

Interagindo com seus clientes - Parte 2

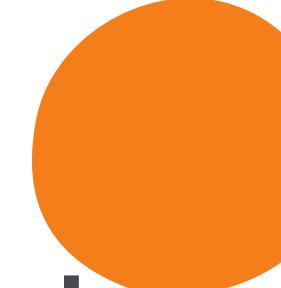
# Rentabilizar: Cross-sell e Up-sell

# Recorrência ou Reabastecimento

Construir régua de lembretes para incentivar e garantir que o cliente continue recomprando na sua empresa.



**Usar modelos preditivos para definir as “janelas de oportunidade” para cada cliente, ou seja, os momentos na qual ele está mais propenso a recomprar ou reabastecer.**



# Up-sell e Cross-Sell

“Gostaria de batatas grandes, por mais R\$1,00?”



Tática que visa extrair mais valor de clientes que já são valiosos e lucrativos, oferecendo upgrades dos serviços/produtos atuais, versões superiores, mais caras ou serviços premium, contando que façam sentido e sejam atrativos para eles.

“Acompanha uma sobremesa?”



Tática que visa oferecer novas categorias ou produtos/serviços para complementar a experiência de compra atual e resolver o maior número de necessidades possíveis.

# Cross-sell e Up-sell: Exemplos

Perspectiva do fabricante.



S10 CABINE SIMPLES

A PARTIR DE: R\$ 206.750

\*



S10 CABINE DUPLA

A PARTIR DE: R\$ 209.150

\*



S10 HIGH COUNTRY

A PARTIR DE:

R\$ 264.850 \*



ONIX

A PARTIR DE: R\$ 75.290



ONIX PLUS

A PARTIR DE: R\$ 80.550

# Cross-sell e Up-sell: Exemplos

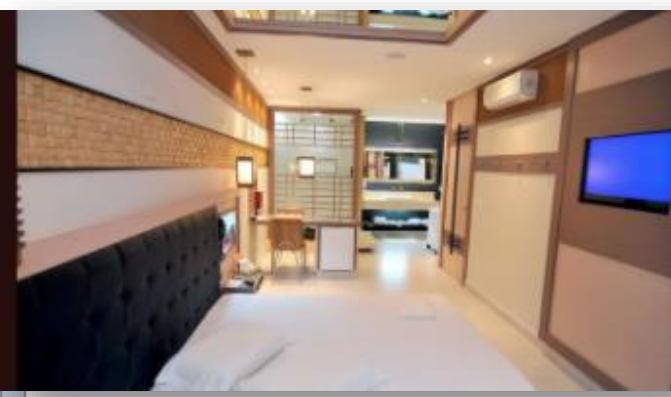
Perspectiva do varejo multimarcas e multicategorias.



# Cross-sell e Up-sell: Exemplos

---

Motel



Tokio  
109,35



Indonésia  
129,60



Kirey  
174,30



Fuji  
178,20

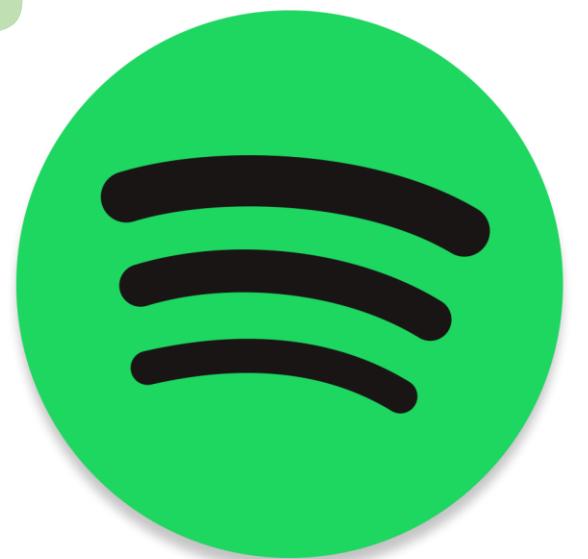


Osaka  
198,00



# Cross-sell e Up-sell: Exemplos

Para algumas empresas, só existe o upsell.



3 months free

## Student

\$4.99/month after offer period  
1 account

- ✓ Hulu (ad-supported) plan
- ✓ SHOWTIME
- ✓ Ad-free music listening
- ✓ Play anywhere - even offline
- ✓ On-demand playback

[GET STARTED](#)

3 months free

## Individual

\$9.99/month after offer period  
1 account

- ✓ Ad-free music listening
- ✓ Play anywhere - even offline
- ✓ On-demand playback

[GET STARTED](#)

1 month free

## Duo

\$12.99/month after offer period  
2 accounts

- ✓ 2 Premium accounts for a couple under one roof
- ✓ Duo Mix: a playlist for two, regularly updated with music you both enjoy
- ✓ Ad-free music listening, play offline, on-demand playback

[GET STARTED](#)

1 month free

## Family

\$15.99/month after offer period  
6 accounts

- ✓ 6 Premium accounts for family members living under one roof
- ✓ Family Mix: a playlist for your family, regularly updated with music you all enjoy
- ✓ Block explicit music
- ✓ Ad-free music listening, play offline, on-demand playback
- ✓ Spotify Kids: a separate app made just for kids

[GET STARTED](#)

Possível Ciclo de Vida:



Mas  
existe  
Cross  
Sell

dentro  
do app

...

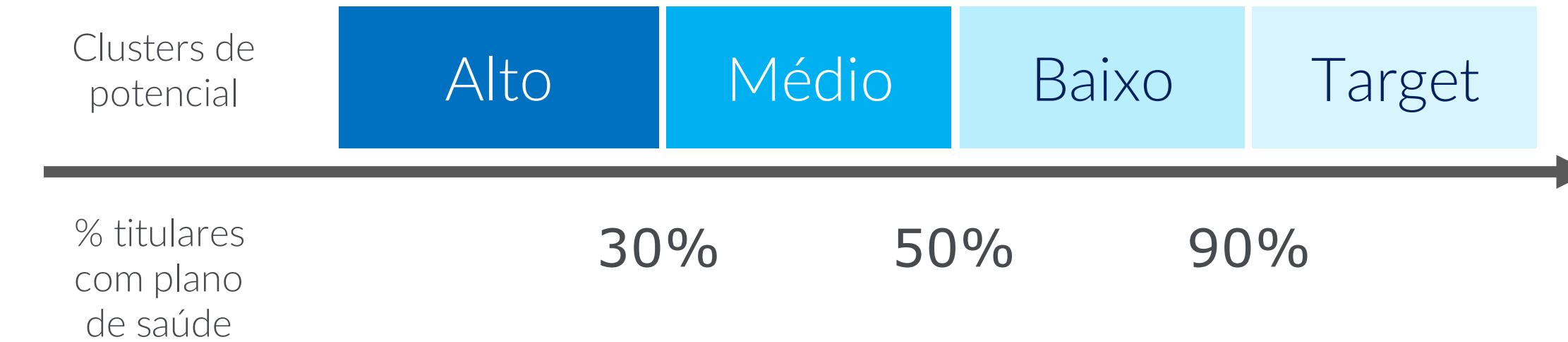


# Up-sell: Diferentes perspectivas dentro do mesmo produto

Case: Seguro Saúde

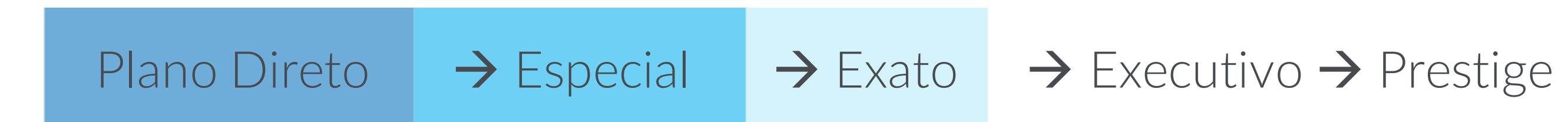
**Perspectiva do cliente (empresa)**

Aumento do número de vidas com qualquer plano



**Perspectiva do usuário/funcionário da empresa**

Adquirir planos e pacotes melhores



# Use as janelas de oportunidade para up-sell

Em mercados de compras recorrentes, aproveite os momentos que o cliente estiver mais receptivo aos lembretes para oferecer uma marca ou versão melhor



Momentos de renovação de vínculo (assinaturas, apólices, contratos) também são bons momentos para up-sell.



# Cross-Sell

---

Visa aumentar a quantidade de produtos comprados: “Incrementalidade de cesta”.



## “Frequentemente comprados juntos”

- Cross-sell bem feito significa conveniência, resolver o problema do cliente de forma completa (laptop, mouse, suporte, mala. ...)
- Clientes atuais da empresa tendem a converter melhor em outras categorias do que leads/prospects;
- Maiores CVLs tendem a converter mais, principalmente na visão CLV Futuro;
- Aumenta significativamente a margem de lucro de uma compra, uma vez que os custos de marketing, venda, entrega, etc já foram contemplados no produto “principal” da compra.

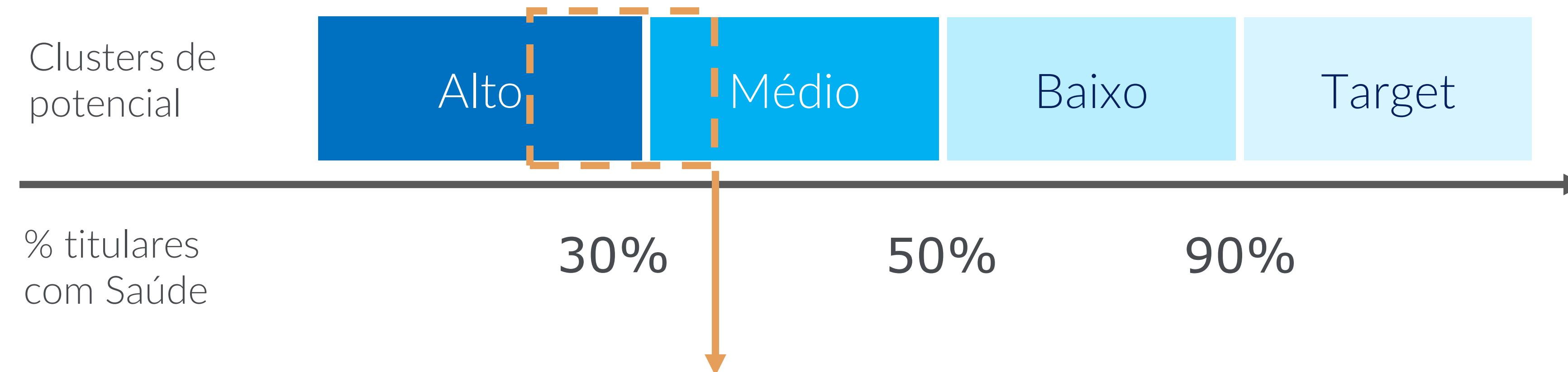
# Ou use as janelas de oportunidade para cross-sell

Em mercados de compras recorrentes, aproveite os momentos que o cliente estiver mais receptivo aos lembretes para oferecer outros produtos.



# Clusterização de Valor Potencial + Propensão

Voltando ao case da clusterização potencial do seguro saúde...



Ainda que exista “espaço” para crescimento, só uma parte dos clientes tem de fato propensão ao cross-sell

# Modelo de Afinidade

Clusteriza / segmenta clientes por interesses em comum.



Donos  
de gato



Donos de  
cachorro



Família



Aventureiro



Academia

Ciclismo

# Exemplos de Cross-sell

**petlove**  
muito além de petshop

**Chega na {nome\_pet} e fala:  
SACHÊS E PETISCOS**

Se só de ouvir essas palavrinhas mágicas {sua gatinha} começa a miar e fica toda {dengosa}, então {ela} merece esse mimo!

[VEJA OFERTA](#)



**COMBOS DE  
SACHÊS E PETISCOS**  
com até  
**20% OFF**

[APROVEITE](#)

**petlove**  
muito além de petshop



**UM SPA PET NA SUA CASA**

Já está na hora de dar aquele banho no {nome\_pet}, {nome\_cliente}? Então aproveite a nossa seleção de produtos que limpam, perfumam e relaxam.

[EU QUERO](#)

**PRODUTOS DE BANHO**  
com até  
**20% OFF**

[EU QUERO](#)



**petlove**  
muito além de petshop



**NÃO VAI FALTAR PETISCO!**

Programe para receber os petiscos favoritos do {nome\_pet} todos os meses ou na frequência que você preferir com a Assinatura Petlove.

[CRIE UMA ASSINATURA](#)

**Assine petiscos Whiskas ou Pedigree e  
GANHE O DOBRO\***

[ASSINE JÁ](#)

\*Valido para novos Assinantes



# Exemplos de Cross-sell

**petlove**  
muito além de petshop

## Saúde e bem-estar para o {nome\_pet}

Encontre a Hills ideal para o seu pet na Petlove e ganhe um brinde especial da Cafuné para a sua casa.

