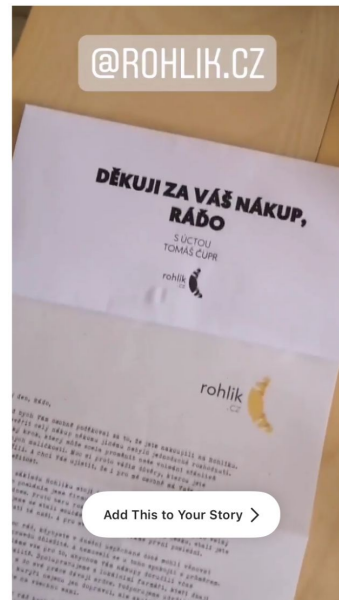
Absence market'áka v projektové skupině

Tato analýza naplno ukázala, že absence market'áka v projektu byla velká chyba.

**Zákazníci nemají důvod
u nás nakupovat, nejsou
dostatečně přesvědčeni
a motivováni**

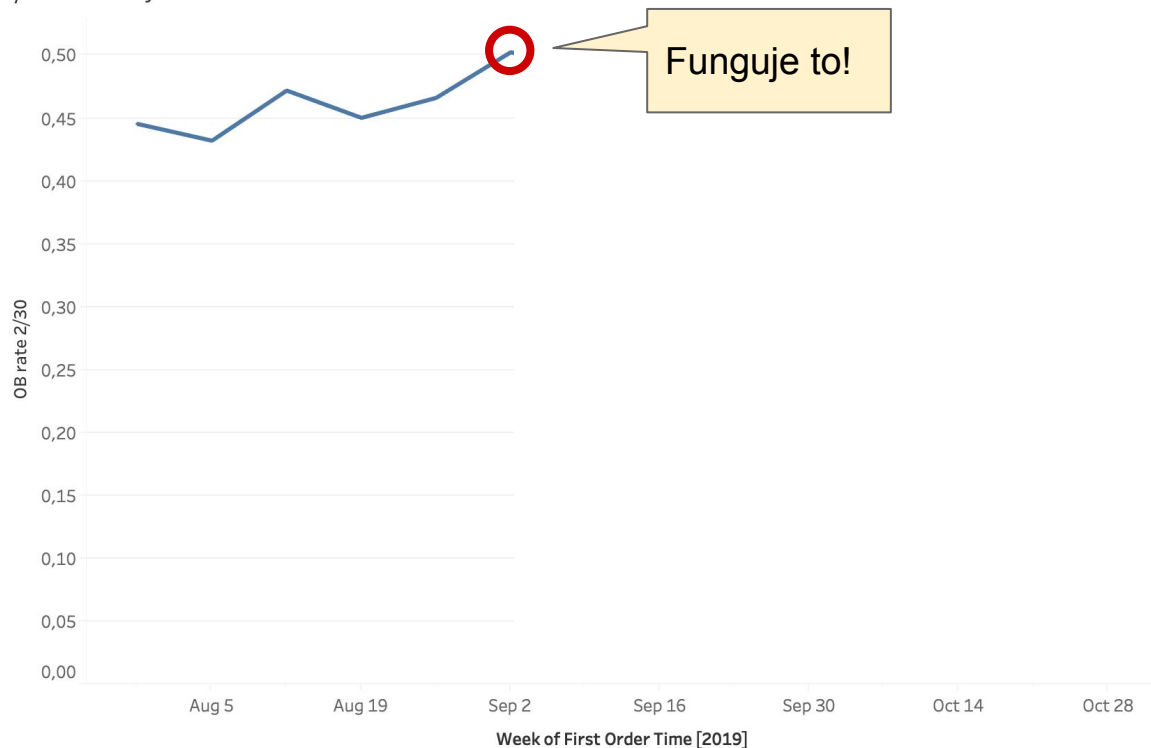
Dárek s 1. objednávkou

Dárek obsahuje uvítací dopis s oslovením, víno, brožúrku o Rohlíku, pastelky + omalovánky (jen BabyBuyers).



