

Interagindo com seus clientes - Parte 2

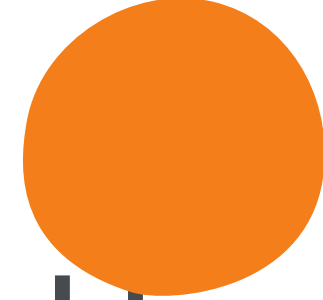
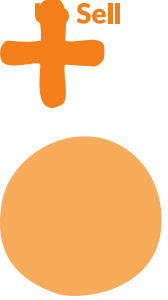
Rentabilizar: Cross-sell e Up-sell

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 multcategorias.



Cross-sell e Up-sell: Exemplos

Motel



Tokio
109,35



Indonésia
129,60



Kirey
174,30



Fuji
178,20

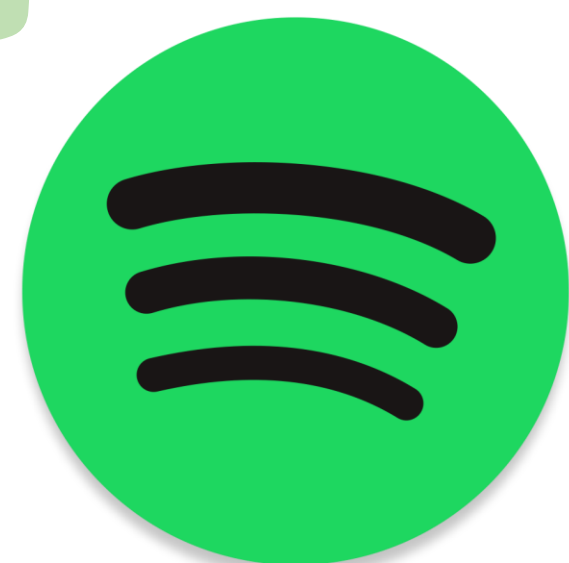


Osaka
198,00



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:

Versão Free

Student

Individual

Duo

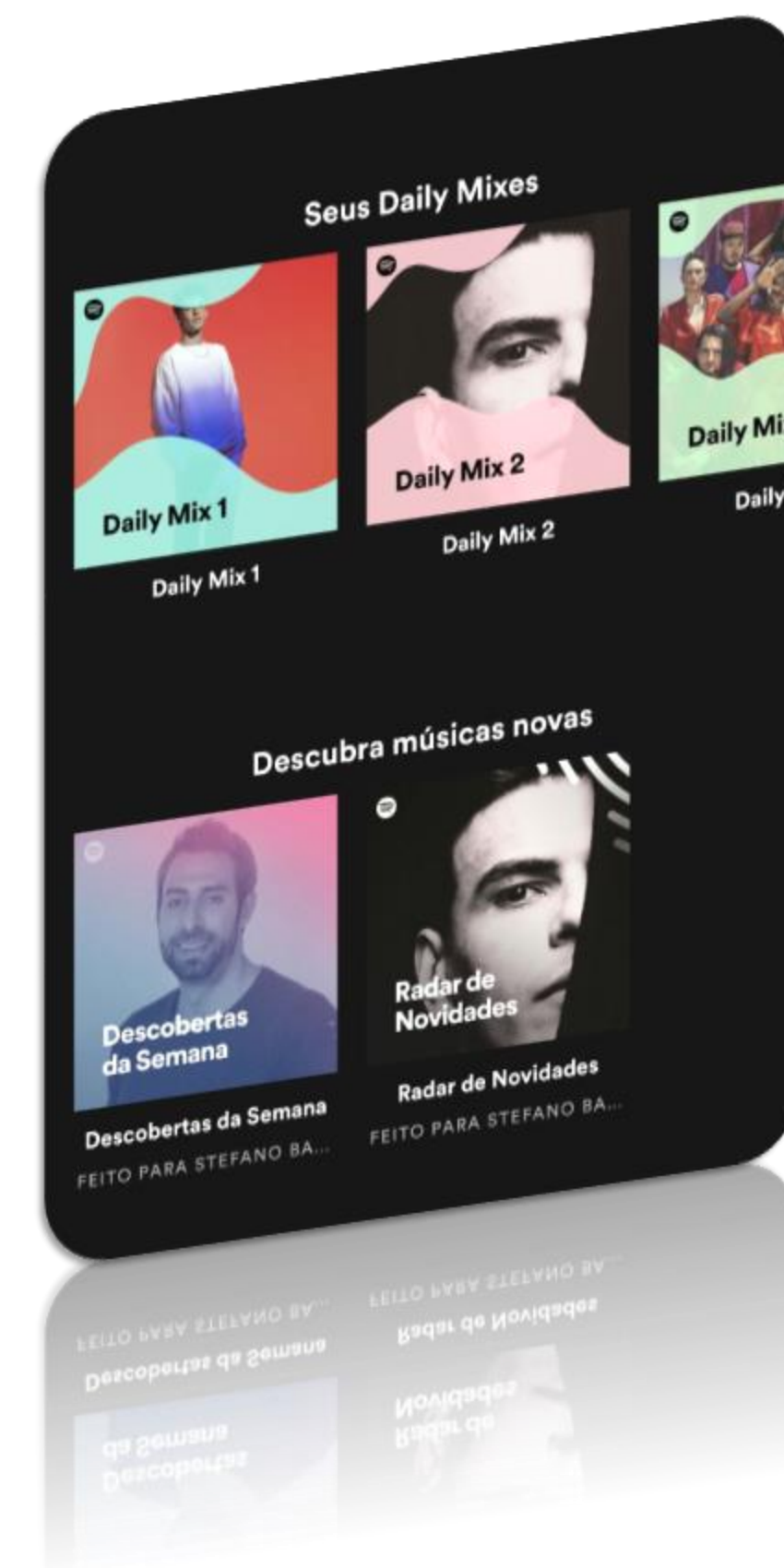
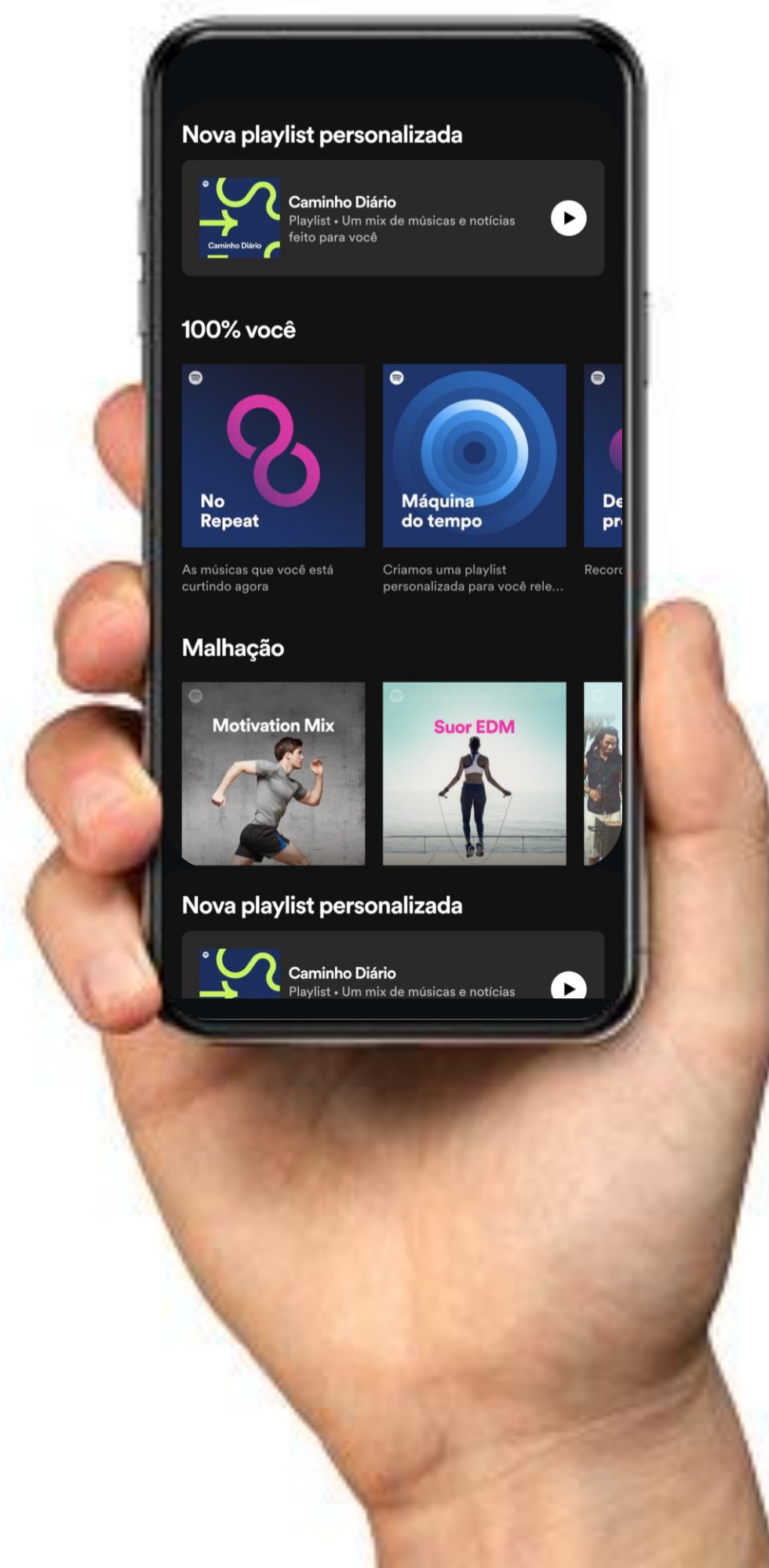
Family

Propenso
Inatividade

Inativo

Mas existe Cross Sell dentro do app ...