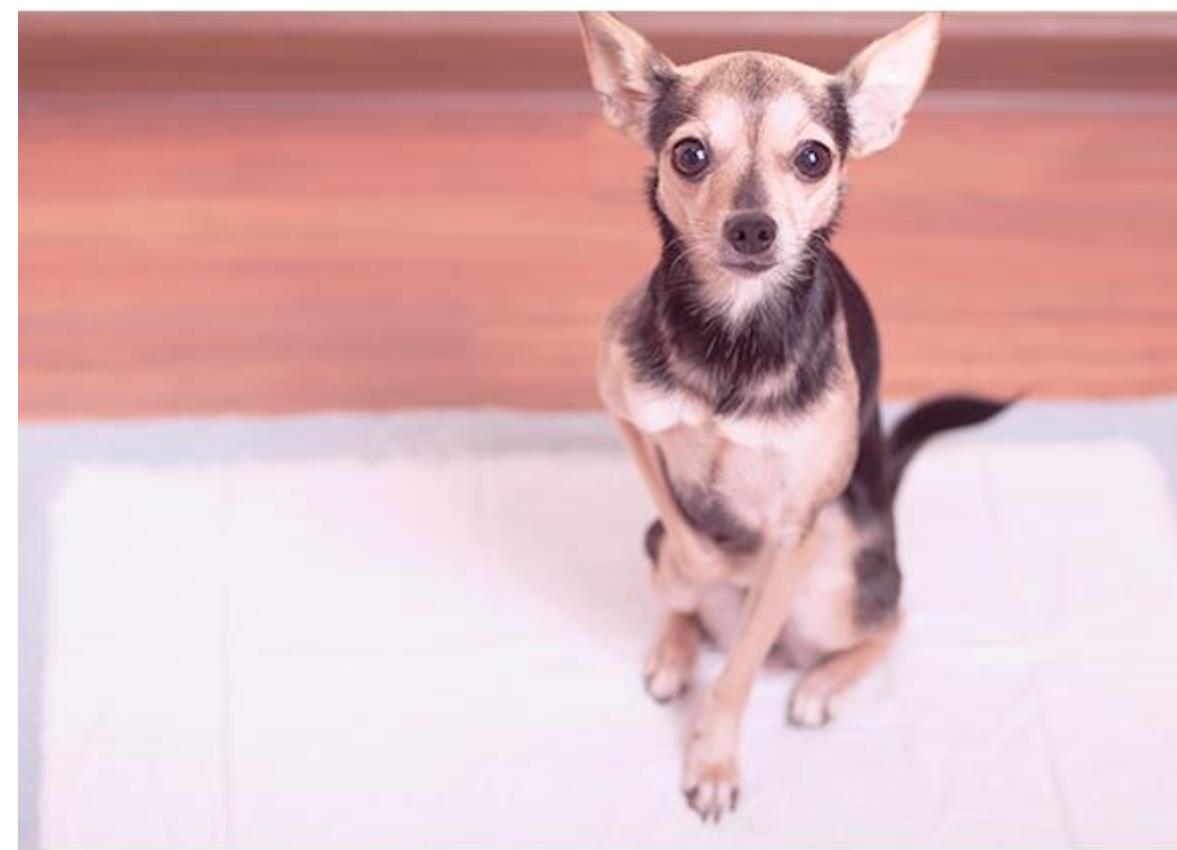
**EU QUERO**



**Compre ração Hills E GANHE DESINFETANTE CAFUNÉ**

**APROVEITE**

**petlove**  
muito além de petshop



## NANDO, CONHEÇA OS BENEFÍCIOS DO TAPETE HIGIÊNICO

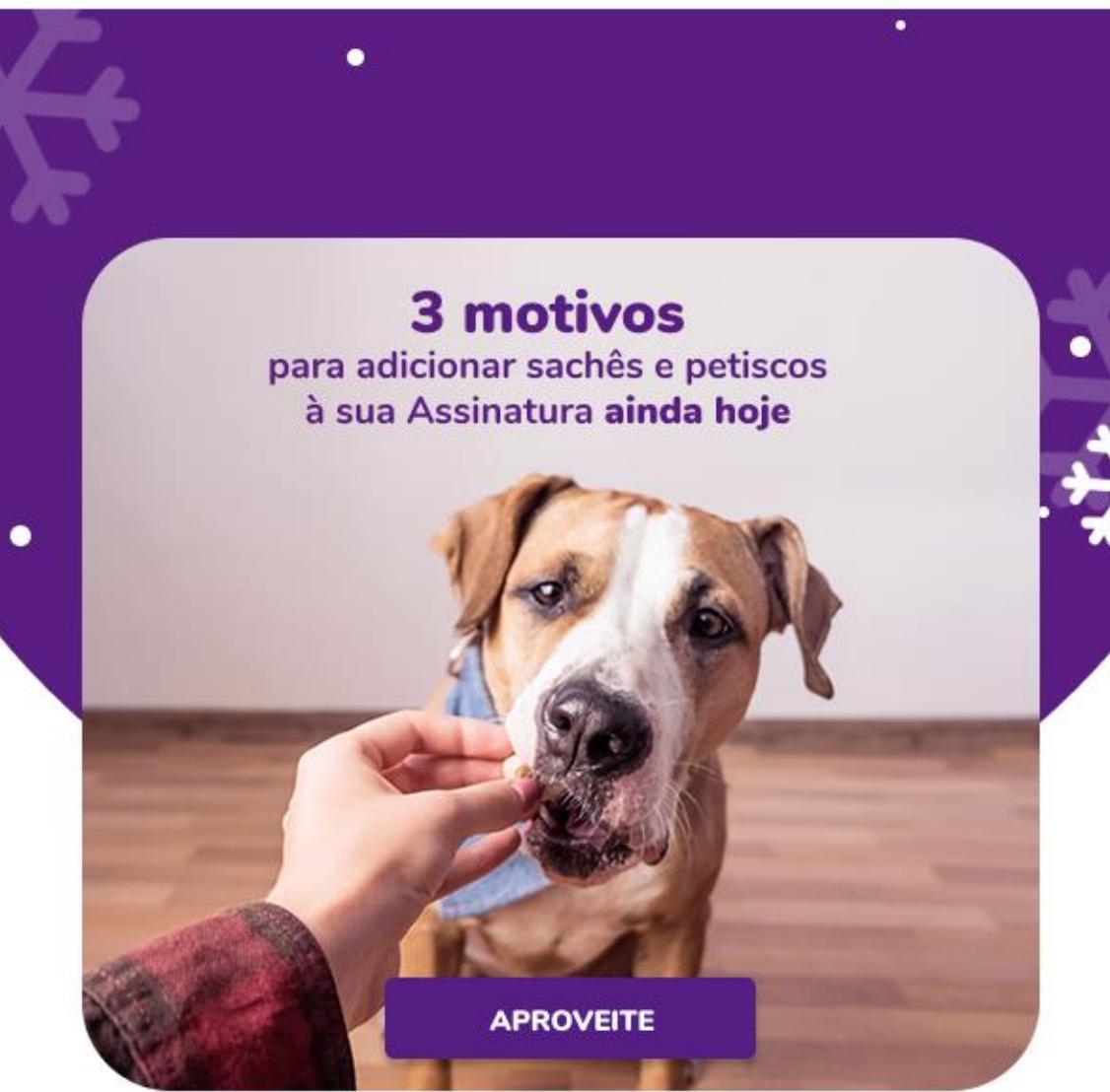
Um item fundamental na vida dos cães é o tapete higiênico, que tem a função de absorver o xixi, evitar vazamentos e eliminar o mau cheiro. Com ele, o cãozinho entende com mais facilidade onde é o local adequado para fazer as necessidades.

**SAIBA MAIS**

**50% OFF EM TAPETES HIGIÊNICOS BLUE PREMIUM**  
use o cupom: **NOVABAL**



**petlove**  
muito além de petshop



## 3 motivos para adicionar sachês e petiscos à sua Assinatura ainda hoje

**APROVEITE**

- 1 Você ganha 30% OFF no combo favorito do seu pet
- 2 Não vai mais faltar petisco e sachê em casa
- 3 O seu pet vai ficar muito feliz com os mimos

**EU QUERO**

# Exemplos de Upsell

**petlove**  
muito além de petshop

**O {NOME\_PET} MERECE O MELHOR!**



a gente sabe que você está sempre em busca de oferecer o melhor para o seu pet.

Por isso, escolhemos você para receber uma amostra de ração Super Premium e conhecer os benefícios de uma alimentação mais completa na prática.



Ingredientes super selecionados  
Níveis nutricionais mais elevados  
Alta digestibilidade  
Reduz o risco do aparecimento de doenças

**Recebi minha amostra e quero fazer a transição**

1º e 2º dia	3º e 4º dia
25% de ração Super Premium 75% da ração antiga	50% de ração Super Premium 50% da ração antiga

5º e 6º dia	7º dia
75% de ração Super Premium 25% da ração antiga	100% de ração Super Premium

**ASSINE RAÇÃO SUPER PREMIUM  
GANHE PELÚCIA**

**VEJA OFERTA**

\*Válido para novos Assinantes



Investir em uma ração de maior qualidade traz muitos benefícios para a saúde do seu bichinho.



Reduz o risco do aparecimento de doenças  
Ingredientes super selecionados  
Alta digestibilidade  
Níveis nutricionais mais elevados

E com a Assinatura Petlove, além de programar para receber a ração do seu pet na frequência que ele precisa, você aproveita descontos exclusivos, como:

<b>20% OFF + Frete Grátis</b> no primeiro pedido	<b>10% OFF</b> nos próximos pedidos	<b>15% OFF</b> em serviços Doghero
---	--	---------------------------------------

**E MAIS:**



**ASSINE JÁ**

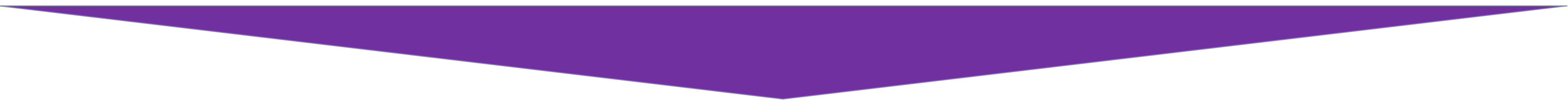
# Cross-Sell: Precisa ser eficiente e lucrativo

---

Existem cenários onde o cross-sell significa trazer prejuízo para a empresa: clientes com baixo ou CLV negativo.

A fórmula do CLV inclui dados como:

1. **Custos de Marketing**, incluindo descontos, cashback, vouchers ... e o próprio custo do cross-sell;
2. **Custos dos Produtos**, incluindo devoluções, fretes e trocas;
3. **Custos de Atendimento**, em todos os canais;



Não é só gastar pouco que faz um cliente ter um baixo CLV, comportamentos não desejados também são altamente prejudiciais!

# Cross-Sell: 1 em cada 5 clientes dão prejuízo



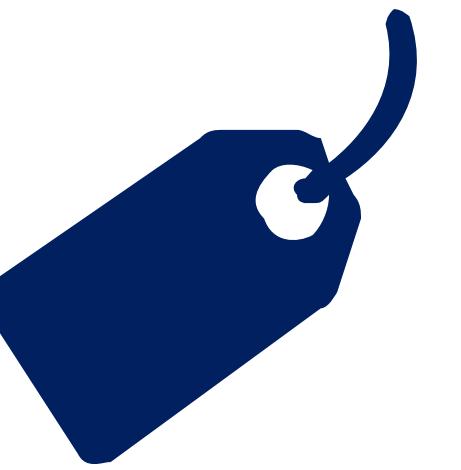
## “Demandantes” de Atendimento

Usam todos os canais de atendimento de forma excessiva, na grande maioria das vezes, por dúvidas e assistências;



## “Rervesores” de receita

Clientes que compram, geram receita, mas depois tiram, normalmente através de devoluções constantes;



## Caçadores de Promoção

Só compram produtos em promoções, black friday,etc.



## Gastos limitados

Gastam um valor baixo e quase que fixo, ou por questões financeiras ou por distribuir muito suas compras na concorrência

**Quanto mais a empresa se esforça para vender para esses clientes, mais prejuízo eles trazem para o negócio.**

# Considere na sua estratégia de cross e up-sell:

---

01

A etapa do Ciclo de Vida/Jornada do Cliente

04

Acertar o timing, perfil do público, o produto recomendado e a oferta

02

O momento de vida (pessoal) do cliente

05

Como o cliente usa e interage com seus produtos

03

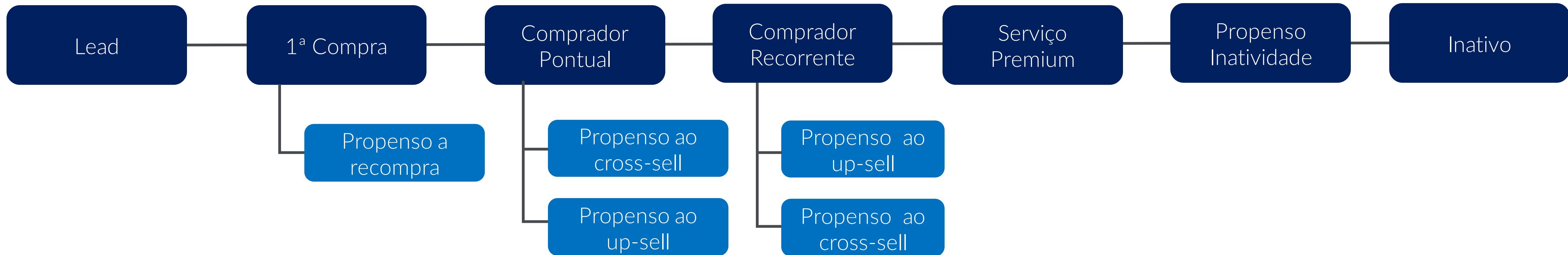
Focar em prestar um serviço e dar a melhor assistência e experiência, e não empurrar produtos

06

Só clientes que estão satisfeitos e felizes com os produtos atuais.

# Ciclo de Vida do Cliente + Modelos Rentabilização

## Varejo



## Seguro de Carro



# Comece Simples!

Interagindo com seus clientes - Parte 2

## Rentabilizar: Conteúdo, Datas Comemorativas e Reconhecimento

# Conteúdo

Mantém o cliente informado sobre as novidades, lançamentos, novas funcionalidades, produtos, etc.

Ajuda o cliente na busca por conhecimento

Argumentação para conversões futuras

Mantém o engajamento e envolvimento constante com a marca, quando não for o momento de vender

“Respiro” do assunto “vendas” na sua jornada



# Conteúdos: Newsletter



## Sculpted Workout

This workout will leave you feeling Fierce, adopting one of our most popular group fitness classes into an on-demand cardio kickboxing workout for all levels.

[WATCH NOW](#)



## Baby Get Back Workout

We know how strong parents are, both mentally and physically. Show it off with this Parent & Me workout that uses your little one as weight.

[GET THE WORKOUT](#)

*braze*

## THE MONTHLY ROUNDUP



## Get Fresh Ideas With the New Braze Inspiration Guide!

Need to brainstorm new messaging and find innovative ways to meet your business goals? Or have an existing campaign that you want to take to the next level? Now, you can get inspired by a collection of over 40 customizable campaigns in our new Braze Inspiration Guide that have been leveraged by the world's savviest brands to effectively activate, monetize and retain their consumers.

[Get Inspired](#)

# Conteúdos: Newsletter

---

September 21, 2021

**HubSpot**  
**Newsletter**

Hi Stefano,

By now, most marketers are familiar with the term "omni-channel" — but what this looks like in practice still raises a few question marks (am I right?).

In this post, we'll go over what omni-channel means and how you can use omni-channel experiences to create profitable marketing, sales, and service strategies. For the visual learners, [20 examples of omni-channel experiences](#) that shine have been featured in this blog post.

