

RISULTATO: AVANZATO

# I 5 flow Klaviyo avanzati da attivare subito

Hai le basi. Questi sono i layer che moltiplicano la revenue.

## FLOW 01 – 03

01

### Win-Back segmentato per valore cliente

Non tutti gli inattivi sono uguali. Un cliente che ha speso €600 in due ordini merita una sequenza diversa da chi ha comprato una volta a €30.

Crea due branch: High-Value Lapsed (AOV > €150 o 2+ ordini) con offerta personalizzata e tono premium; Low-Value Lapsed con messaggi più diretti e sconto più aggressivo. La pulizia finale è uguale per entrambi: chi non reagisce dopo 5 email viene soppresso senza rimpianti.

02

### VIP Onboarding — trasforma il secondo acquisto in fedeltà

Il momento più critico non è il primo acquisto: è il secondo. Chi compra due volte ha una probabilità di tornare superiore all'80%.

Trigger: secondo ordine completato. Sequenza da 4 email in 14 giorni: accesso early alle novità, invito al programma fedeltà, contenuto esclusivo sul prodotto comprato, preview della prossima collezione. Zero sconti — il VIP non si compra, si coltiva.

03

### Browse Abandonment con logica predittiva

Diverso dal carrello abbandonato: l'utente ha guardato ma non ha aggiunto. Il segnale è più debole ma il volume è 5–10x superiore.

Regole di segmentazione prima di triggerare: escludi chi ha già comprato quel prodotto, chi è entrato dalla newsletter (intento già catturato), chi ha aperto più di 3 email negli ultimi 7 giorni. Solo un'email, massimo due: oltre diventa rumore.

## FLOW 04 – 05

04

**Post-Acquisto con upsell dinamico per categoria**

Il flow post-acquisto standard ringrazia e chiede recensione. Quello avanzato vende il prodotto complementare giusto al momento giusto.

Mappa le categorie: chi compra scarpe riceve contenuto sulla cura del cuoio e un upsell sui prodotti di manutenzione. Chi compra un accessorio riceve il prodotto principale della stessa linea. Timing: email 1 a 2 giorni (cura prodotto), email 2 a 10 giorni (upsell), email 3 a 25 giorni (richiesta recensione + cross-sell).

05

**Sunset Flow — pulizia lista ad alto impatto sulla deliverability**

La deliverability dipende dall'engagement. Tenere inattivi da 12+ mesi abbassa l'open rate medio e avvelena la reputazione del dominio.

Sequenza finale a 3 email in 10 giorni: email 1 tono diretto ('sei ancora dei nostri?'), email 2 ultima chance con beneficio chiaro, email 3 conferma soppressione e invito a reinscriverti. Chi non reagisce viene rimosso. Una lista pulita da 5.000 batte una lista gonfia da 20.000 ogni volta.

## ORDINE DI ATTIVAZIONE CONSIGLIATO

FLOW	NOME	PRIORITÀ	OBIETTIVO
01	Win-Back segmentato	Alto	Revenue immediata da lista esistente
02	VIP Onboarding	Alto	LTV — impatto nel medio periodo
03	Post-Acquisto avanzato	Medio	Upsell sistematico su ogni ordine
04	Browse Abandonment	Medio	Volume alto, segnale debole
05	Sunset Flow	Evergreen	Deliverability — attiva e dimentica

**Vuoi questi flow configurati in Klaviyo in 2 settimane?**[reachmedia.it](https://reachmedia.it) →