Cross-sell e Up-sell: Exemplos

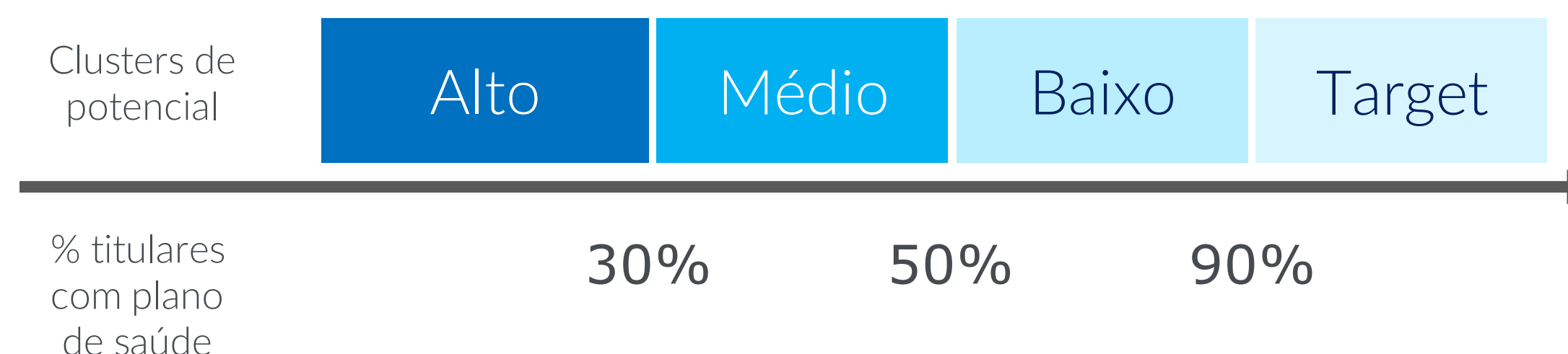


Up-sell: Diferentes perspectivas dentro do mesmo produto

Case: Seguro Saúde

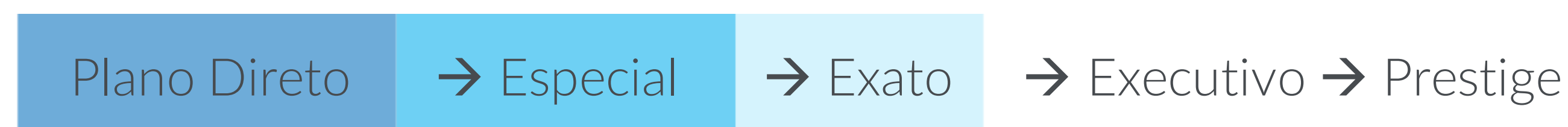
Perspectiva do cliente (empresa)

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

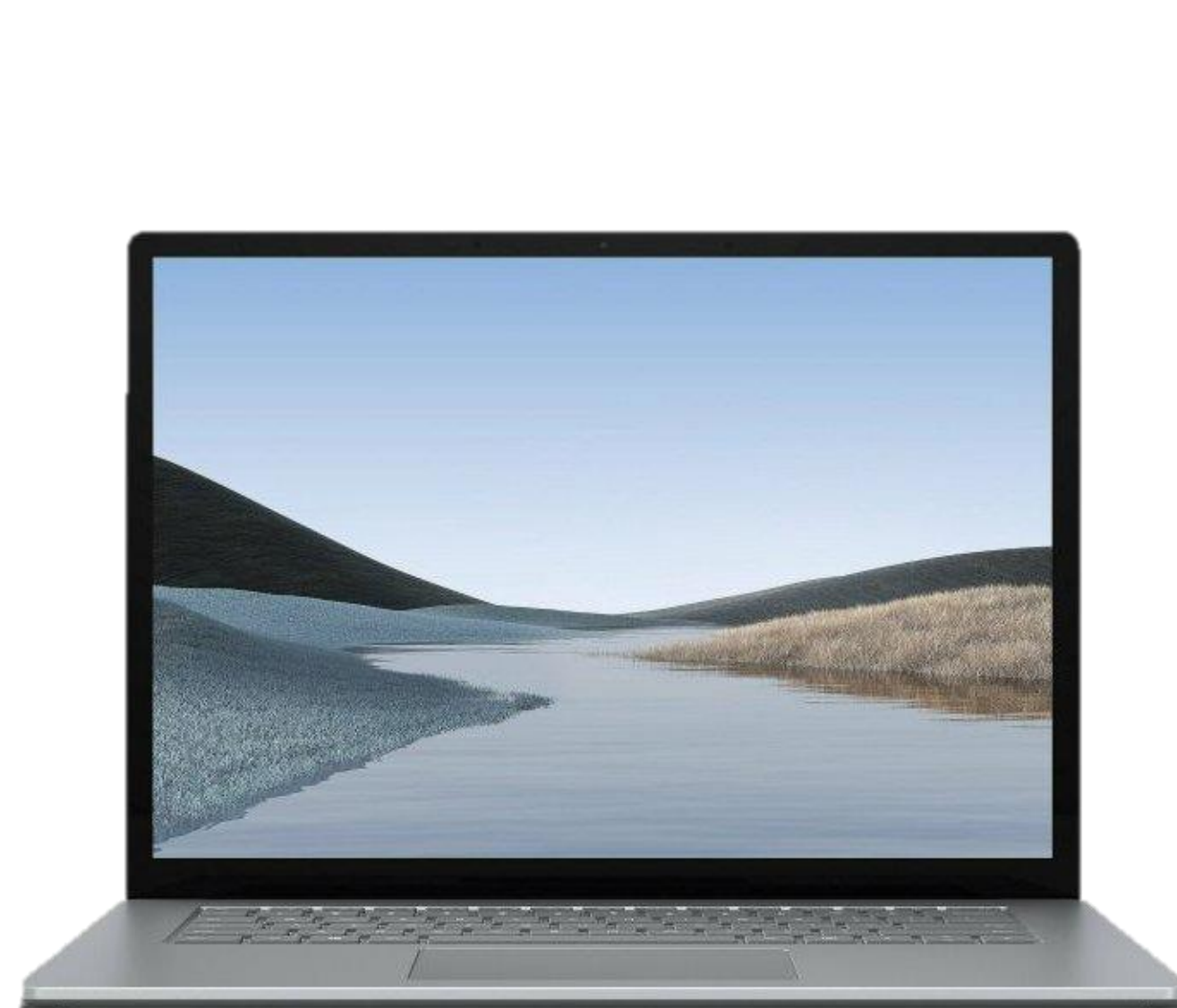
Em mercados de compras recorrentes, aproveite os momentos que o cliente estiver mais receptivo aos lembretes para oferecer uma marca ou versão melhor



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.

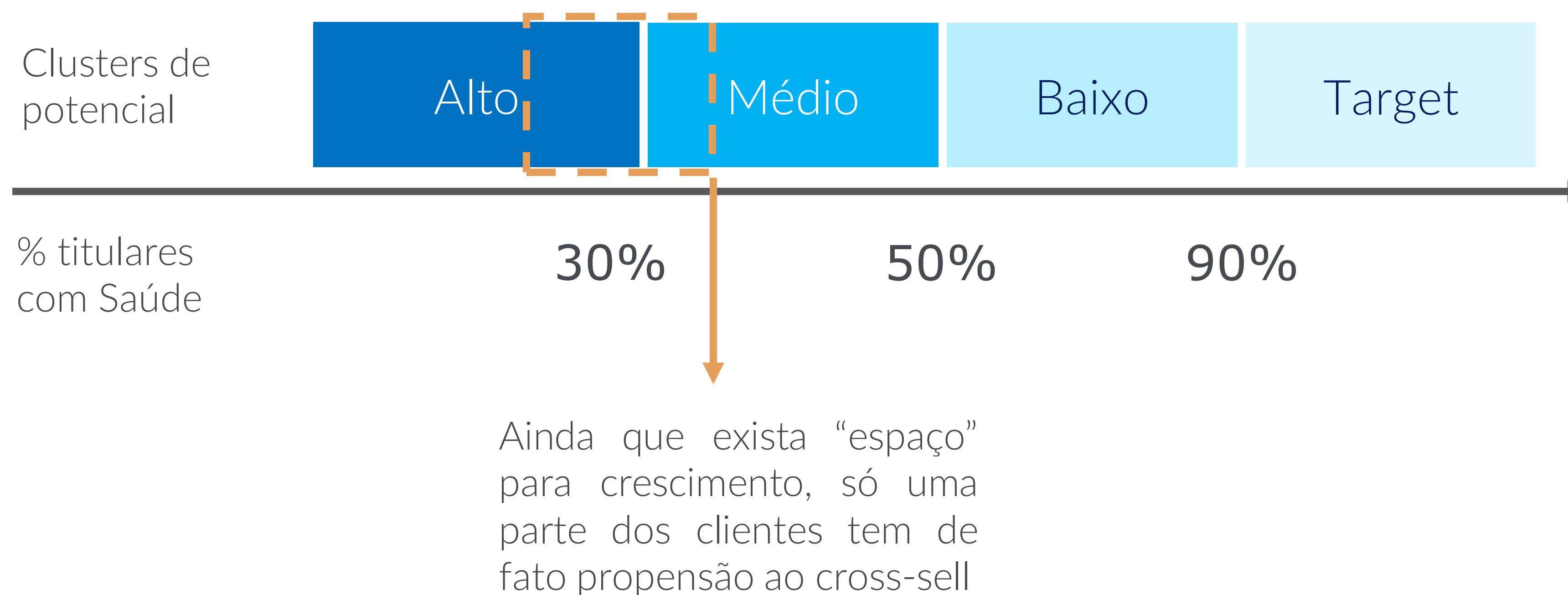
Ou use as janelas de oportunidade para cross-sell

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...



Modelo de Afinidade

Clusteriza / segmenta clientes por interesses em comum.



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!

Programa 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:



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

multo 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



1° e 2° dia

25% de ração Super Premium
75% da ração antiga



3° e 4° dia

50% de ração Super Premium
50% da ração antiga



5° e 6° dia

75% de ração Super Premium
25% da ração antiga



7° dia

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

Alta digestibilidade

Ingredientes super selecionados

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:

R\$

20% OFF

+ Frete Grátis

no primeiro pedido

R\$

10% OFF

nos próximos pedidos

R\$

15% OFF

em serviços Doghero

E MAIS:



brinde

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



02

O momento de vida (pessoal) do cliente



03

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

04

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



05

Como o cliente usa e interage com seus produtos

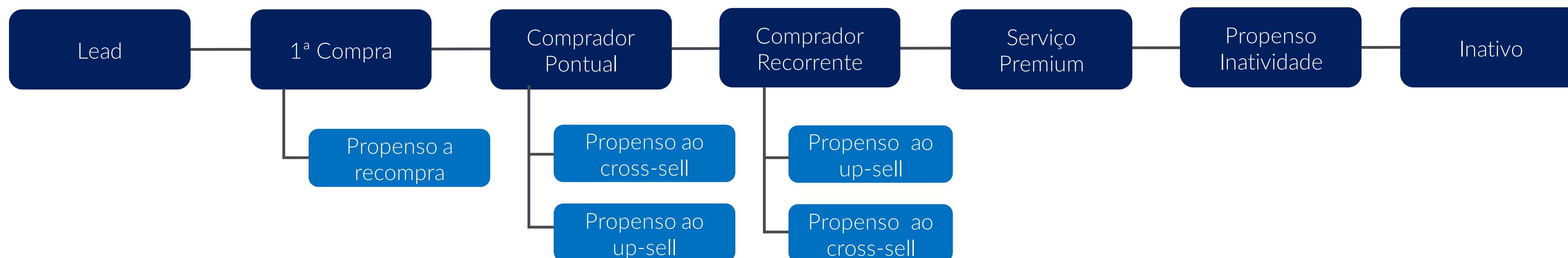


06

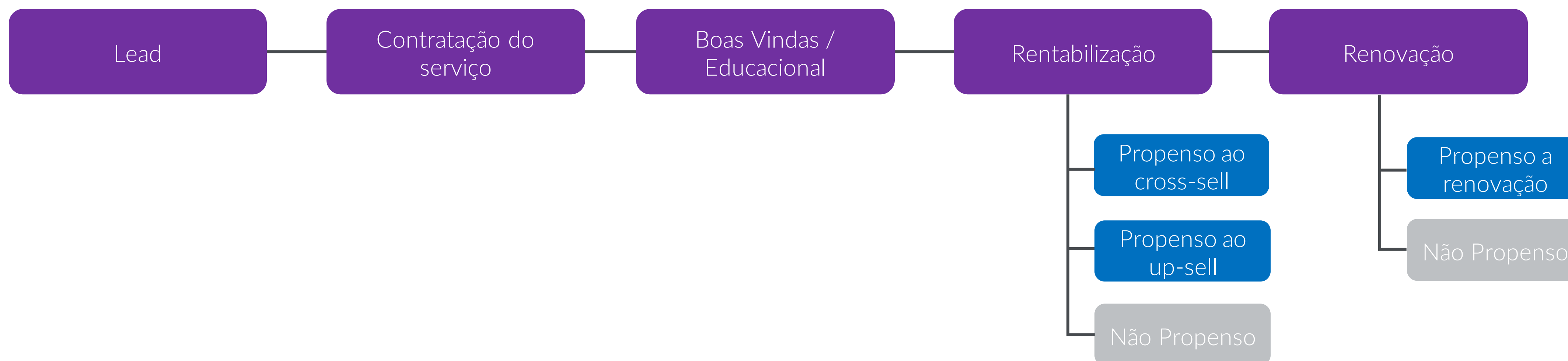
Só clientes que estão satisfeitos e felizes com os produtos atuais.