Forgetting something? That omni-channel campaign isn't going to calculate ROI all by itself. Use this template to [prove the impact](#) of marketing efforts.

[What is Omni-Channel?](#)

[ROI Template →](#)

[ROI Template →](#)

**New & Trending Resources**



**How to Make Instagram Story Highlights [+Engage Your Audience]**

This post will walk you step-by-step and teach you how to make story highlights (one of the most popular Instagram features!) plus 12 ways to [use this strategy to increase audience engagement](#) →



**Sales Email vs. Cold Call: When to Use Each According to Data**

Rather than deciding whether to call a new prospect or send an email based on personal preference, use the [method your prospect will be most responsive to](#) →



**7 Companies: Great Social Listening Strategies**

Social listening gives you the opportunity to reply to customers and develop a relationship. If you're hoping to improve upon your existing strategy, this post will give examples of notable brands using [social listening to use as inspiration](#) →



**SAM PARR**  
**THE SHAKE UP**

**From Hot Dogs to HubSpot, Why It's Always Been About The Hustle**

Sam Parr (Founder, The Hustle & Host, 'My First Million') knows [how to build a business](#). Whether it's Sam's Southern Hot Dogs carts or a media company like The Hustle, he approaches traditional industries in untraditional ways.

[Listen now →](#)

# Conteúdo: Início do processo de cross-sell

**petlove**  
muito além de petshop

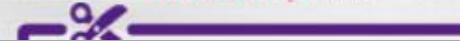


**ANDRÉ,**  
SABIA QUE RAÇÃO ÚMIDA PODE  
MELHORAR A VIDA DA MARIA?

Gatos são animais que naturalmente bebem menos água. Por isso, muitos médicos veterinários "gateiros" já defendem que o ideal é alimentarmos os bichanos com ração úmida ou, pelo menos, com uma mescla entre a ração úmida e a ração seca.

[SAIBA MAIS](#)

**50% OFF**  
EM RAÇÕES ÚMIDAS  
SELECIONADAS

use o cupom:  




**petlove**  
muito além de petshop

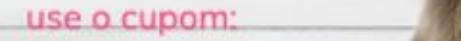


**JAQUELINE,**  
VOCÊ SABE A MANEIRA CERTA  
DE FAZER MIX FEEDING?

Quem tem um cachorro ou gato em casa já pensou, pelo menos uma vez, em juntar a ração seca com a ração em sachê ou lata. Mas, será que você está fazendo isso corretamente? Veja o que os médicos veterinários indicam!

[SAIBA MAIS](#)

**50% OFF**  
EM RAÇÕES ÚMIDAS  
SELECIONADAS

use o cupom:  




**petlove**  
muito além de petshop



**GUILHERME,**  
SABIA QUE RAÇÃO ÚMIDA  
PODE SER TÃO NUTRITIVA QUANTO  
A SECA?

Engana-se quem pensa que os alimentos úmidos servem apenas para quando queremos "dar um gostinho a mais" na comida. Hoje em dia, o mercado pet conta com diversas opções de rações úmidas tão nutritivas quanto as secas.

[SAIBA MAIS](#)

**50% OFF**  
EM RAÇÕES ÚMIDAS  
SELECIONADAS

use o cupom:  




# Conteúdo: Início do processo de cross-sell

**petlove**  
muito além de petshop



**ANDRÉ,**  
A MARIA AINDA FAZ XIXI NO JORNAL?

Se você é daqueles que não se atualizou, está na hora conhecer as vantagens dos tapetes higiênicos. Além da rápida absorção, eles neutralizam o mau cheiro e evitam que tanto o pet, quanto o humano, tenham contato com o xixi.

**SAIBA MAIS**

**50% OFF**  
EM TAPETES HIGIÉNICOS  
**BLUE PREMIUM**  
use o cupom:



**petlove**  
muito além de petshop

**SEU PET MERECE O MELHOR**  
Compre ração e ganhe amostra  
**SUPER PREMIUM**

**EU QUERO**



Nome\_cliente,  
você sabe por que investir em uma ração Super Premium é a melhor opção? Conheça os benefícios e veja a diferença no dia a dia do seu pet!

Rações super premium seguem exigências rigorosas de controle de qualidade

Contém ingredientes mais nobres e balanceados, que oferecem nutrição sob medida

São ricas em vitaminas, minerais e “gorduras boas”, como ômega 3 e 6

Promove saciedade em menores quantidades, reduzindo também o volume das fezes

Como fazer a troca de ração do meu pet?

**SAIBA MAIS**



**petlove**  
muito além de petshop

**ASSINE RAÇÃO SUPER PREMIUM  
GANHE PELÚCIA**

**VEJA OFERTA**  
\*Válido para novos Assinantes



Investir em uma ração de maior qualidade traz muitos benefícios para a saúde do seu bichinho.

Reduz o risco do aparecimento de doenças

Ingredientes super selecionados

Alta digestibilidade

Níveis nutricionais mais elevados

E com a Assinatura Petlove, além de programar para receber a ração do seu pet na frequência que ele precisa, você aproveita descontos exclusivos, como:

**20% OFF**  
+ Frete Grátis  
no primeiro pedido

**10% OFF**  
nos próximos pedidos

**15% OFF**  
em serviços Doghero

**E MAIS:**



**ASSINE JÁ**



# Data Especiais

---

Oportunidades para fazer vendas ou relacionamento.

- Aniversário do cliente
- Feriados
- Datas Comemorativas
- Festas
- Cliente (pessoa)
- Aniversário do cliente
- Tempo de casa
- Gravidez / Nascimento
- Cliente (empresa)
- Aniversário da empresa
- Investimentos / Aquisições
- Resultados Positivos

# Datas Especiais

**petlove**  
muito além de petshop

**A VISITA QUE SEU GATO PRECISA NO PRÓXIMO FERIADO**

[ENCONTRE UM PET SITTER](#)

Sabe o que combina com o feriadão de 7 de setembro, {nome\_cliente}? Hospedagem DogHero!

Veja o passo a passo para chamar um Pet Sitter que irá cuidar do {nome\_pet} por 60 minutos no conforto da sua casa enquanto você estiver fora.

**1** Entre no site ou App da DogHero e escolha um sitter próximo a você.  
**2** Veja as avaliações e [faça um pré-encontro](#) para combinar o acesso à sua casa.  
**3** Combine tudo que seu pet precisa durante a visita: passeio, água, medicamento, etc e o local onde estão os itens do seu pet.  
**4** Feche as visitas pela plataforma da DogHero para que seu pet fique assegurado pela Garantia Veterinária.  
**5** Receba fotos e vídeos das visitas para matar a saudade do seu pet.

**NOVIDADE**

**15% OFF** em serviços DogHero para Assinantes **petlove**

[APROVEITE](#)

**petlove**  
muito além de petshop

**petlove**  
muito além de petshop

**O AMOR ESTÁ NOS MÍNIMOS CUIDADOS**

[ENCONTRE UM HERÓI](#)

**Vacina no braço, feriadão de 7 de setembro à vista e você ainda não planejou com quem deixar o seu pet?**

Acesse o site ou app da DogHero agora mesmo e encontre um lar como o seu para hospedá-lo durante esses dias.

Assim, enquanto você curte sua viagem, seu cãozinho se diverte com nossos anfitriões.

[SAIBA MAIS](#)

**SEJA UM ASSINANTE petlove e aproveite 15% OFF em todos os serviços**

[ASSINE SEM CUSTO](#)

**petlove**  
muito além de petshop

**petlove**  
muito além de petshop

**7 anos dog hero**

**GANHE R\$40 OFF\*** na 1ª hospedagem do seu pet

Cupom: **NIVERDH**

[EU QUERO](#)

\*Desconto válido em reservas a partir de R\$ 200, até 12/09/2021.

**Nome\_Cliente,**

já pensou como seria se a DogHero não existisse e você precisasse deixar de viajar por não ter com quem deixar o {nome\_pet}?

Ou pior, se tivesse que deixar o {nome\_pet} sozinho cada vez que precisasse passar um tempo fora?

Ainda bem que você não precisa se preocupar com isso, porque a DogHero existe e está comemorando 7 anos com descontos exclusivos.

**Como funciona a hospedagem?**

- 1 Acesse o site ou app da DogHero e encontre o anfitrião ideal para hospedar o seu pet
- 2 Faça o pagamento dentro da plataforma e não esqueça de usar o cupom **NIVERDH** para ganhar R\$ 40 OFF na primeira hospedagem
- 3 Conte com o suporte da nossa **Garantia Veterinária** durante e após a estadia
- 4 Mate a saudade do seu pet com fotos e vídeos em tempo real enviados pelo anfitrião

[AGENDE JÁ](#)

# Datas Especiais

**petlove**  
muito além de petshop

VOCÊ É OU CONHECE UM PAI DE PET BABÃO?



É hora de descobrir!  
Marque um ponto a cada quadradinho que se identificar:

BINGO		
Tem orgulho do seu pet	Carrega pelos nas roupas	Brinca sempre que ele pede
Fala com ele com voz de bebê	Tem sempre uma foto nova para mostrar	Tem uma Assinatura Petlove
Deixa dormir na cama	Compra brinquedo novo todo mês	Não deixa ele sozinho

Atenção para os resultados

Se você marcou:

- 0 a 3 – CONTIDO
- 3 a 6 – ESTÁ QUASE LÁ
- 6 ou mais – CERTIFICADO PAI DE PET BABÃO COM ORGULHO

FELIZ DIA DOS PAIS DE PET

Aproveite e garanta tudo para cuidar do nome\_pet aqui.

VEJA SELEÇÃO

**petlove**  
muito além de petshop

{NOME\_CLIENTE}, E SE VOCÊ PUDESSE SABER TUDO QUE SE PASSA NA MENTE DO {NOME\_PET}?

No Dia do Cão, a Petlove realizou este grande desejo dos pais e mães de pet!

### A MENTE DO CÃO



Latir para o nada  
Encher meu humano de carinho  
Preciso de uma bolinha nova  
Quero mais um brinquedo

Brincar com meu bichinho de pelúcia  
Quero atenção dos meus humanos  
Adoro passear

APROVEITE PARA MIMAR E CUIDAR DO {NOME\_PET} COM ESSAS OFERTAS ESPECIAIS!

BRAVECTO com até **25% OFF**



EU QUERO

NUTRILUS PRO com até **20% OFF**



EU QUERO

A Birthday Treat to Get Your Party Started | View as [webpage](#)

**Total Wine & More**

SHOP ONLINE | STORE LOCATOR | EVENTS | GIFT CARDS

**HAPPY BIRTHDAY**

Celebrate with a fabulous cocktail!

VISIT COCKTAIL CORNER ►




BERRY BUBBLY RECIPE ►

It's your birthday and you can celebrate if you want to — we are! The team members at Total Wine & More are raising a glass and singing a round of "Happy Birthday" in your honor.

Red Wine

White Wine

Beer

SPECIAL BIRTHDAY COUPON

**\$5 OFF WINE**

Save \$5 on your purchase of 750ml and/or 1.5L WINE totaling \$50 or more. [Get Coupon](#)

# Sazonalidade

**petlove**  
muito além de petshop

{NOME\_PET} em:  
UM INVERNO ANIMADO  
E COM ESTILO

Vem ver os  
acessórios!

VEJA COLEÇÃO

Confira acessórios com estampas exclusivas dos  
desenhos que marcaram gerações.

DISNEY

EU QUERO

TURMA  
DA MÔNICA

EU QUERO

SNOOPY

EU QUERO

**AQUEÇA SEU PET  
NESTE INVERNO**

com até **40% OFF**

**EU QUERO**

Deixe o frio do lado de fora com  
essas caminhas super confortáveis.

## CAMA NUVEM

Aconchegante e quentinha,  
melhora o sono e o humor.

**CONFIRA MAIS**



## COLCHONETES

Macio, impermeável e espaçoso  
para o seu pet se esparramar.



**CONFIRA MAIS**



## TOCAS

Cobertura com efeito de  
coberta para aquecer seu  
pet nos dias mais gelados.

**CONFIRA MAIS**



# Framework de Rentabilização: Proposta de Valor



# Up-sell: Exemplos

Up-sell através de serviços premium.



# Reconhecimento

---

## 1. Definir quais clientes reconhecer

Estudar sua base de clientes de Alto Valor. Quais são as características que você quer recompensar? Exemplos:

- Longo tempo de permanência: clientes antigos;
- Alto CLV Histórico: gastam muito;
- Alto CLV Preditivo / Potencial: vão continuar gastando;
- Compra diferentes categorias;
- Bons reviews, alta satisfação, indicam muitos clientes em ações de MGM;

**Nem todos os clientes de Alto Valor são iguais.  
É preciso entender seus diferentes perfis e ter ações diferentes para cada um deles.**

## 2. Definir o que será esse reconhecimento

Nem sempre precisa ser dinheiro. Exemplos:

- Conceito de “pré-estreia: acesso antecipado a lançamentos, novas linhas, experimentar em primeira mão;
- Acesso à edições limitadas;
- Convidar a conhecer o escritório/fábrica da empresa;
- O presidente fazer uma ligação ou carta escrita a mão;
- Dar acesso a áreas VIPs em eventos;
- Ser convidados para jantares;

# Reconhecimento: Case Nespresso



CARAN D'ACHE  
+  
NESPRESSO®

# Atendimento

---

## 1. Atendimento Premium

### → Alto Valor → Nicho

- Serviços de Concierge
- Atendimento pessoal
- Atendimento exclusivo
- Prioridade na fila
- Os melhores atendentes
- Maior flexibilização para pedidos do cliente
- Resolvedores de problemas

## 2. Atendimento eficiente

### → Baixo Valor → Escala

- Usar a tecnologia e user experience a seu favor;
- Facilitar o auto-serviço, com a melhor experiência;
- Atendimento digital rápido e eficiente, tendo acesso a todos os dados do cliente;

Interagindo com seus clientes - Parte 2

## Rentabilizar: Programas de Fidelidade

# Principais Objetivos

---

**1.** Identificação de Cliente

**2.** Entender o comportamento do cliente

**3.** Aumentar Frequência

**4.** Aumentar Taxa de Retenção

**5.** Concentrar compras / Aumentar o Share of Wallet

**6.** Aumentar Ticket Médio

**Maximizar o CLV e o  
compromisso do cliente  
com a empresa**

# Exemplos

---



# Case: Starbucks Rewards

---



# Case: Starbucks Rewards



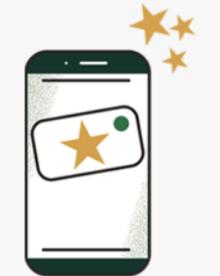
**Colecione estrelas toda vez que nos visitar**

**Mais estrelas, mais prêmios, mais rápido**

Diversos benefícios para você aproveitar, veja só:



Benefícios exclusivos para os membros



Faça o pedido e pague pelo celular



Promoções e acessos antecipado às novidades



Comemore seu aniversário com uma bebida de presente



Estrelas em dobro e estrelas bônus



Aproveite seu espresso doppio na compra de cada pacote de café (250g)

Ao ser membro você ganha estrelas em quase tudo o que compra (não é válido para compras via Rappi) e essas estrelas se transformam em recompensas (muito deliciosas). Confira na tabela abaixo quantas estrelas você precisa para resgatar cada recompensa.