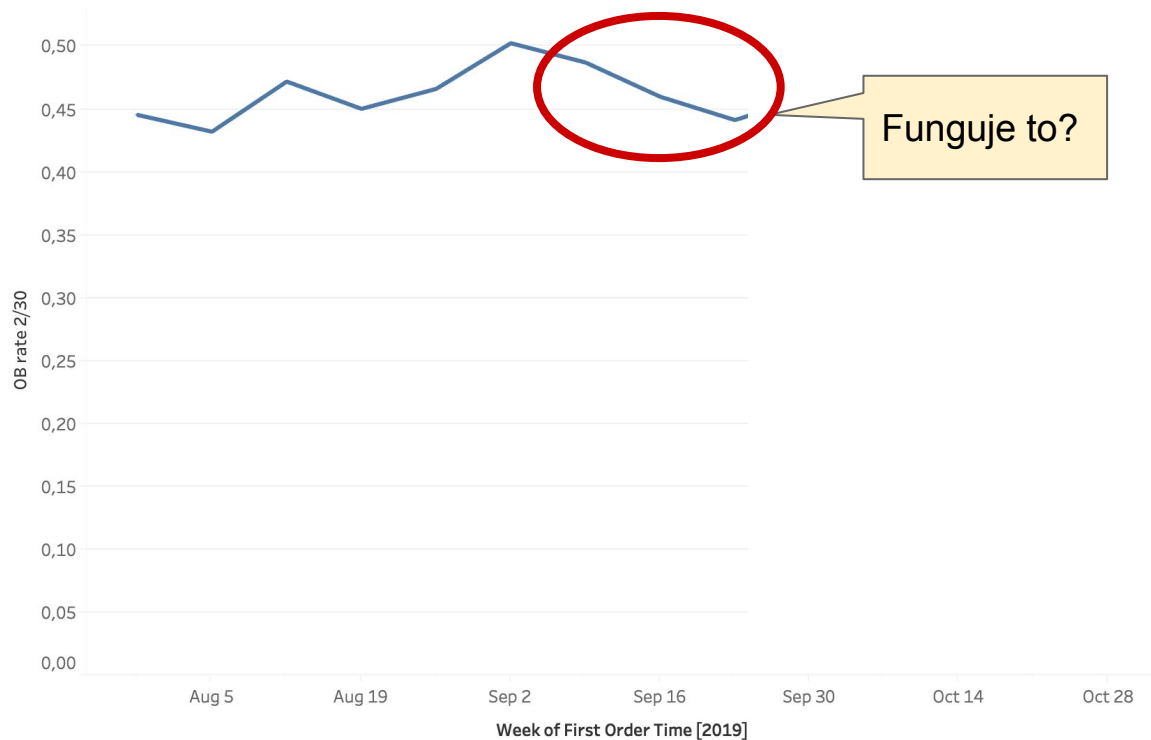
Dárek už byl zkoušen v září

2/30 weekly



Dárek už byl zkoušen v září

2/30 weekly



**Zákazníci nemají důvod
u nás nakupovat, nejsou
dostatečně přesvědčeni
a motivováni**

Dárek s 1. objednávkou

Dárek obsahuje uvítací dopis s oslovením, víno, brožúrku o Rohlíku, pastelky + omalovánky (jen BabyBuyers). Vzorek každé skupiny **1900 NBs**.

Výsledky

Skupina	OB rate 2/30	OB rate 2/14
Kontrolka	40 %	29 %
Dárek	44 %	31 %

Je statisticky
významné

Není statisticky
významné

Successes

- Rozpad na hypotézy pomohl strukturovat problematiku
- Čas a kontext odeslání mailů ovlivňuje výkonnost
- Uvítací dárek má pozitivní dopad na onboarding rate

Fails

- **Neměli jsme všechna klíčová data na začátku projektu**
- Ignorovali jsme výzkumy i data a hypotézy neprioritizovali
- Začali jsme s časově nejnáročnějším úkolem
- Přecenili jsme vliv webu na onboarding
- Mysleli jsme si, že nepotřebujeme marketing..