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 own 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](#) →



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 HIGIÊNICOS
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
- Alta digestibilidade
- Ingredientes super selecionados
- 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:



brinde

ASSINE JÁ

Mas, quando o assunto é levar o gato ao veterinário



84%
dos tutores consideram o Médico-Veterinário a fonte principal de informação.


42%
adiam a visita para evitar causar estresse no gato ou pela demora em perceber os sintomas.

Datas 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
muito além de petshop

APROVEITE



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 meu
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 [website](#)




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 do 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

Cluster de Clientes

		Cluster de Clientes	
		Alto Valor	Baixo Valor
Tática de Abordagem	Ataque	Serviços Premium e Encantamento	Programa de Fidelidade
	Defesa	Atendimento Premium	Atendimento Eficiente

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/fabrica 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

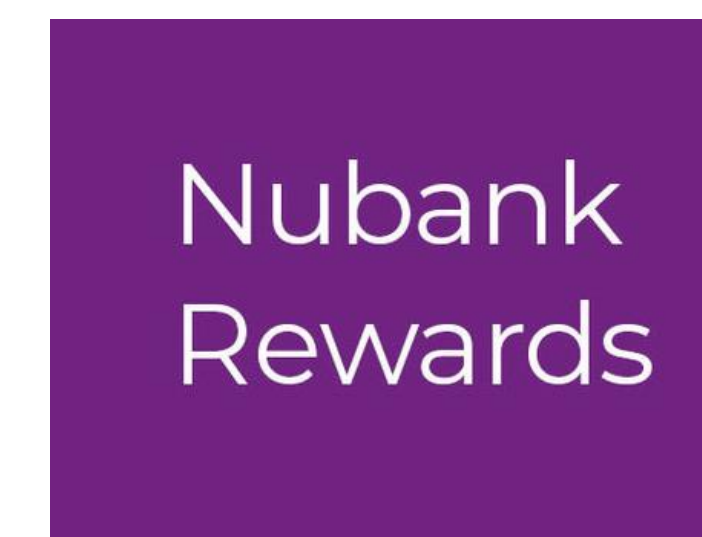
4. Aumentar Taxa de Retenção

5. Concentrar compras / Aumentar o Share of Wallet

6. Aumentar Ticket Médio

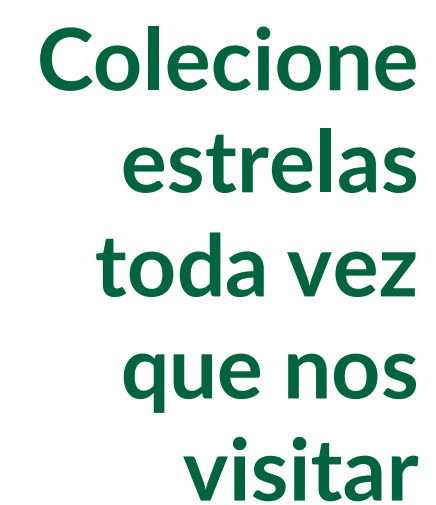
**Maximizar o CLV e o
compromisso do cliente
com a empresa**

Exemplos



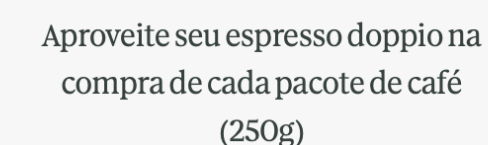
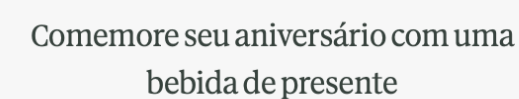
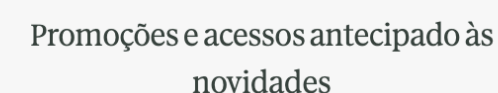
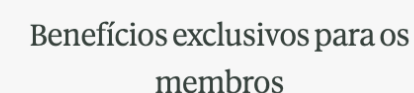
Case: Starbucks Rewards





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

Diversos benefícios para você aproveitar, veja só:



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



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



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.



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



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).

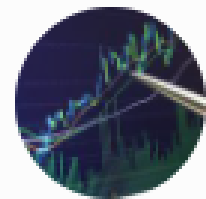


Suas delícias favoritas de graça

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.

f 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

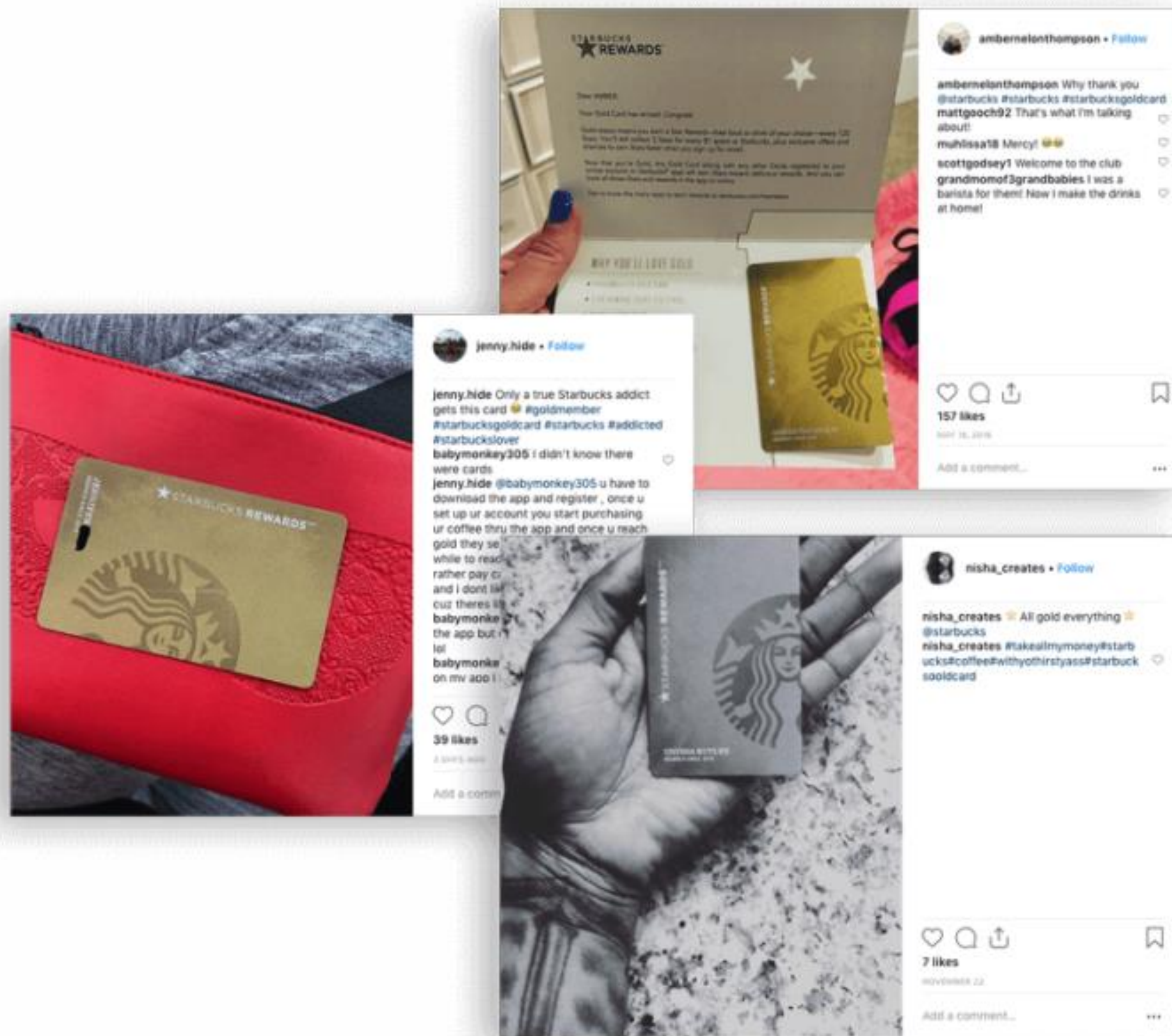
Starbucks Mobile Order & Pay Tutorial Video