[Ver tabela](#)



Resgate bebidas, comidinhas e muito mais

Agora, você pode resgatar bebidas e itens de food, de acordo com a quantidade de estrelas do nível que você atingiu.



1 estrela a cada R\$2,50\*

Toda vez que você paga através de um Starbucks Card Registrado ou app Starbucks Brasil, você ganhará 1 estrela para cada R\$ 2,50 gastos.



Aproveite nossas campanhas

Sempre realizamos campanhas promocionais (por tempo limitado) onde você ganha Estrelas Bônus.



Ganhe Um Espresso Doppio na compra de um pacote de Café em grãos Starbucks® (250g)

Ao realizar a compra de um pacote de cafés em grãos Starbucks (250g) nas lojas Starbucks Brasil mediante pagamento integral com Starbucks Card cadastrado, você pode solicitar a cortesia de um Espresso Doppio (tradicional) no momento da compra.

Para atingir cada vez um nível maior no programa Starbucks Rewards™, você precisa acumular estrelas (lembre-se que para ganhar cada estrela é necessário pagar com seu Starbucks Card registrado ou com seu aplicativo Starbucks).



15  
Estrelas



30  
Estrelas



45  
Estrelas



70  
Estrelas



150  
Estrelas



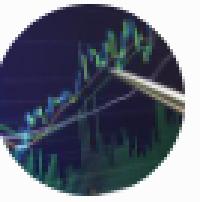
300  
Estrelas

**Suas delícias favoritas de graça**

# Case: Starbucks Rewards

Feb 2, 2017, 02:04pm EST

## Starbucks' Success With Mobile Order And Pay Is Too Much Of A Good Thing



Trefis Team Contributor

Great Speculations Contributor Group ©  
Markets

⌚ This article is more than 4 years old.

Starbucks' has had a challenging Q1 2017 with its revenues missing the consensus estimate and slowdown in its comparable sales. (Fiscal years end with September.) The company's *Mobile Order & Pay* app showed rapid customer adoption, leading to operational challenges. This tool, which was designed to reduce long queues at Starbucks's restaurants, is now creating congestion at the handoff plane due to high volumes. This is resulting in walk in customers not making a purchase due to the heavy rush, impacting comparable sales negatively. With a larger number of orders placed via the mobile app, Starbucks restaurants are unable to cope with this demand **causing operational challenges**. Ironically, the success of Starbucks' tool aimed to reduce longer waiting times has now created congestion at its stores, driving customers away. This is being attributed by the

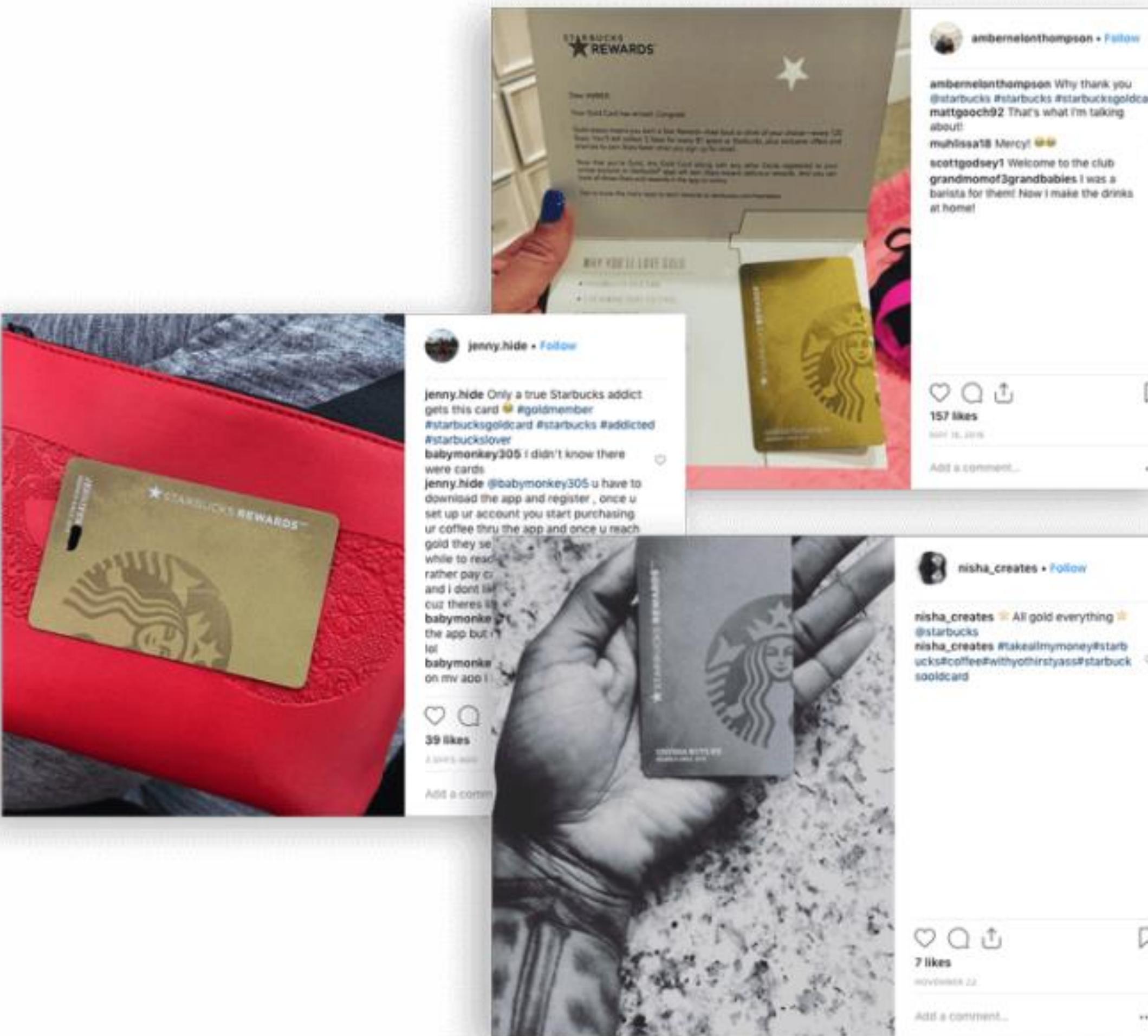
**Starbucks Mobile Order & Pay Tutorial Video**



**Available In More Than 7,400 Stores and Customers Using the Starbucks® App on iOS or Android Devices; International Expansion Coming in October**

SEATTLE, September 22, 2015 – Starbucks Coffee Company (Nasdaq: SBUX) today announced the nationwide availability of Mobile Order & Pay on iOS and Android devices, a new feature of the popular Starbucks® mobile app that allows customers to place and pay for their order in advance of their visit and pick it up at a participating Starbucks® location. Following successful launches in select U.S. cities, mobile ordering is emerging as the fastest and easiest way for Starbucks customers to order ahead, then pay and pick up their purchases – providing on-the-go customers a simple and quick alternative to get their favorite food or beverage item. Starbucks plans to introduce this feature in select company owned stores in the UK and Canada in October.

# Case: Starbucks Rewards



## MONEY

### Starbucks loyalty program will now be based on dollars spent

Hadley Malcolm USA TODAY

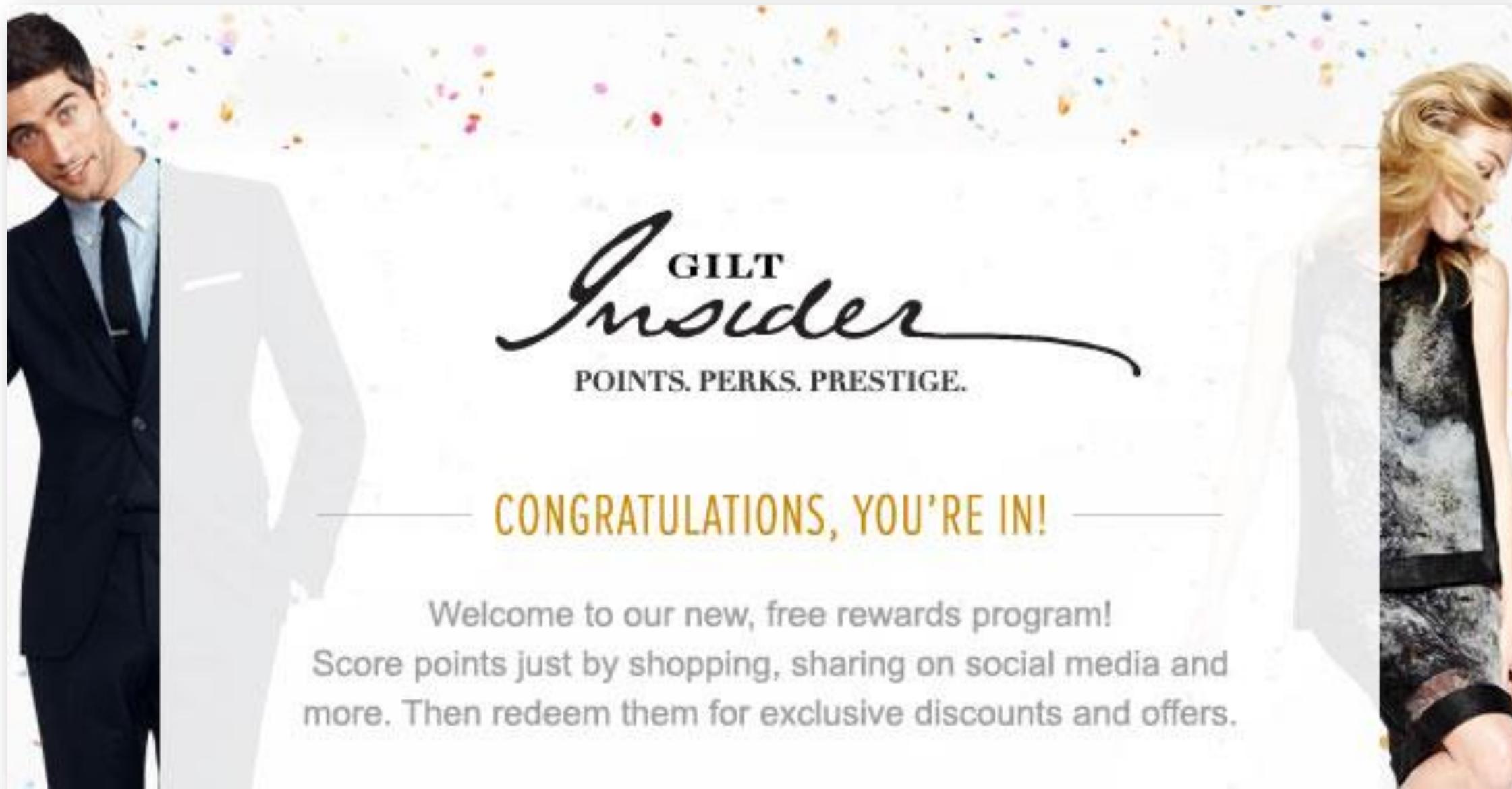
Published 9:37 a.m. ET Feb. 22, 2016 | Updated 6:19 p.m. ET Feb. 22, 2016



In a bid to boost participation, Starbucks is making a big change to its customer loyalty program: It will give rewards based on dollars spent rather than number of visits.



# Cases: Gilt Insider



## Earning Points Is Easy

5  
per 1\$ spent

Shop Gilt, Gilt City, or  
on our Gilt app



### Extra Credit

25  
per referral

Get points when you  
invite friends - through  
Gilt or the mobile app

## Redeem For Perks



### Rewards Shops

Cash in your points for dollar-off  
discounts starting at \$5 all the  
way up to \$100!



### Brand Gift Cards

Treat yourself to a gift from one  
of our many rewards shops  
ranging from candles to  
accessories.

Get discounts from our brand  
partners including Jack spade,  
French Connection & more!

# GILT

You've earned 504 points this year!

SELECT PREMIER *Noir*

## Your Insider Benefits



Early Access



Exclusive Sales



Welcome Offers



1 Hour Preview



Waitlist Priority



VIP Customer  
Service

# Cases: Gilt Insider

**Gilt Insider**  
POINTS. PERKS. PRESTIGE.

### Membership Levels

	Insider 0 Points	Select 5,000 Points	Premier 10,000 Points	Noir 25,000 Points
Gilt Unlimited Shipping Pay \$9.95 and enjoy 30 days of unlimited shipping	•	•	•	•
Exclusive Sales Shop sales curated just for Insider members	•	•	•	•
Early Access to Sales Shop earlier than everyone else		5 min	15 min	30 min
Birthday Gift Receive a little something from us on your special day			•	
VIP Customer Service Your concerns are our first priority; call or email anytime			•	
Waitlist Priority Get notified when it's available before anyone else			•	
Private Events Receive invites to exclusive Gilt Insider experiences			•	
1 Hour Preview of Sales Browse sales before everyone else			•	

**GILT**

My Account | Need Help? | My Cart 2 | Checkout

WOMEN | MEN | BABY & KIDS | HOME | FOOD & WINE | CITY | TRAVEL | Search | 

**Gilt Insider**

POINTS. PERKS. PRESTIGE.

**Your Exclusive Perks**

6,434 points available

**SELECT Member**

Only 996 more points to Premier!