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

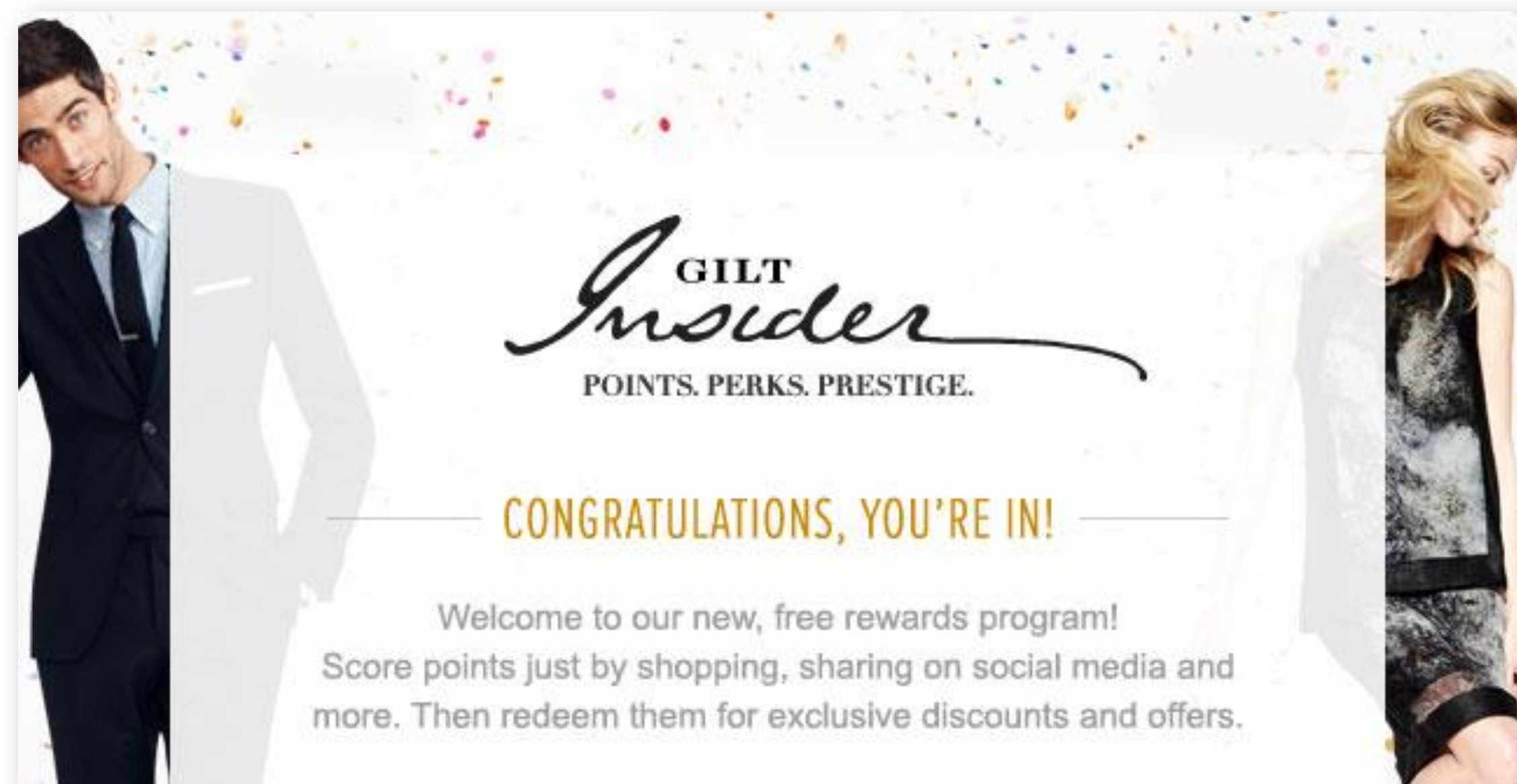
Published 9:37 a.m. ET Feb. 22, 2016 | Updated 6:19 p.m. ET Feb. 22, 2016



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, & more on our Gilt app

25
per referral

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



Extra Credit

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



Rewards Shops

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

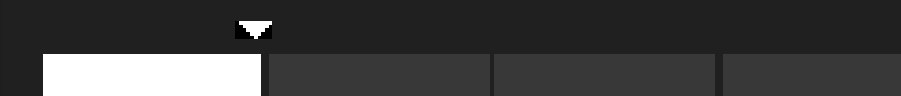


Brand Gift Cards

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

GILT

You've earned **504** points this year!



SELECT

PREMIER

Mini

Your Insider Benefits



Early Access



Exclusive Sales



Welcome Offers



1 Hour Preview




Waitlist Priority

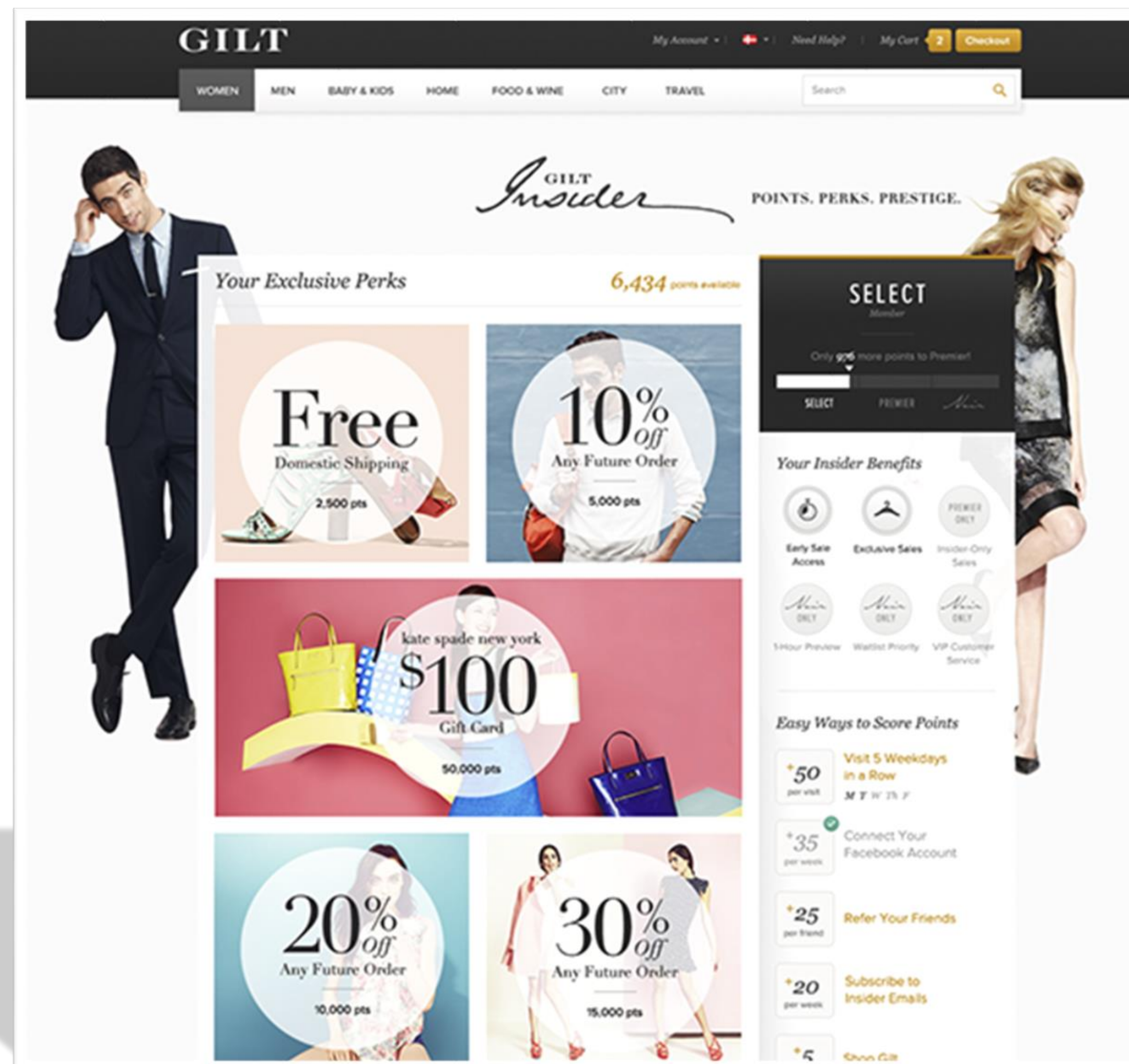


VIP Customer Service

Cases: Gilt Insider

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				•



The screenshot displays the Gilt Insider website interface. At the top, the Gilt logo is prominent, followed by navigation links for WOMEN, MEN, BABY & KIDS, HOME, FOOD & WINE, CITY, and TRAVEL. A search bar is also visible. The main header features the 'GILT Insider' logo and the tagline 'POINTS. PERKS. PRESTIGE.'.

The central section, titled 'Your Exclusive Perks', highlights several benefits:

- Free Domestic Shipping**: Achieved with 2,500 pts.
- 10% off Any Future Order**: Achieved with 5,000 pts.
- Free Kate Spade New York Gift Card**: Achieved with 50,000 pts.
- 20% off Any Future Order**: Achieved with 10,000 pts.
- 30% off Any Future Order**: Achieved with 15,000 pts.

On the right side, a 'SELECT' dropdown menu shows the current membership level and the points needed to reach the next level (Premier). Below this, 'Your Insider Benefits' are listed:

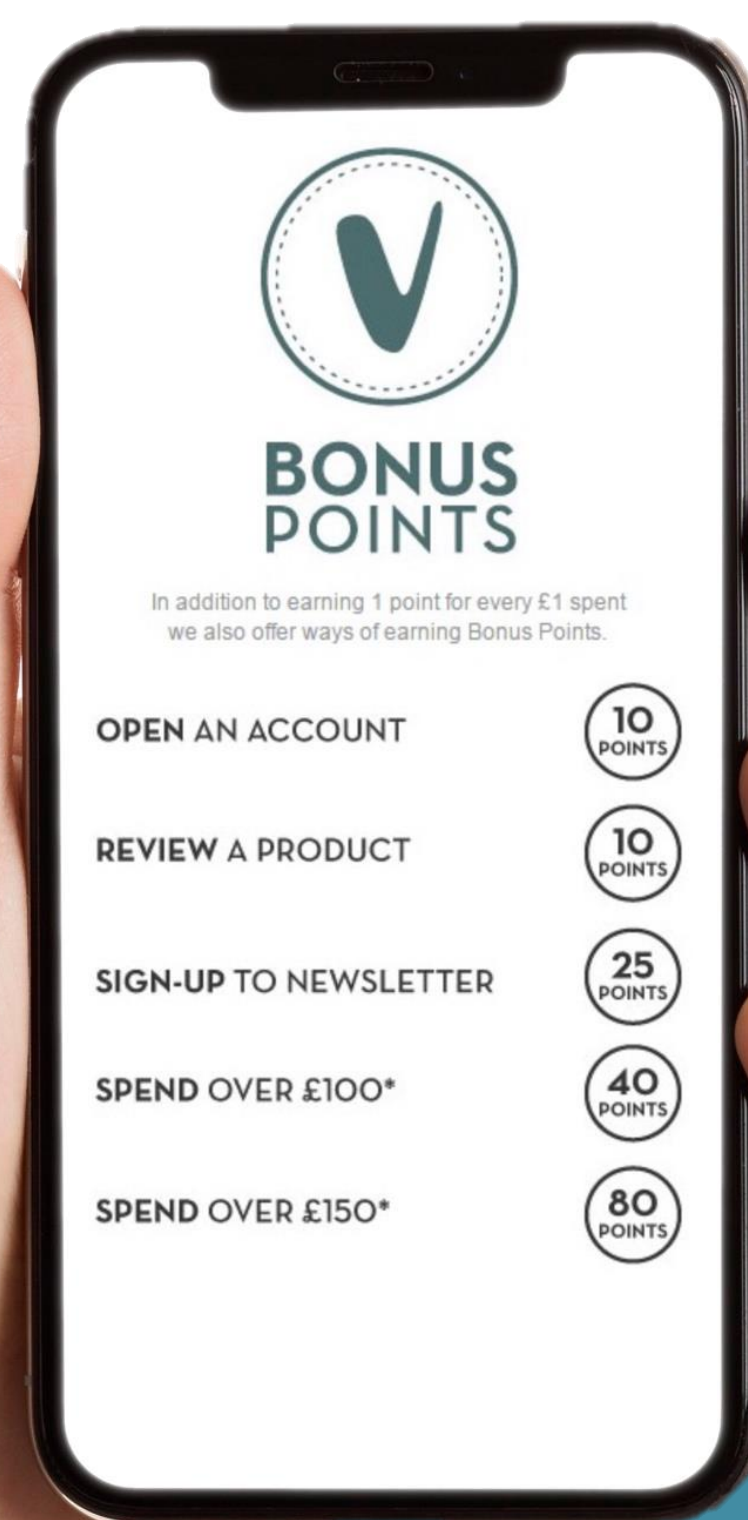
- Early Sale Access
- Exclusive Sales
- Insider-Only Sales
- 1-Hour Preview
- Waitlist Priority
- VIP Customer Service

At the bottom right, 'Easy Ways to Score Points' are detailed:

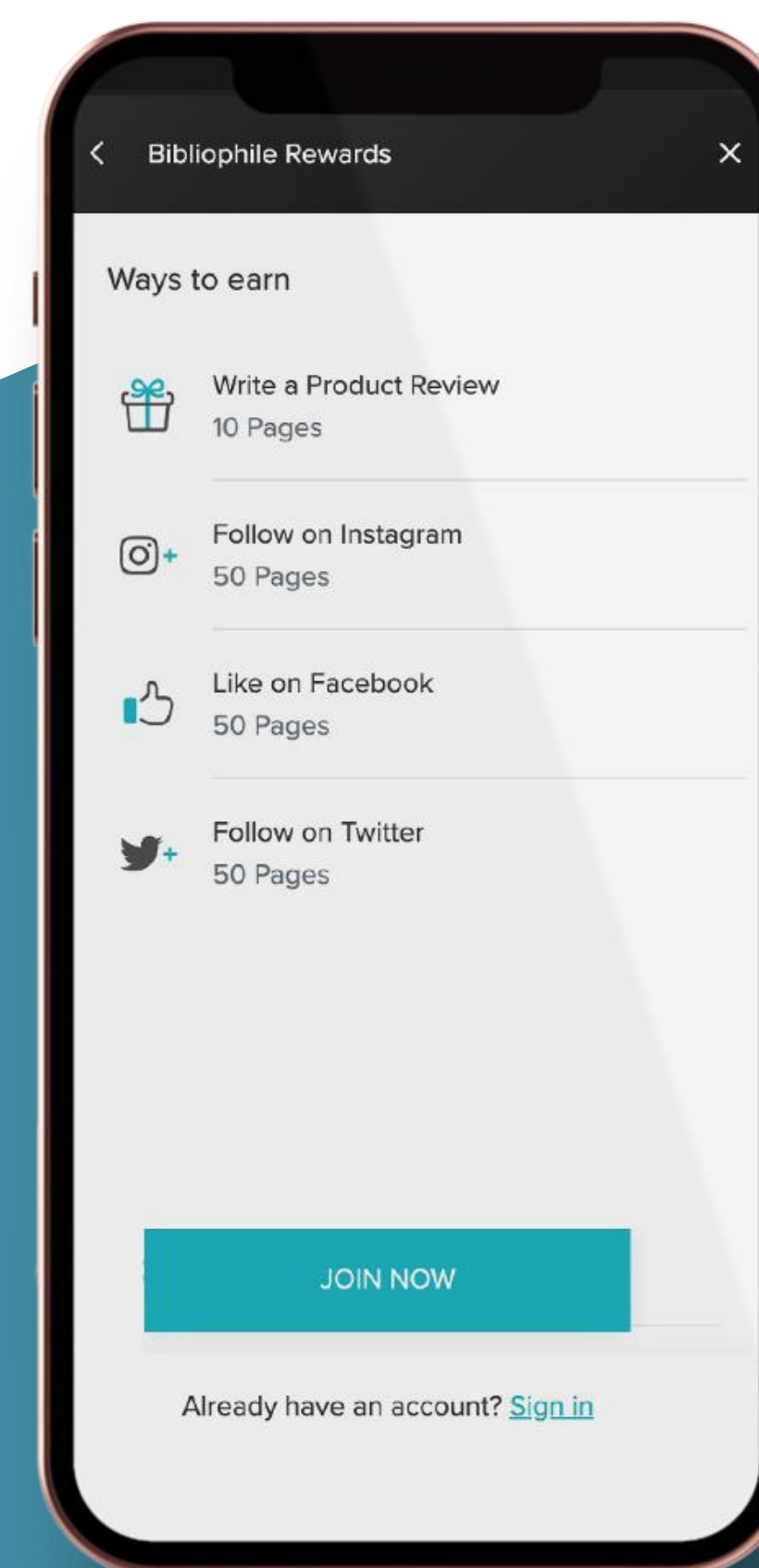
- +50 per visit: Visit 5 Weekdays in a Row (M T W T F).
- +35 per week: Connect Your Facebook Account.
- +25 per friend: Refer Your Friends.
- +20 per week: Subscribe to Insider Emails.
- +5: Open Gilt.

Incentive comportamentos desejados

Van-Dal
Shoes



Bibliophile
Rewards



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		GLOW GETTER	RISING STAR	A-LISTER
benefits		0+ POINTS	101+ POINTS	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
		3 b12 21 2beut=	4 b12 21 2beut=	6 b12 21 2beut=
EARLY ACCESS TO NEW PRODUCTS				
	redeemable with points			
FREE DELUXE BEAUTY SET				

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. Réguas 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%)

$$\frac{\text{Clientes que saíram}}{\text{Clientes no começo do período}} \times 100 = \text{Taxa de Churn no período}$$

80
 1260
 6,35%

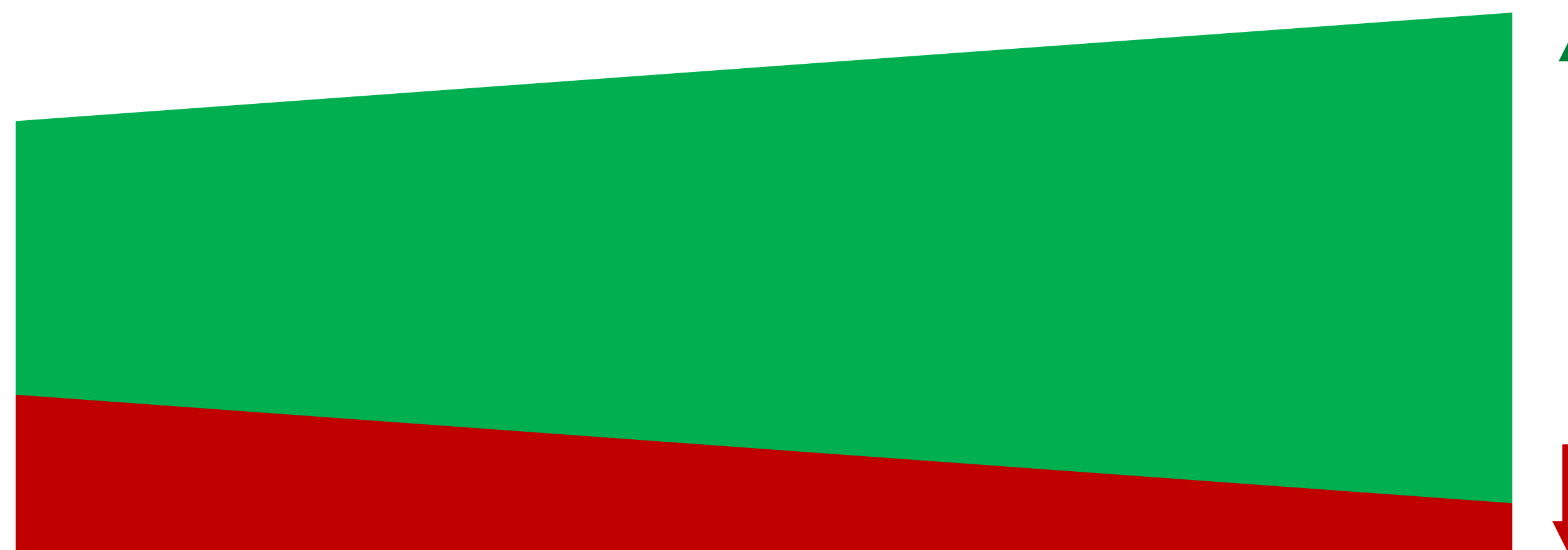
de Clientes

ou

Valor / CLV / Receita

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.

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.

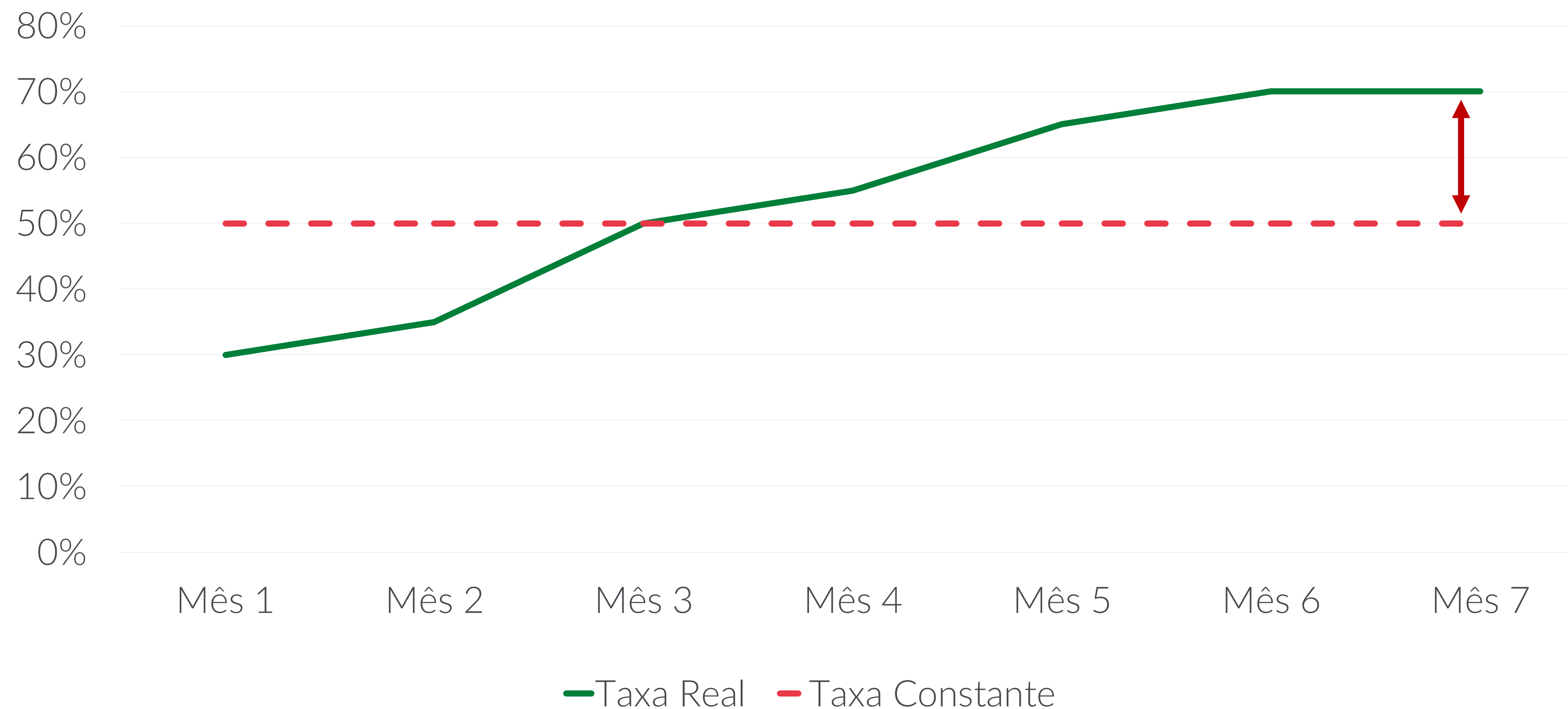
(%) Carteira Empresa A	(%) Carteira Empresa B
30%	5%
25%	10%
40%	50%
5%	35%