**SELECT PREMIER NOIR**

**Your Insider Benefits**

Early Sale Access | Exclusive Sales | Insider-Only Sales  
Noir ONLY | Noir ONLY | Noir ONLY  
1-Hour Preview | Waitlist Priority | VIP Customer Service

**Easy Ways to Score Points**

- 50 per visit
- 35 per week
- 25 per friend
- 20 per week
- 5 per day

Visit 5 Weekdays in a Row  
M T W Th F  
Connect Your Facebook Account  
Refer Your Friends  
Subscribe to Insider Emails

**Free Domestic Shipping**  
2,500 pts

**10% Off Any Future Order**  
5,000 pts

**\$100 Gift Card**  
50,000 pts

**20% Off Any Future Order**  
10,000 pts

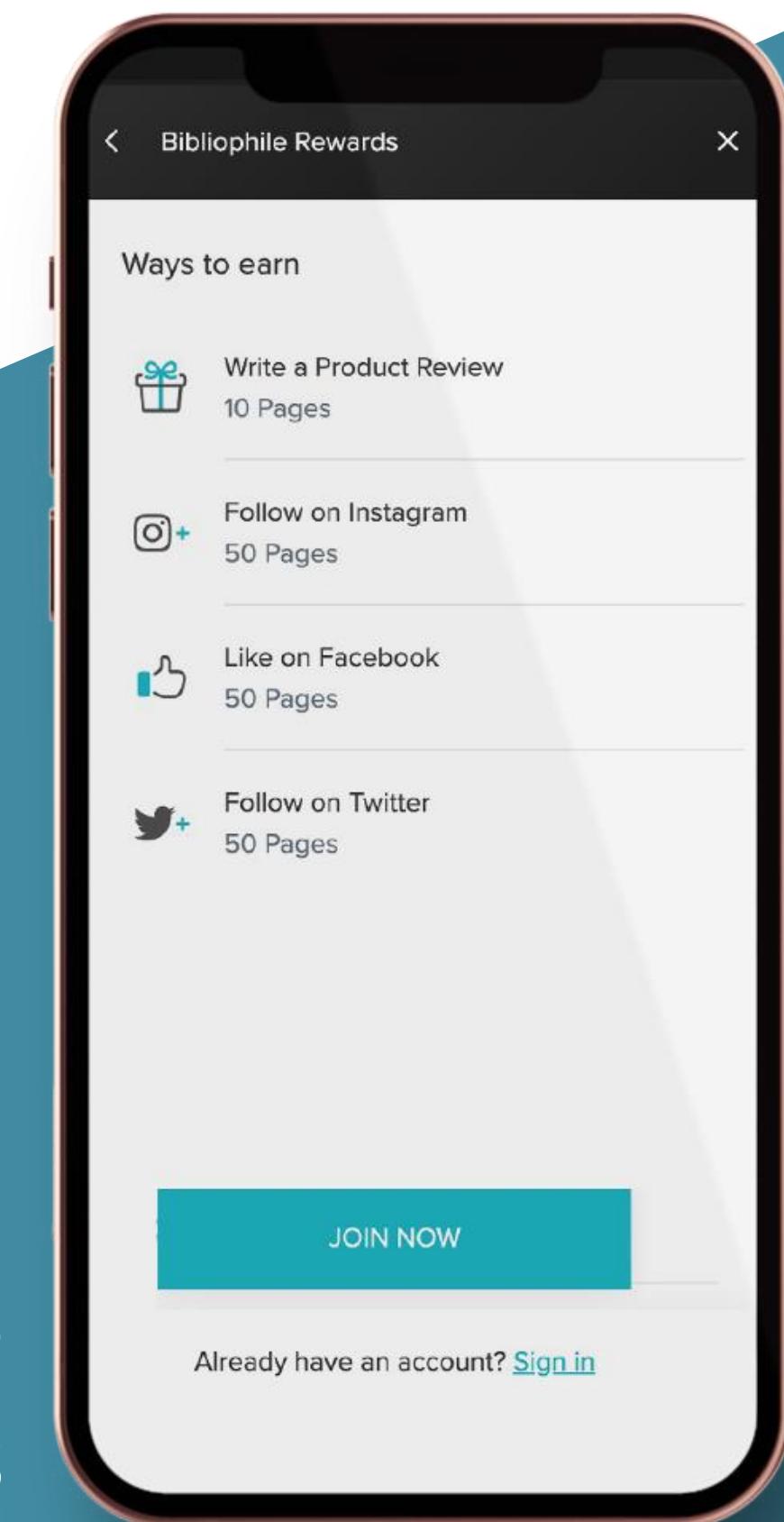
**30% Off Any Future Order**  
15,000 pts


# Incentive comportamentos desejados



Van-Dal  
Shoes



Bibliophile  
Rewards

# Criar níveis fazem a diferença

## e.l.f.'s Beauty Squad

1. Gamificação torna o programa mais divertidos: barras de progresso, metas, alvos, etc.
2. Torna o programa mais social e “compartilhável”: clientes atingem um nível de status por estarem no maior nível
3. Exclusividade faz o cliente se sentir valorizado e geram promotores da marca
4. Só quem realmente mereceu ganhará os melhores benefícios
5. Motiva o cliente a subir os degraus para se tornar VIP
6. Gera consistência

### BEAUTY SQUAD *benefits*

	GLOW GETTER 0+ POINTS	RISING STAR 101+ POINTS	A-LISTER 401+ POINTS
ENROLLMENT OFFER	●	●	●
BIRTHDAY GIFT	●	●	●
FULL SIZE PRODUCTS redeemable with points	●	●	●
\$5 OFF \$20+ PURCHASE Rising Star Bonus Offer		●	●
FREE BEAUTY SET redeemable with points		●	●
EARLY ACCESS TO SALES		●	●
CHOOSE YOUR OWN SALE DAY A-LISTER BONUS OFFER			●
FREE DELUXE BEAUTY SET redeemable with points			●
EARLY ACCESS TO NEW PRODUCTS			●
	\$1 Spent = 2 pts	\$1 Spent = 4 pts	\$1 Spent = 6 pts
STUDY WITH YOGA CLASS	size 6 =inches 12	size 6 =inches 12	size 6 =inches 12
STUDY WITH A LADY			●
STUDY WITH A LADY			●

# Para um programa de sucesso:

---

1. Mecânica simples de entender e usar;
2. Recompensas claras e relevantes, que gerem desejo;
3. Diferentes formas de ganhar pontos;
4. Precisa ser lucrativo para a empresa;
5. As recompensas e incentivos devem ser diversificadas;
6. Os benefícios dos melhores clientes precisam ser diferenciados, limitados e exclusivos;
7. Construa experiências únicas para sair do transacional;
8. Régua de Comunicação eficientes
9. Gere status



Interagindo com seus clientes - Parte 2

## Reter e Recuperar: Churn e Winback



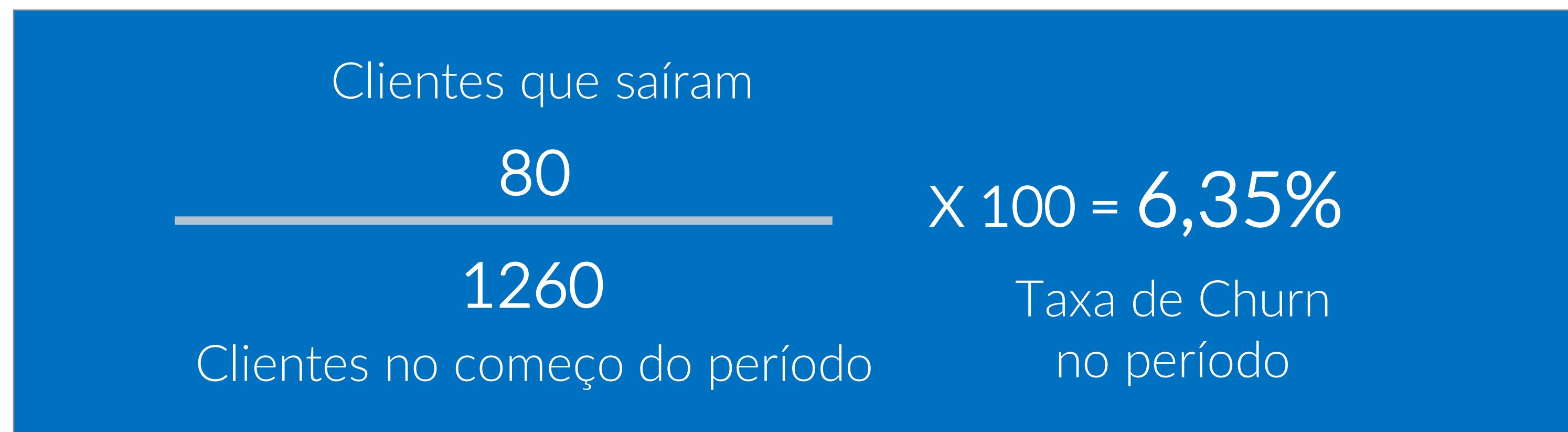
# Churn: Definição e Cálculo

Taxa de Retenção é o percentual de clientes que sua empresa mantém em um determinado período (ex: 60%)

Taxa de Churn / Attrition é o percentual de clientes que sua empresa perdeu em um determinado período (ex: 40%)

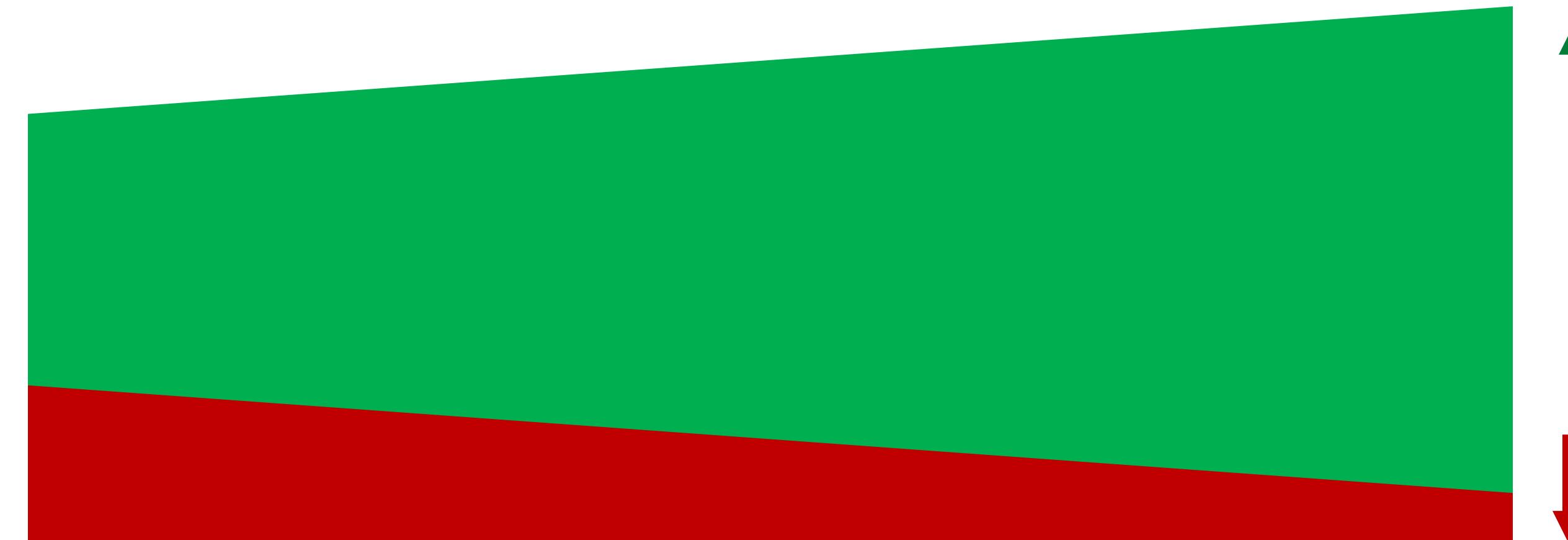
# de Clientes

ou



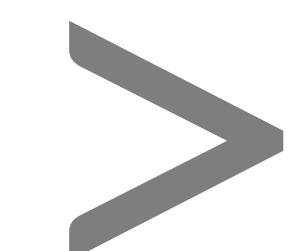
# Churn Negativo

É o conceito de aumentar a receita para os clientes existentes em uma taxa maior do que os que estão saindo ou deixando de comprar.



Crescimento da Receita /  
CLV dos clientes atuais

Ex: R\$100.000



Perda de Receita / CLV  
pelos clientes perdidos

Ex: R\$10.000

Através das ações de rentabilização,  
como cross-sell, upsell, programas de  
fidelidade, etc

Churn Negativo:  
R\$90.000,00

Saída de clientes e  
perda de Valor / CLV

# Churn em Diferentes Mercados

---

Taxas de Retenção são muito diferentes em cada mercado (exemplos):

Varejo: 30%

Automobilístico: 40%

Seguro Saúde Empresarial: 95%

SaaS: 98%

Períodos das análises também diferem:

Anual;

Semestral;

Trimestral;

Mensal;

## Vínculos Contratuais:

Cliente declara que está cancelando, fácil de identificar.

## Vínculos não contratuais:

Cliente deixa de ser cliente de forma “silenciosa”. Difícil identificar se está ativo mas adormecido, ou se está realmente inativo.

# O churn não é constante ao longo do tempo

A taxa de churn para novos clientes sempre será maior do que taxa de clientes que já se provaram ser fiéis.