Churn da
carteira:
5%

[illegible]

Cálculo do CLV: Não usar churn médio

Taxa de Retenção Constante x Real



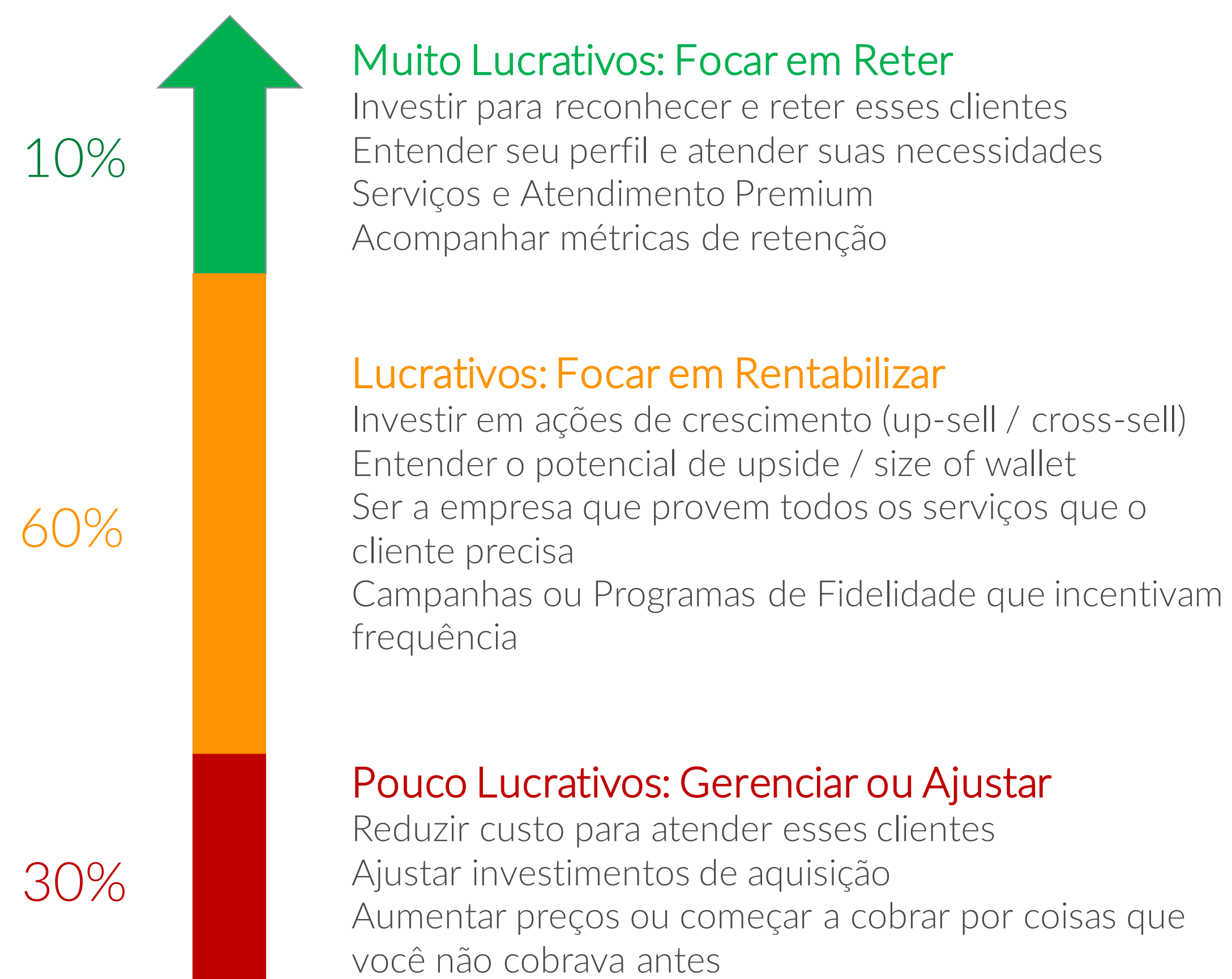
Curva de Sobrevivência: Vínculos Contratuais

Curva de Sobrevivência



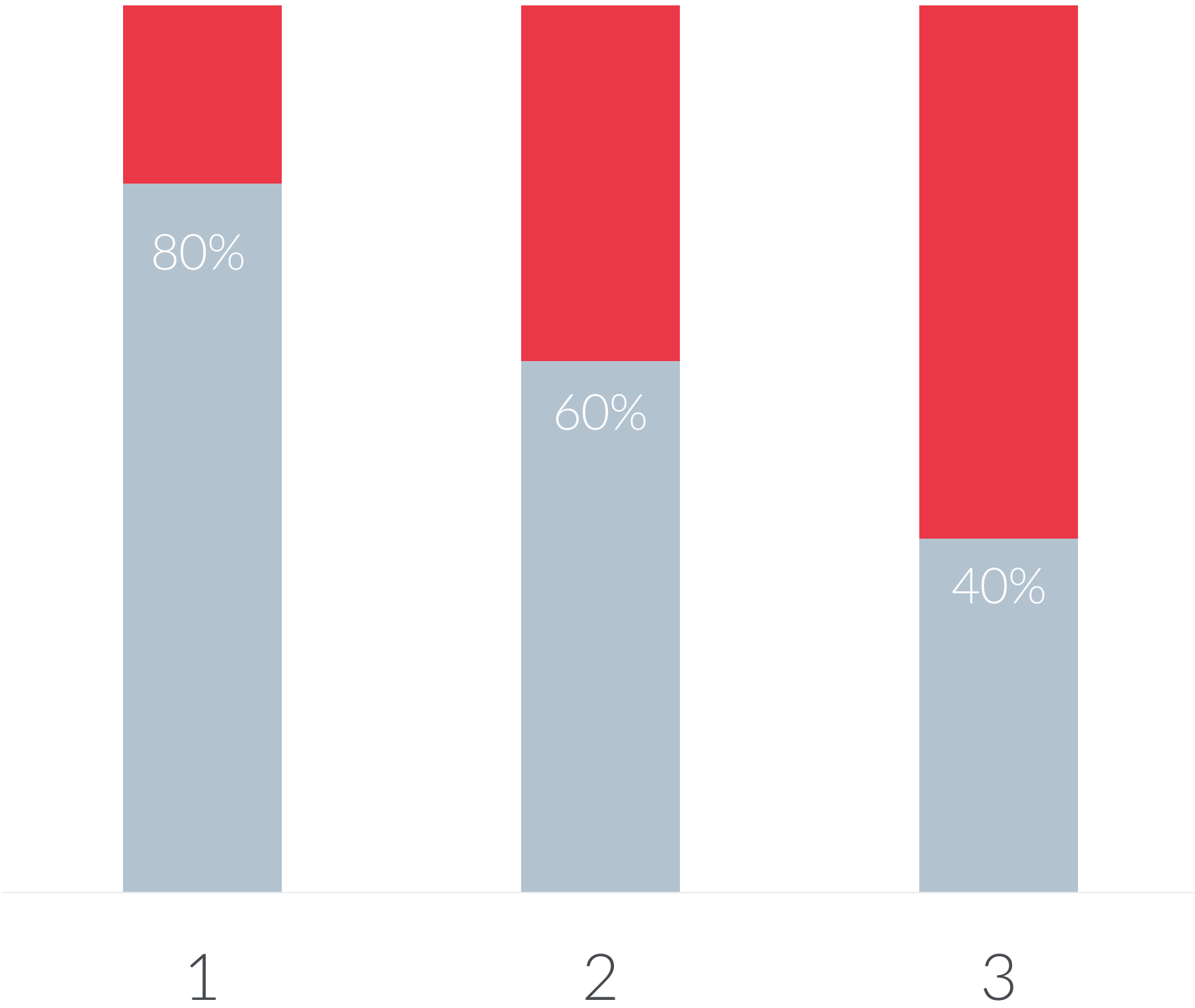
Nem todo churn é ruim

Quais clientes sua empresa está perdendo?