Cohort	Taxa de Churn	(%) Carteira Empresa A	(%) Carteira Empresa B
0-4 meses	30%	30%	5%
5-12 meses	10%	25%	10%
1-2 anos	5%	40%	50%
3+ anos	2%	5%	35%

Churn da carteira:  
15%

Churn da carteira:  
5%

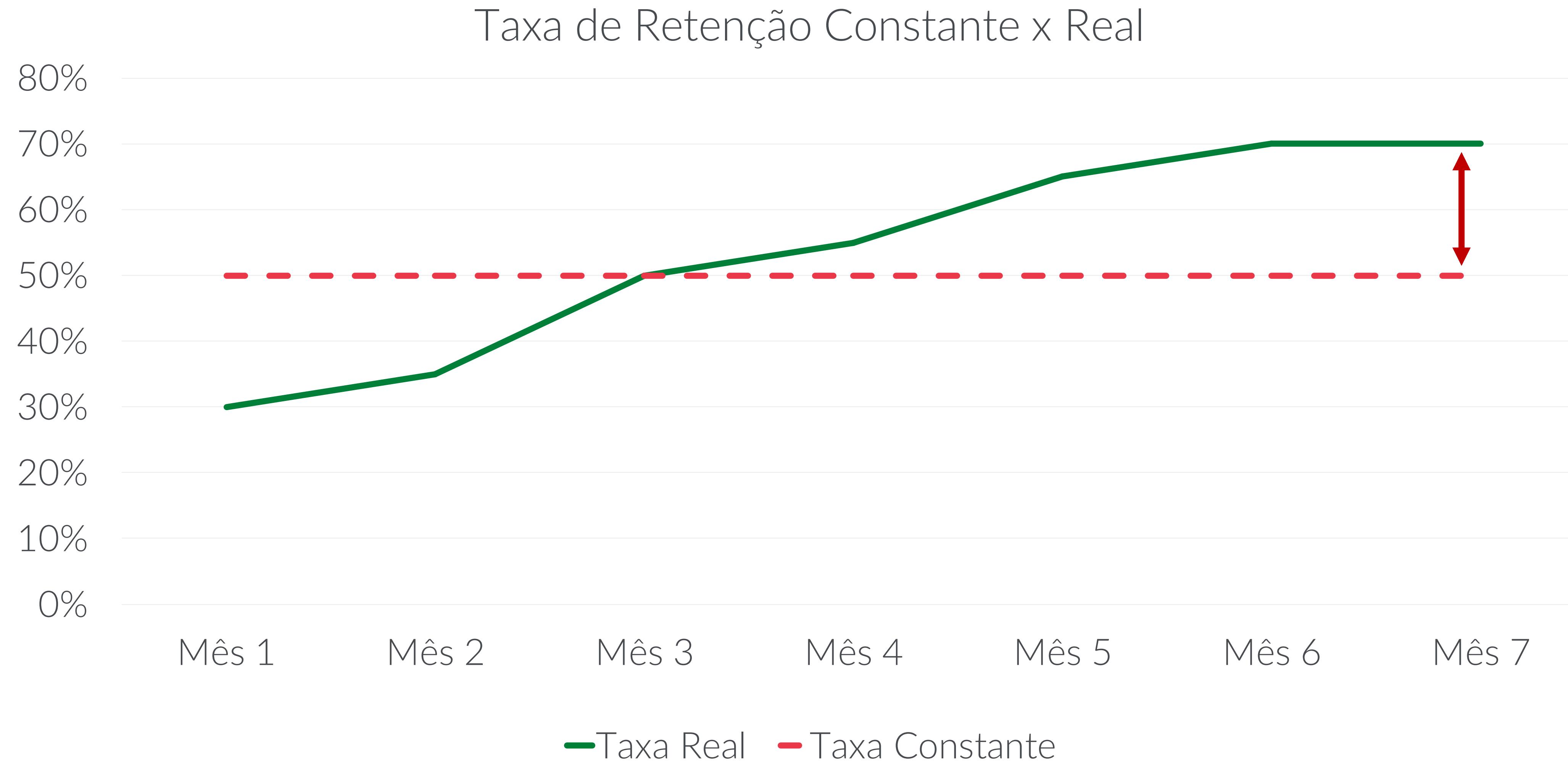
Empresas que estão crescendo rápido tendem a ter taxas de churn da carteira maiores que concorrentes, e aumentando.

Por isso as variáveis que formam o cálculo do CLV não **devem** usar dados médios, e sim, o mais clusterizado possível.

# Retenção na Visão Cohort

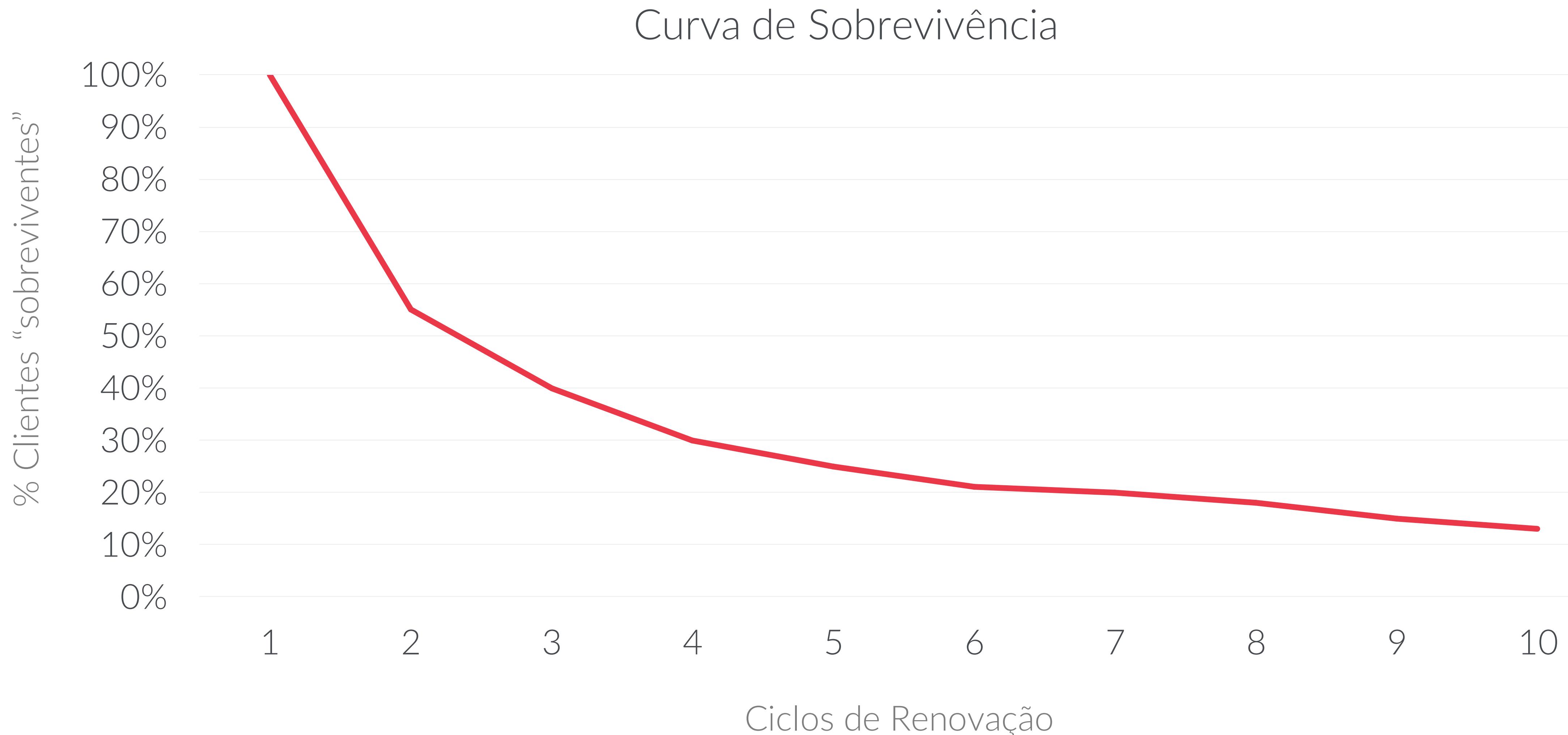
Quantos clientes de um período, retornaram em outro período.

# Cálculo do CLV: Não usar churn médio



# Curva de Sobrevida: Vínculos Contratuais

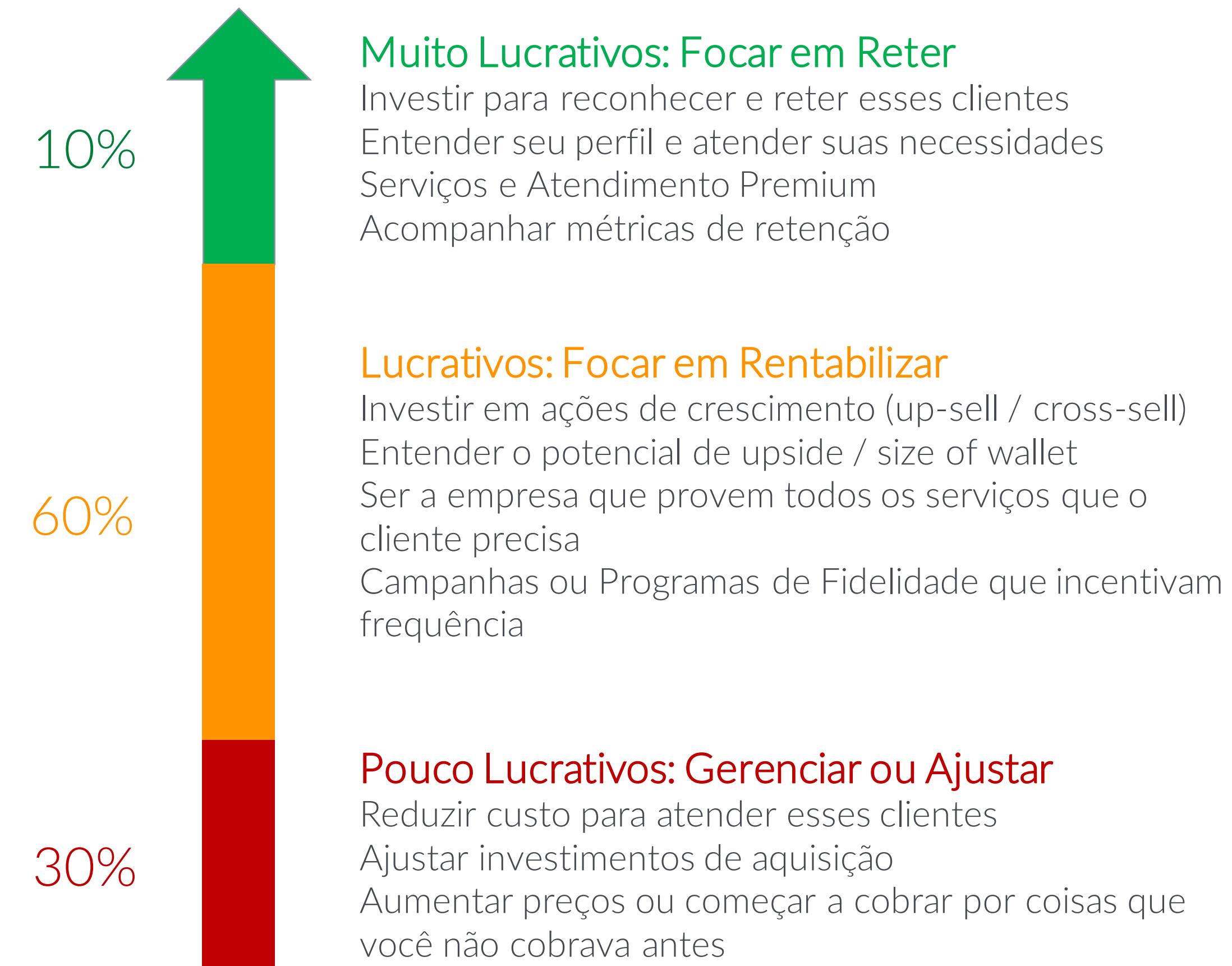
---



# Nem todo churn é ruim

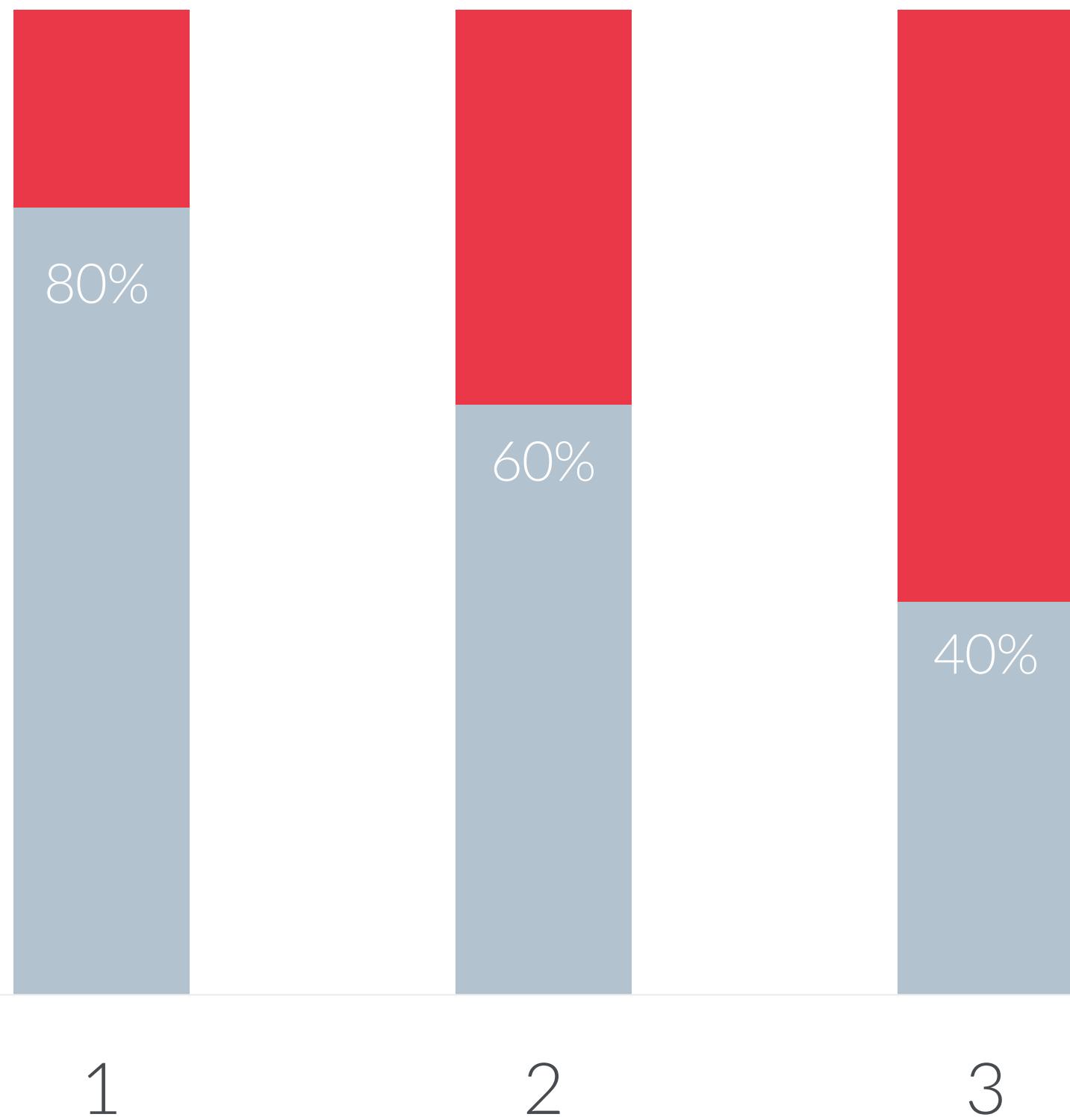
---

Quais clientes sua empresa está perdendo?



# Migração de Valor (CLV) também é churn

Share of wallet em declínio



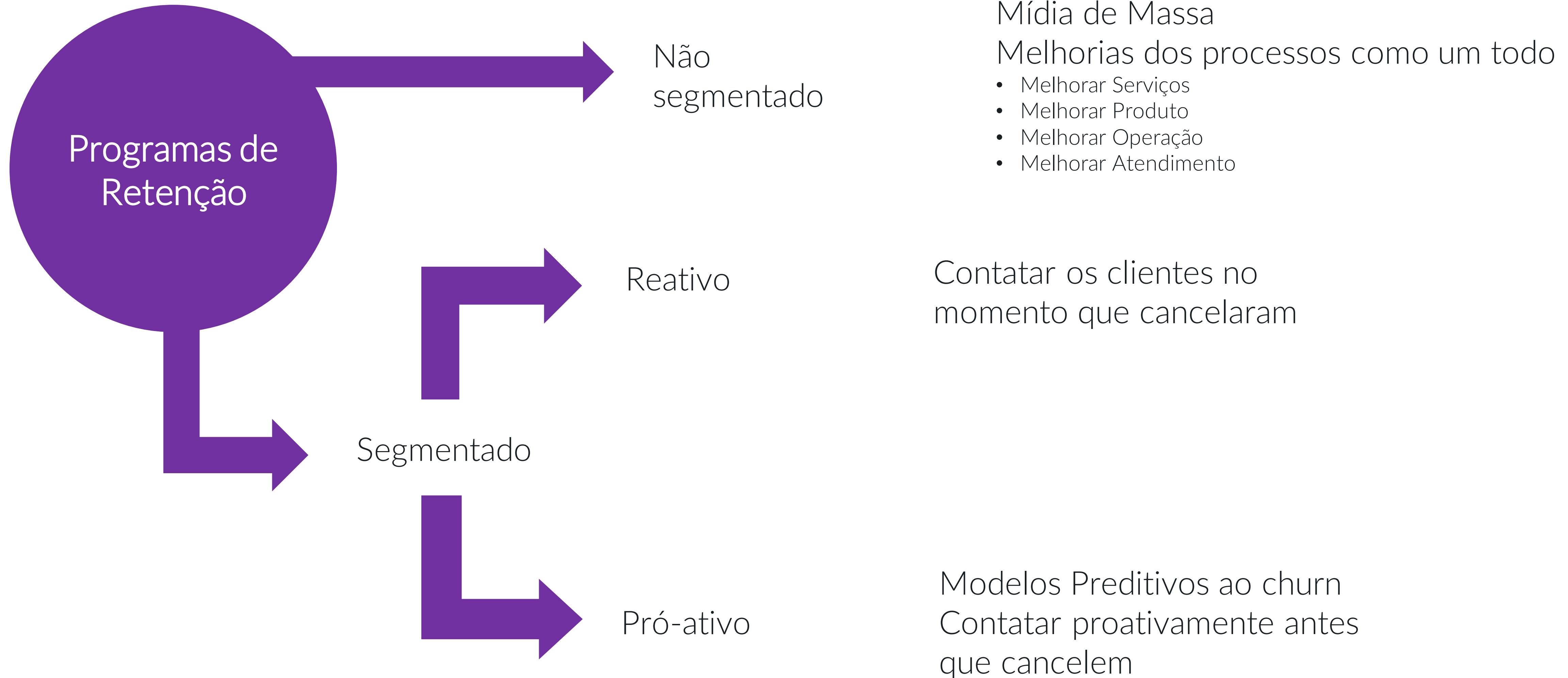
CLV Histórico (12 meses)

	Sem compras	Alto Valor	Médio Valor	Baixo Valor	Prospect -> Novo
Sem compras	1	4	4	4	-
Alto Valor	2	3	5	5	7
Médio Valor	2	6	3	5	7
Baixo Valor	2	6	6	3	7

CLV Histórico (13-24 meses)

Id	Segmento
1	Inativos nos 2 períodos
2	Clientes reativados
3	Clientes estáveis
4	Clientes perdidos / inativo
5	Clientes em Crescimento
6	Clientes em declínio, em risco
7	Prospects que viraram novos clientes

# Programas de Gestão de Retenção



# Modelos Preditivos e Campanhas de Churn

---

Não devem ser usados para todos os clientes:

## Clientes fiéis

Amam seu produto, sua marca, e dificilmente vão ficar inativos:

Reconheça e agradeça, mas cuidado para não gastar dinheiro a toa em ações que não mudariam seu CLV (ex: descontos) e para não incomodá-los demais.

## Clientes na inércia

São fiéis, mas de forma passiva. Não querem o trabalho de considerar alternativas.

Melhor não contatar. O impacto pode ser negativo: “ah, meu contrato está ativo? Vou olhar outras opções”.

## Clientes que não gostam de você

Mentalmente eles já é seu cliente, mas para evitar multas ele leva o contrato até o fim.

Melhor não contatar. Já não usam mais seu serviço por provavelmente estarem na concorrência, e é difícil de mudar sua intenção, acaba sendo um desperdício de dinheiro.

**Construir um modelo preditivo de churn é fácil. Difícil é montar ações que ajudem a reduzi-lo!**

# Quanto Gastar para Reter seus clientes

---

Quanto investir em um cliente, e ainda manter a campanha lucrativa?

$$X = Y (\%) * CLV$$

X = Total de Investimento que a empresa pode gastar para tentar reter cada cliente

Y = O percentual de clientes que você pode salvar com a campanha

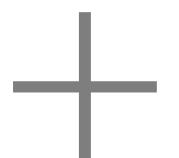
**O quanto gastar deverá ser proporcional ao CLV do cliente.**

# Identifique a raiz do problema

A melhor forma de diminuir churn é resolvendo suas causas.

## Modelo Preditivo:

Entender comportamentos que levam ao churn.



## Pesquisa Quali /Quanti:

Perguntar para o cliente o que o motivou a sair.

## Possíveis causas de churn

### 1. Problemas no produto:

- Faltam Features / Funcionalidades
- Experiência de usabilidade ruim
- Baixa performance
- Bugs
- Pouco uso do produto

### 2. Marketing e Comunicação

- Não entrega o que promete
- Faltam réguas de engajamento
- Onboarding ruim
- Atuação da concorrência

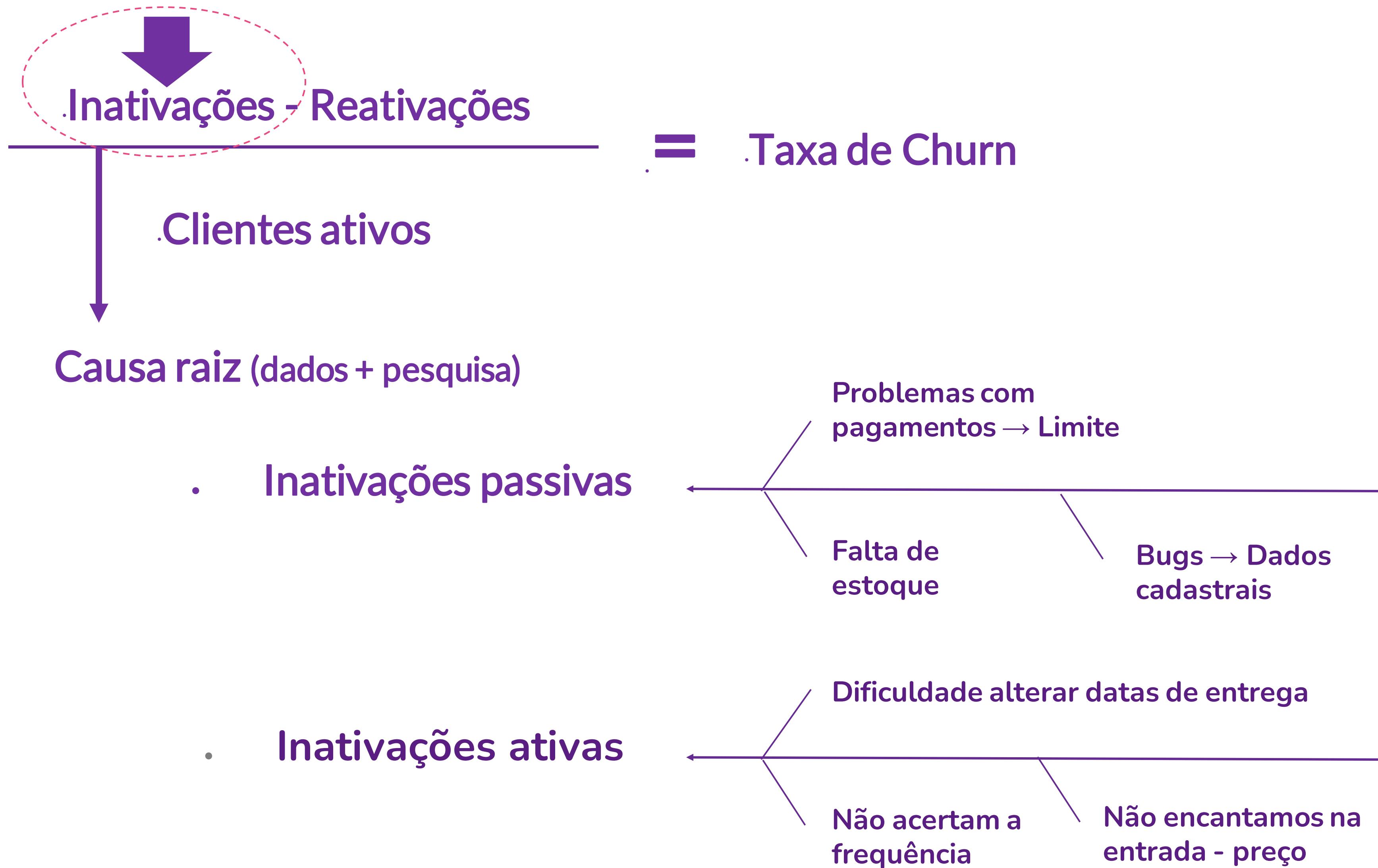
### 3. Problemas de atendimento

- Atendimento ruim, lento
- Baixa capacidade de resolução

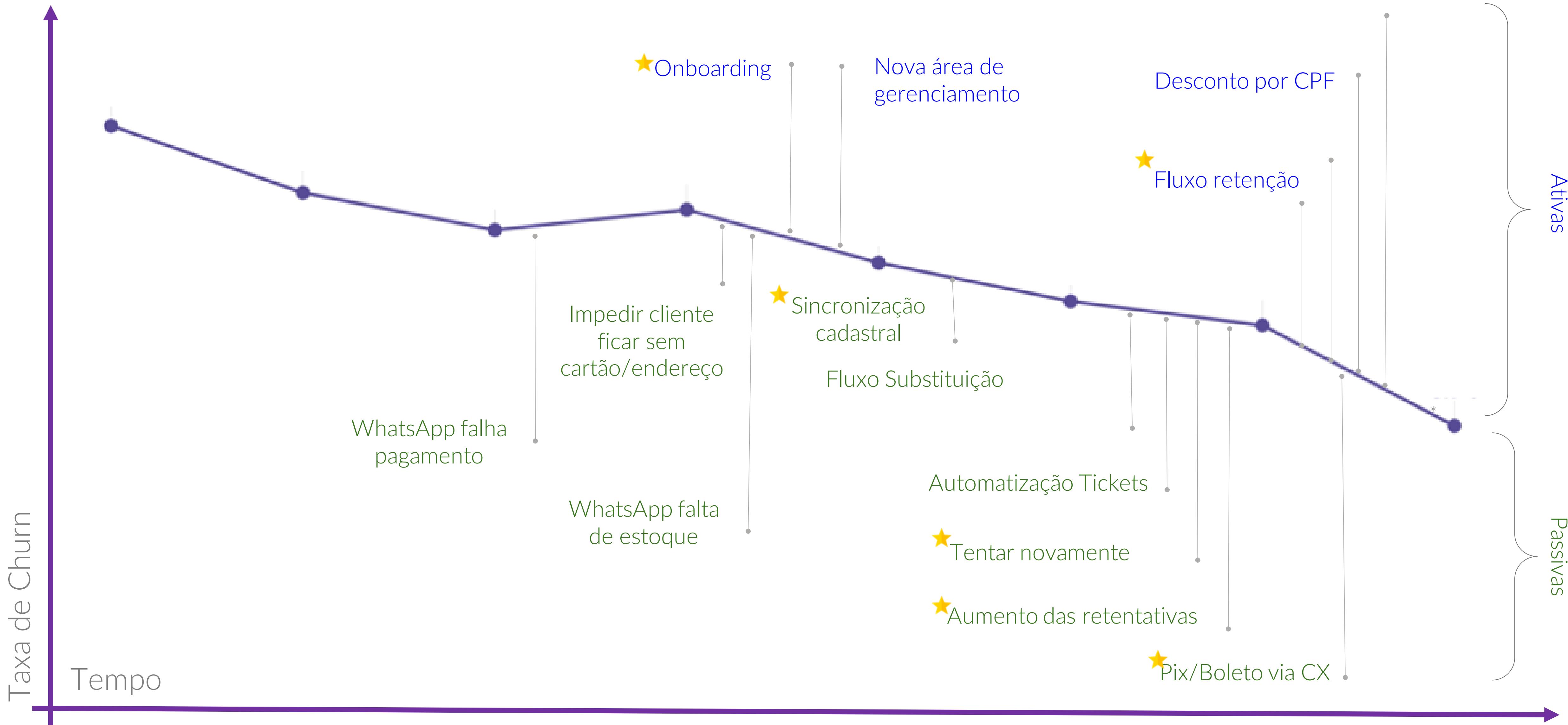
### 4. Problemas operacionais:

- Formas de pagamento
- Cobrança
- Entrega
- Serviços

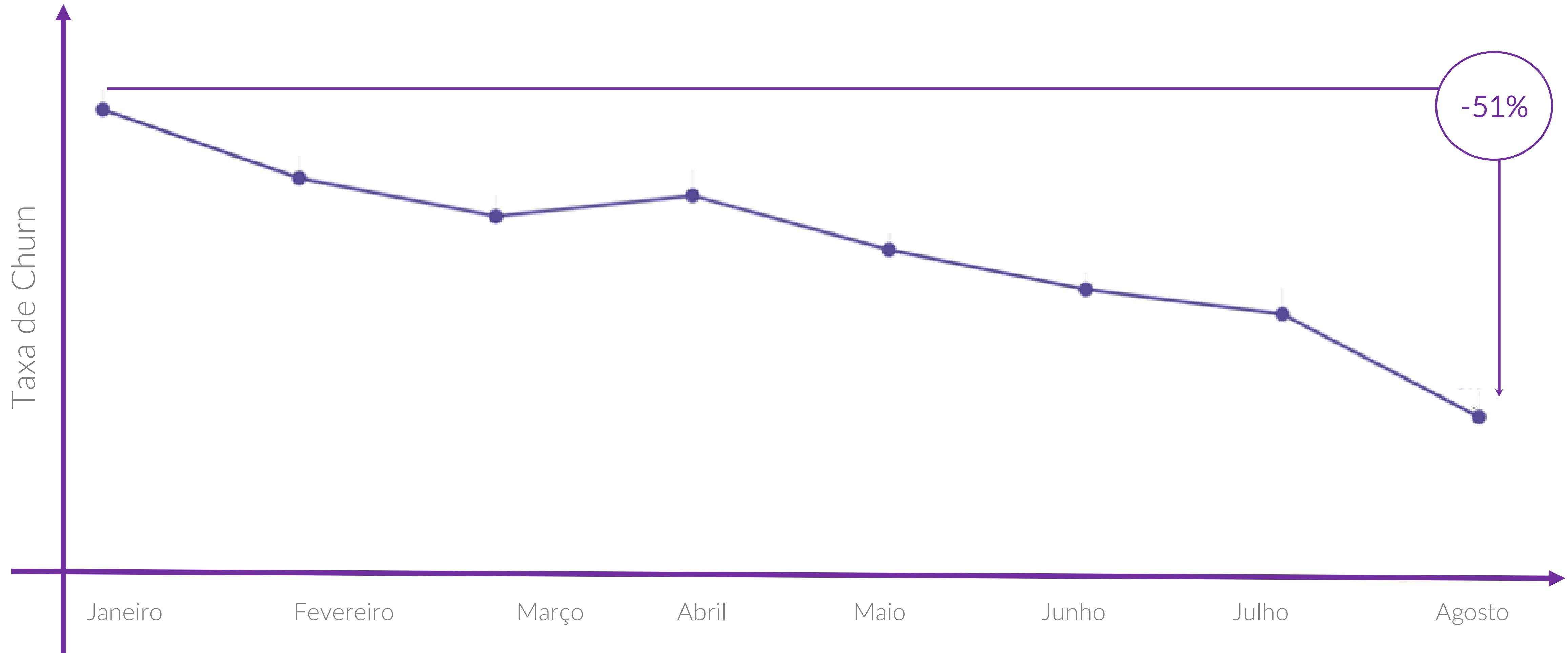
# Case: Petlove



# Case: Petlove



# Case: Petlove



# Recuperação / Winback: O que considerar

---

É mais barato reativar um cliente do que adquirir um novo: já conhecem a sua marca e seus serviços

01 Definir quais ex-clientes recuperar  
Alto CLV  
Determinados comportamentos  
Escolher os motivos de saída certos

03 Reengajar usando diferentes canais  
Email, SMS, Push  
Construa uma régua, com algumas abordagens

02 Estabelecer o melhor momento  
Janelas de recorrência  
Períodos de renovação

04 Usar dados históricos para customizar a comunicação  
Produtos que comprava  
Marcas que gostava  
Por que ele saiu?

# Cases: Seja criativo!

**American Apparel**

Come back! Shop with us again and take 15% off everything!\*

**We Miss You!**

Shop Now →

Need ideas? Browse our Best Sellers. →

Use Promo Code **PAL13**

Shop Now >



**Buca di Beppo** ORDER RESERVATIONS LOCATIONS

Come back, we miss you! \$20 Certificate below!

It's not a party without you.

**\$20 Certificate**

VALID FOR DINE IN OR TO GO, THROUGH MAY 12, 2017.

Offer must be redeemed by [redacted] and is not transferable. Coupon is good for one-time use only.

Online orders use coupon code: **MAY20**

\$20 off any purchase of \$40 or more

Void if barcode and expiration date are not shown. Minimum purchase of \$40 required, excluding tax and gratuity. Not valid with any other offers or discounts. One coupon per visit, per table. Unauthorized distribution prohibited. This is not a gift card or gift certificate. No cash value or return. Excludes banquet & group menus, catering/party pans, alcohol, merchandise and purchase of gift cards. Valid at participating Buca di Beppo locations. Valid for Dine In or To Go only. Expires 5/12/17.

MENU | BANQUETS | GIFT CARDS

[f](#) [t](#) [p](#) [i](#) [g](#)



P.S. You Can Have Free Next Day. [Shop Now](#)

[View Online Version](#) [MISSGUIDED](#) [Unsubscribe](#)

Home | New In | Clothing | Dresses | Shoes | Accessories | Blog | Sale

HEY, WE NEED TO TALK...

WE USED TO BE SOLEMATES...

AND NOW YOU DON'T EVEN BROWSE ANYMORE..

I KNOW WE CAN MAKE THIS WORK...

SO HERE'S SOMETHING TO GET US BACK ON TRACK...

LET'S TRY AGAIN

**FREE**

NEXT DAY DELIVERY\*

Enter Code **FREENEXTDAY**

treat yourself →

LET'S GET BACK TOGETHER?

[f](#) [t](#)

\*T&C's: Use code FREENEXTDAY and select Next Day Delivery at checkout. Cannot be used in conjunction with any other promotion or student offer. Order before 21:00 GMT for delivery the next day. UK only. Ends 23/09/26.06.2015.

This message was sent to [julian@missguided.com](#) from [julian@missguided.com](#) via [Sendinblue](#)  
Missguided Ltd | Unit 8 Cemetery Park | Gornal Way | Gornal | Wolverhampton | WV10 0RE | United Kingdom  
Want us to stop contacting you entirely? [Unsubscribe](#) from all future correspondence

# Cases: Seja criativo!

Are we seriously breaking up? Sign up to receive UO emails so we can stay together forever!

FREE SHIPPING ON ORDERS OVER \$50!

**URBAN OUTFITTERS**  
WOMEN'S MEN'S APARTMENT SALE

9:48 AM 98%

Messages \*~BFF~\* Edit

Are we seriously breaking up!?

This sucks! We LOVE you!

Can we please stay together forever? Check:

YES, our love is REAL (and I want to receive UO emails)

No, it's totally over goodbye (remove me from your list)

**FOLLOW US:**

GIFTS READ THE BLOG SEND TO A FRIEND MUSIC MONDAYS CONTESTS

View this email in your browser

DEATH WISH COFFEE CO.

AMAZON'S #1 COFFEE

It's been a while since we've seen you on our website so we wanted to let you know that there are other ways to find us. For instance, did you know we're on Amazon too! AND many of our products are Prime eligible. Meaning that if you order Death Wish Coffee\* on Amazon with your Prime membership then you get free, 2-day shipping. If that works better for you, check us out there. Same Death Wish, different way to get it.

\*Amazon prime eligibility may vary by product

**NETFLIX**

Enjoy Netflix again.

Enjoy TV shows and movies hassle-free with Netflix. There are no commitments – easily cancel online anytime. Start, pause, watch, and continue on your schedule. Plus, Netflix is always commercial-free.

**NOW ON NETFLIX**

Question? Call 1-800-909-2992  
100 Winchester Circle, Los Gatos, CA 95032, U.S.A.  
Unsubscribe | Terms of Use | Privacy | Help Center  
This message was mailed to [doe@doe.com](mailto:doe@doe.com) by Netflix because  
you are a former Netflix member.  
SPID: 10790\_16165\_1\_en-US

# Cases: Seja criativo!

BARON FIG

**We miss you.**

A lot has happened in the last few months, make sure you don't miss anything.

Enter your code at checkout for 15% off, today only!

aXMBhRbM9O

[SHOP NEW RELEASES](#)

THE LATEST

**Unlock the mystery.**

[SHOP LOCK & KEY](#)



**DINNERLY**

**Time is money.  
Dinnerly saves both.**



Eat better while saving time and money in 2020 with Dinnerly, America's most affordable meal kit. Save now when you reactivate today.

[Reactivate Now with \\$10 off](#)

\*\$5 off your next two boxes.

**See How We Compare**

	\$7.99	\$4.49
Our meal kit		
Competitor meal kit		

**petlove**  
muito além de petshop



**TE PEGAMOS NO FLAGRA,  
NOME\_CLIENTE**



Estava procurando os melhores preços para repor os produtinhos do {Nome\_Pet}, né?

Então aproveite esse presente e economize na sua próxima compra!

**VOCÊ GANHOU  
R\$ 15 EM CRÉDITOS**  
para usar na Petlove

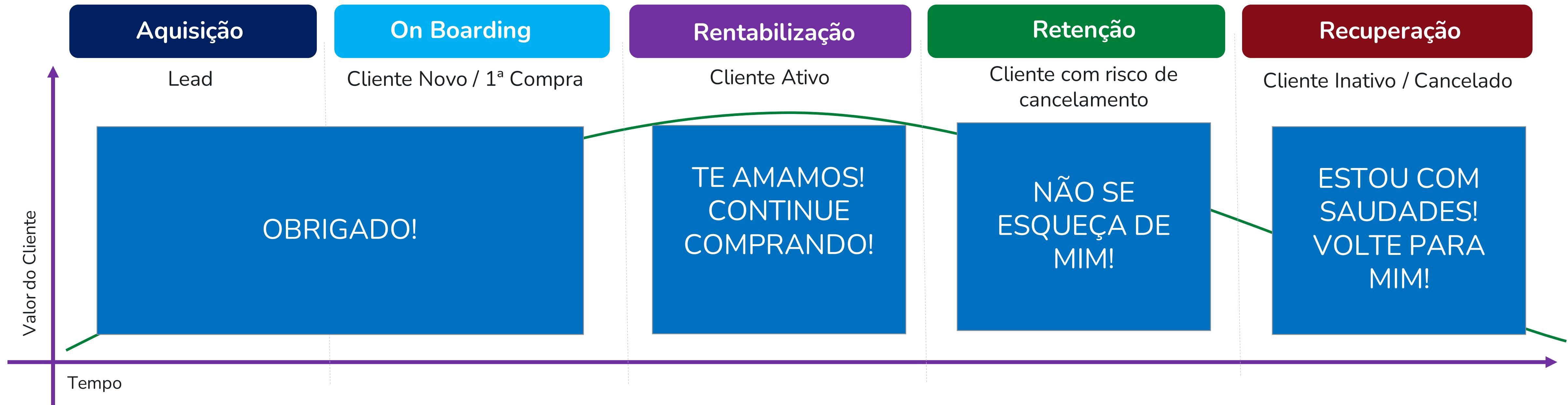
[APROVEITE AGORA](#)

\*Crédito já disponível na sua conta. Válido até 30/09/2021, para compras com valor mínimo de R\$ 150,00.



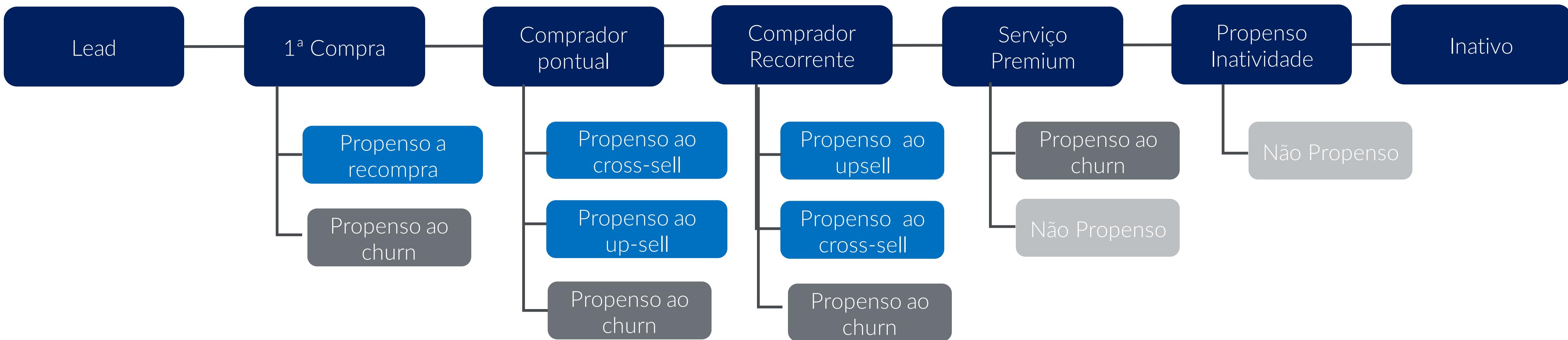
# Ciclo de Vida do Cliente

O "tom" do discurso de cada etapa do ciclo de vida do cliente.



# Ciclo de Vida do Cliente + Modelos Churn

## Varejo



Interagindo com seus clientes - Parte 1

# Tarefa

# Tarefa

---

## Instruções:

Monte um programa de fidelidade para a Petlove, com o objetivo de aumentar o CLV de cada clientes.

Explique em 3-5 slides:

- Qual será mecânica e como ela ajudará a empresa a aumentar seu CLV?
- Como será a pontuação?
- Quais serão as layers (níveis) das recompensas? E o que o cliente precisará fazer para subir de nível?
- Como o cliente será bonificado?
- Como irá resgatar seus benefícios?
- Como ele será reconhecido?

Salve os slides em um pdf e suba na plataforma da EBAC.

# Saiba mais

---

<https://www.linkedin.com/pulse/5-modern-cross-selling-techniques-implement-now-chris-arringdale/>

<https://medium.com/the-helm/how-to-sell-more-by-selling-less-1c67e349aec0>

<https://hbr.org/2014/10/the-value-of-keeping-the-right-customers>

<https://medium.com/@realcodycameron/how-cross-selling-will-skyrocket-your-sales-a256e4858d36>

<https://blog.hubspot.com/service/cross-selling>

<https://www.semanticscholar.org/paper/Modeling-customer-churn-in-a-non-contractual-the-of-Jahromi-Sepehri/cfa656ff597673a25d97af039b2fd58eb6b4a14c>