Migração de Valor (CLV) também é churn

Share of wallet em declínio

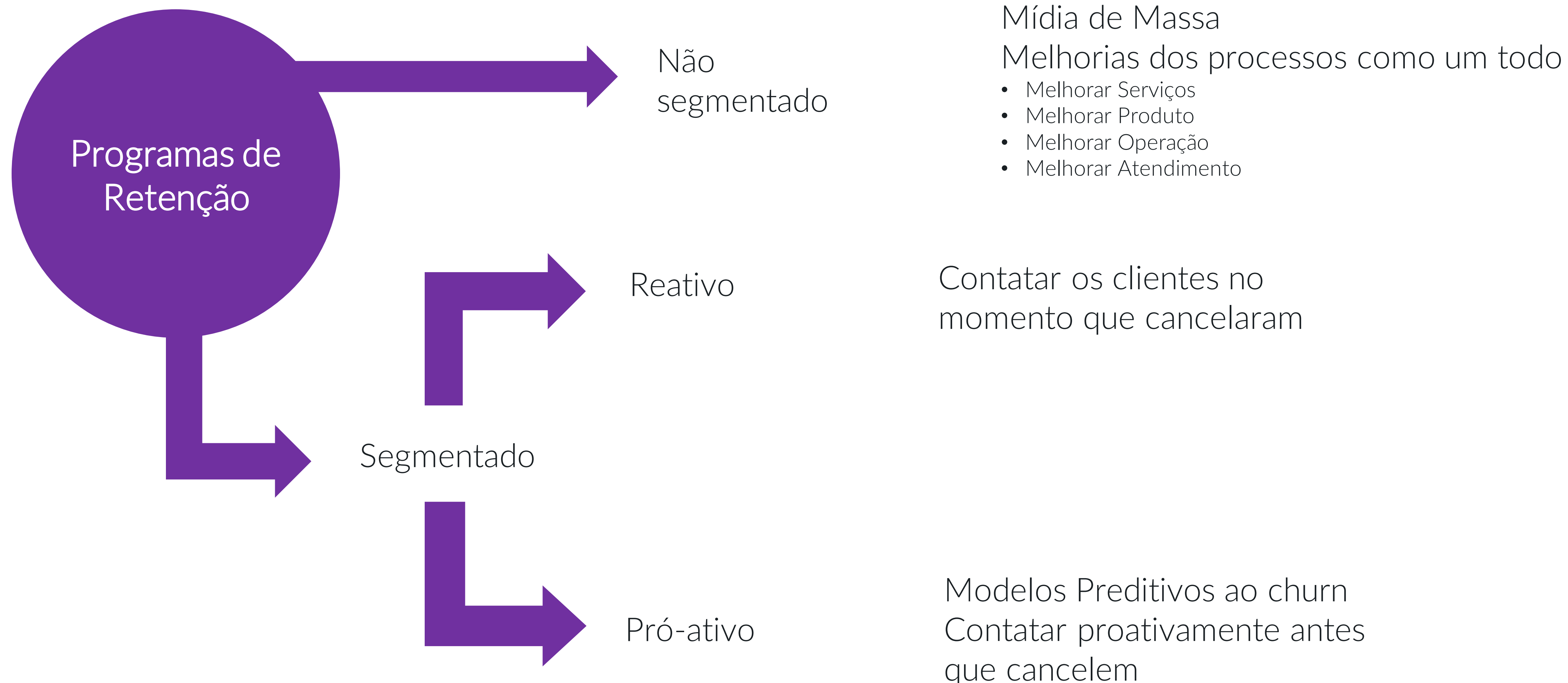


CLV Histórico (13-24 meses)

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

Id	Segmento
1	Inativos nos 2 períodos
2	Cientes reativados
3	Cientes estáveis
4	Cientes perdidos / inativo
5	Cientes em Crescimento
6	Cientes 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

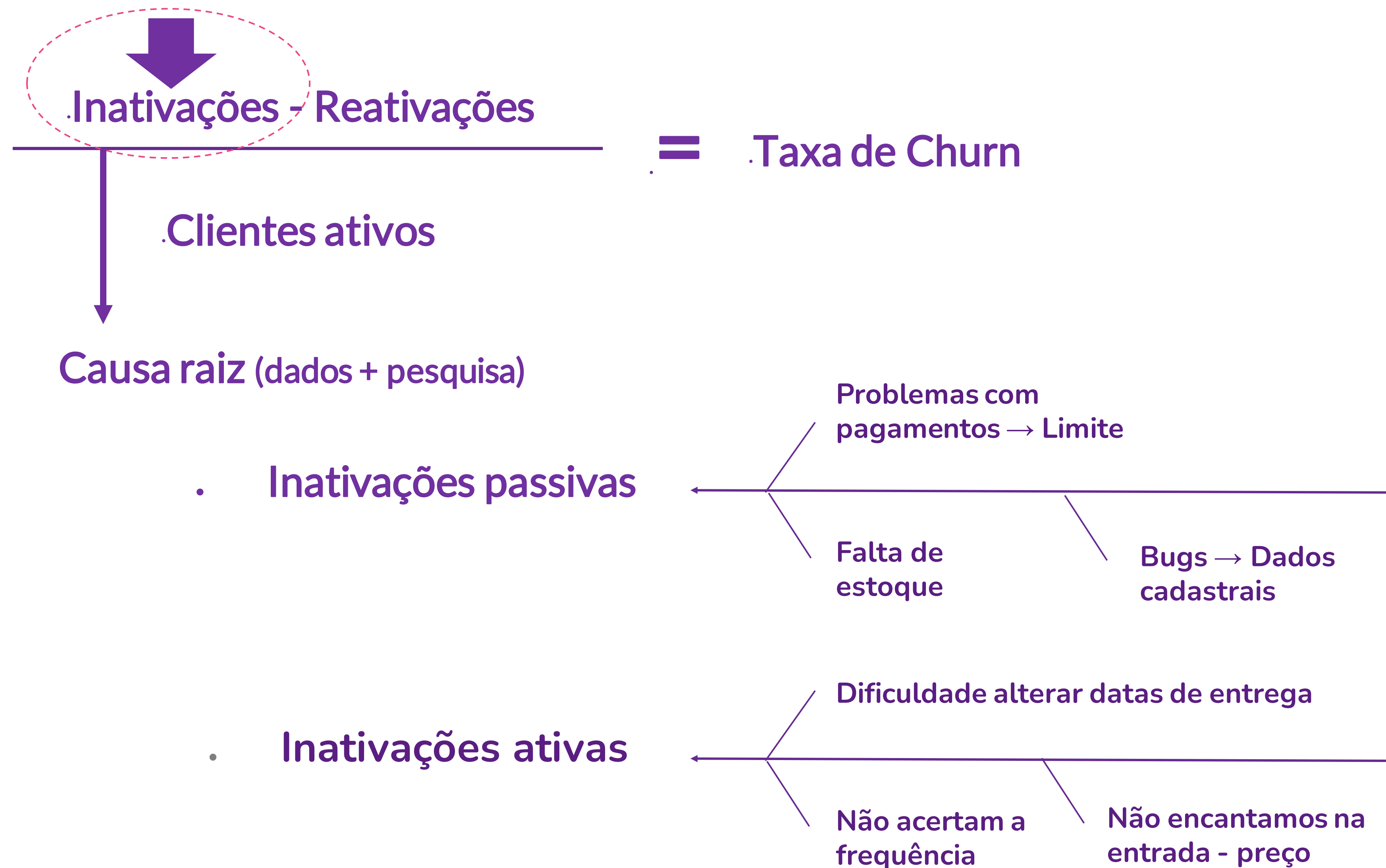
3. Problemas de atendimento

- Atendimento ruim, lento
- Baixa capacidade de resolução

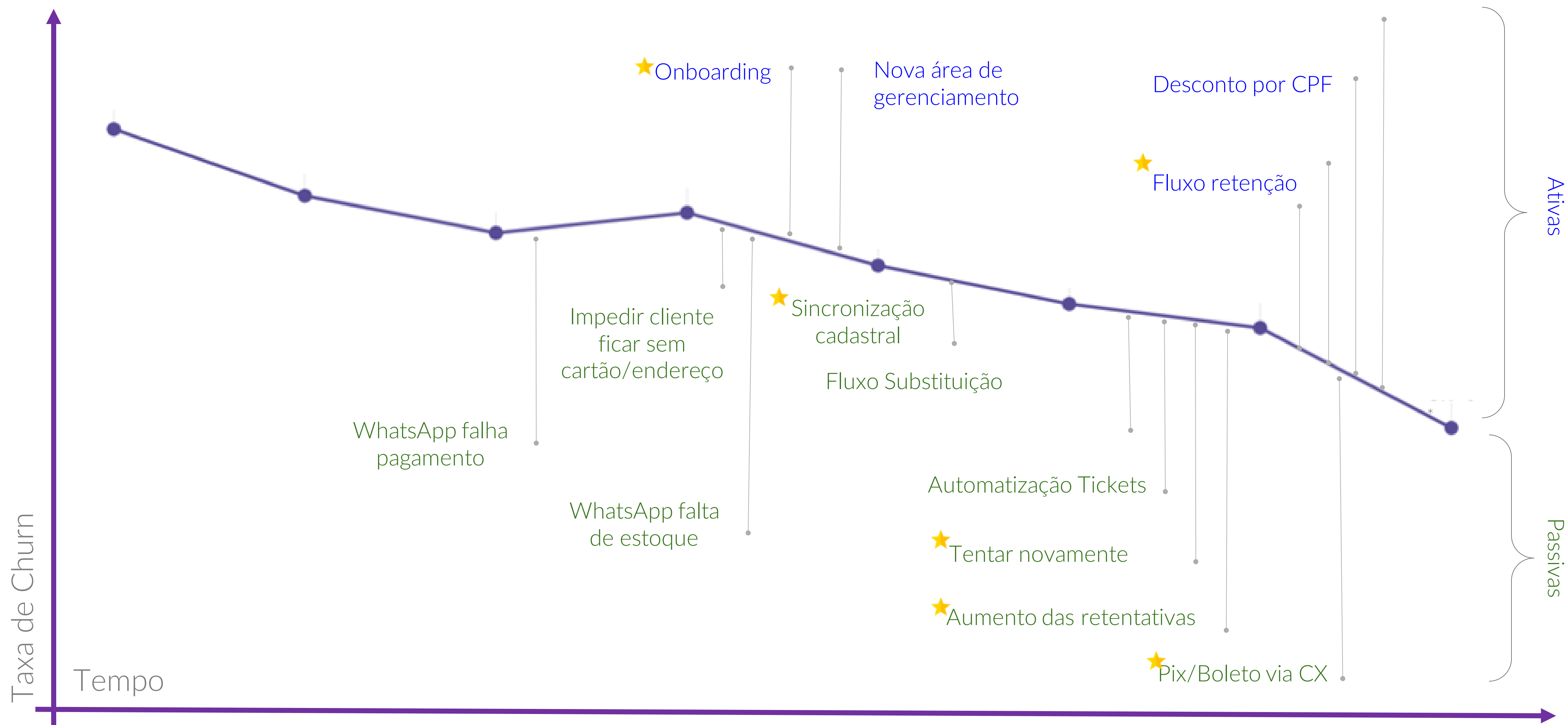
4. Problemas operacionais:

- Formas de pagamento
- Cobrança
- Entrega
- Serviços

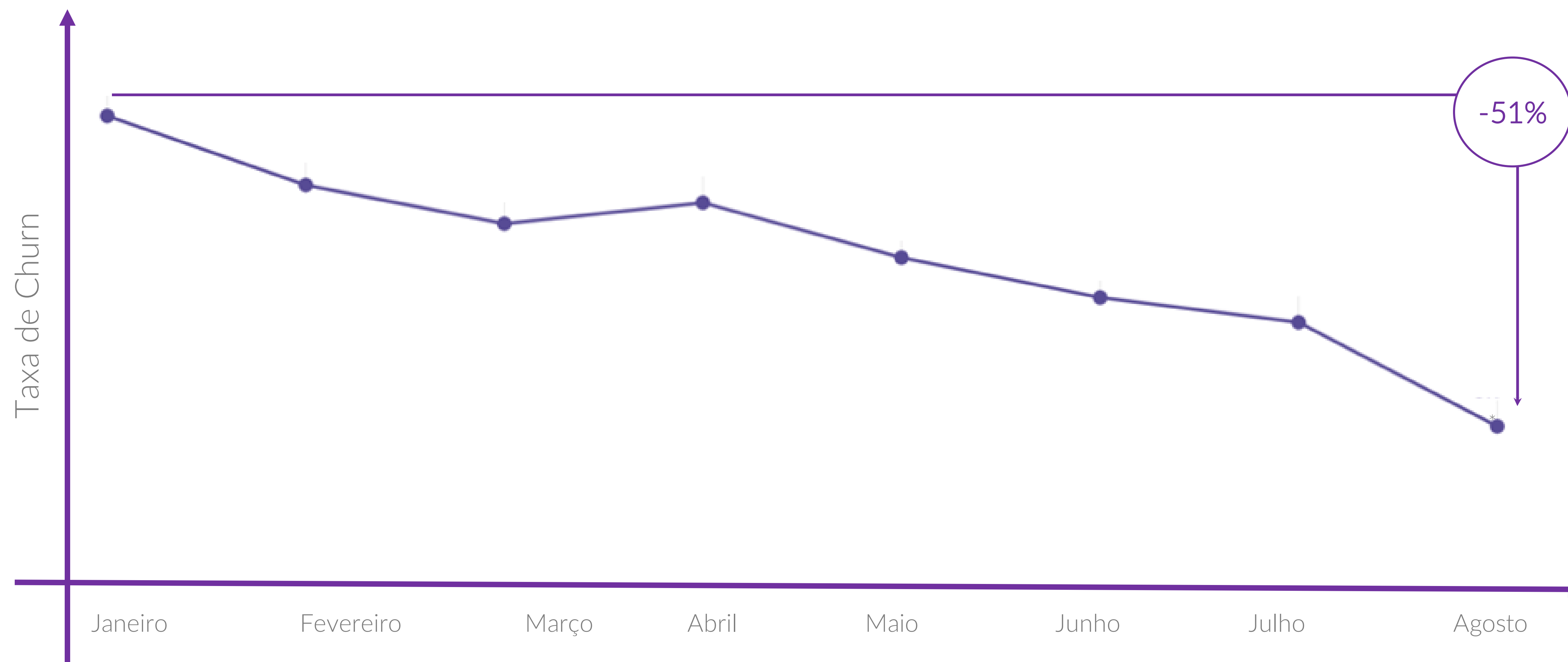
Case: Petlove



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



02 Estabelecer o melhor momento
Janelas de recorrência
Períodos de renovação

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



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

PAL15

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 and is not transferable. Coupon is good for one-time use only.

Buca di Beppo

81799-6204-3080

- 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+

Please, You Can Have Free Next Day. Shop Now

View Online Version MISSGUIDED Unsubscribe

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 **FREENXTDAY**

📄

treat yourself +

LET'S GET BACK TOGETHER?

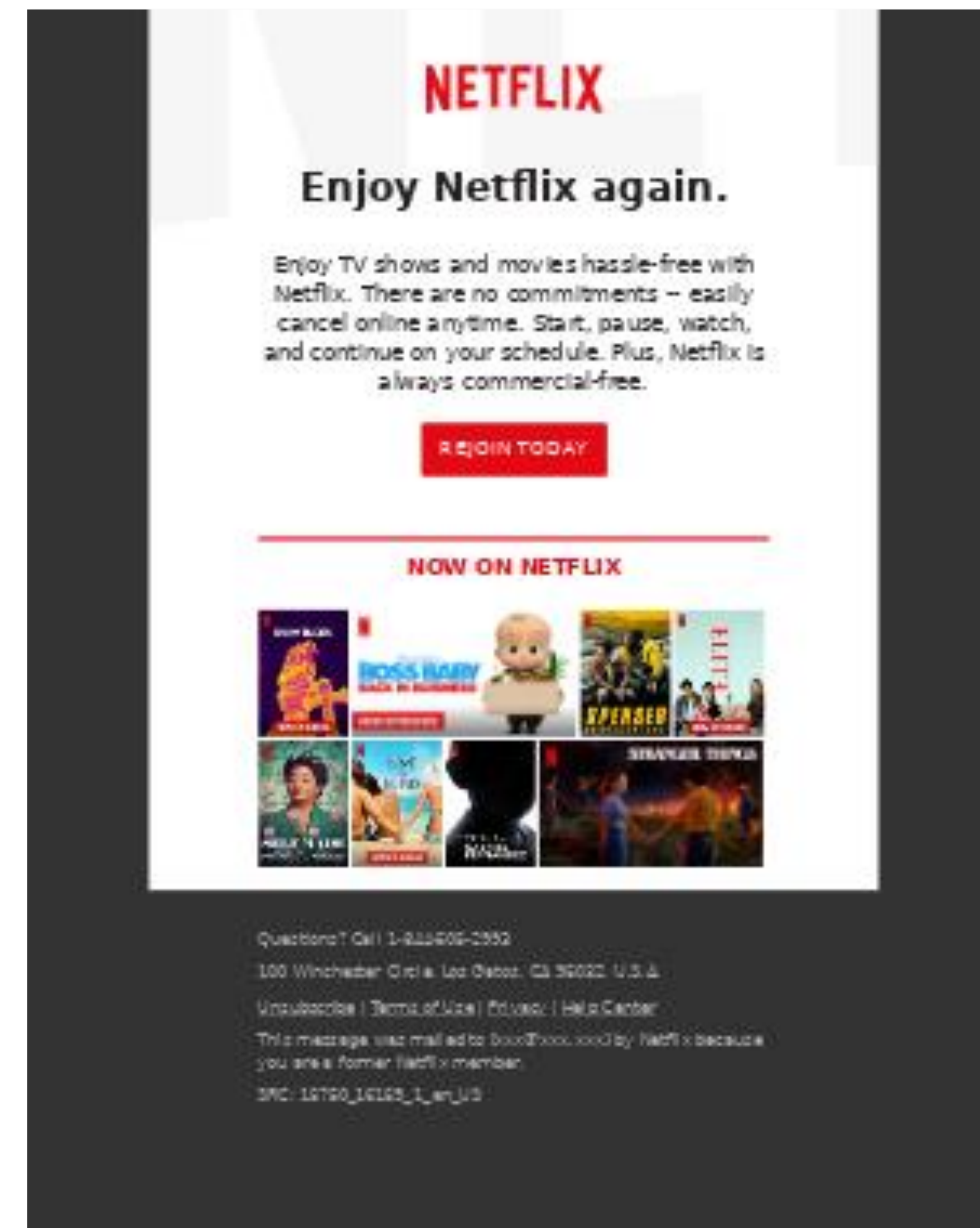
📷 🐦

*T&Cs: Use code FREENXTDAY and select Next Day Delivery at checkout. Cannot be used in conjunction with any other promotion or discount offer. Order before 2:00 GMT for delivery the next day, UK only. Ends 23:59 26.06.2015.

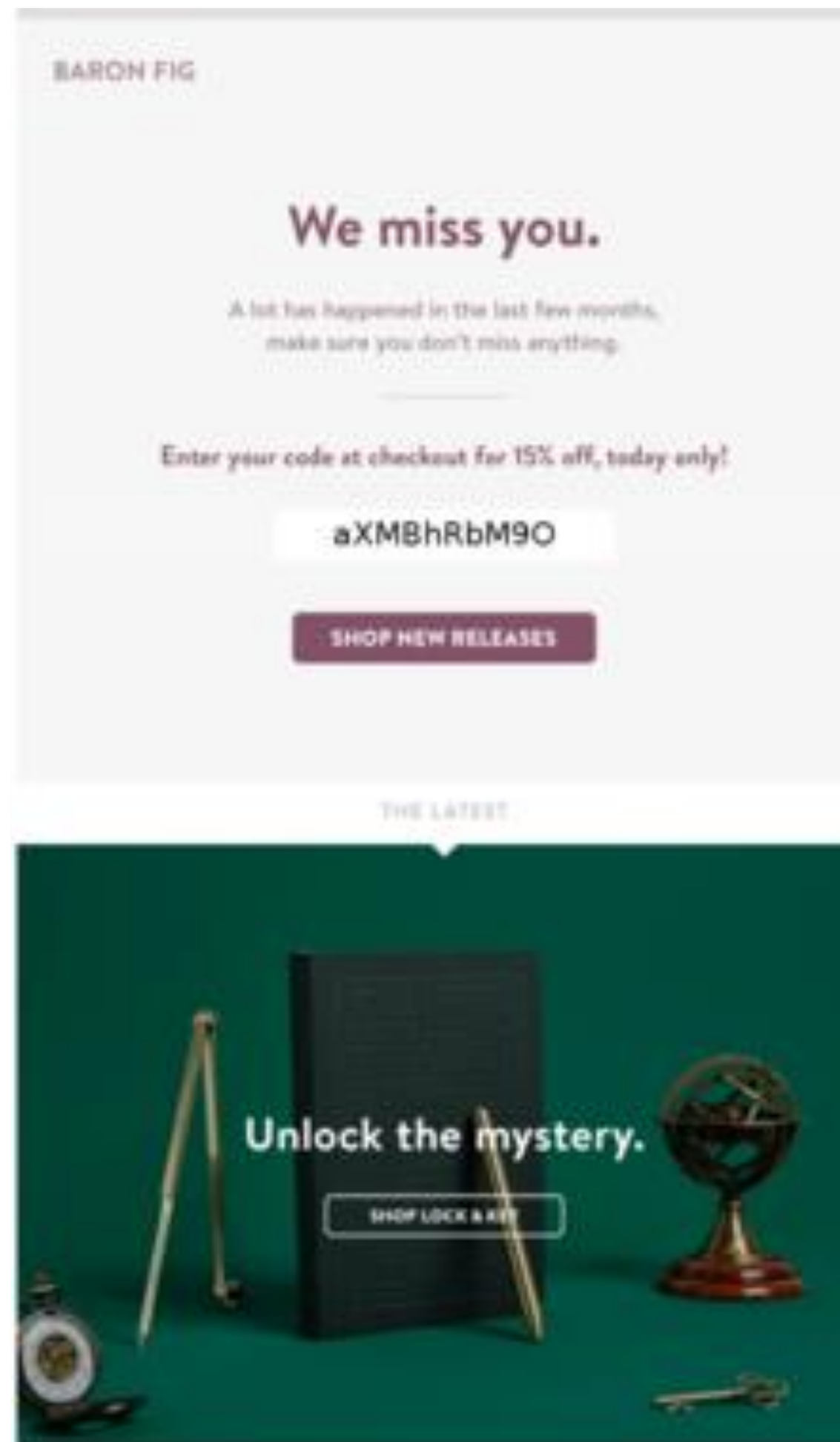
FAQ | About | Help | Delivery & Returns | Contact | Privacy Policy

This message was sent to josh.stevens@missguided.co.uk from: Missguided Ltd | Unit 6 Canterbury Place | Central Way | Salford | Manchester | M6 6PU | UK | Age 18+ | United Kingdom
Want us to stop contacting you entirely? [unsubscribe from all future correspondence](#)

Cases: Seja criativo!



Cases: Seja criativo!



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

Service	Price
Other	\$7.99
Dinnerly	\$4.49

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!

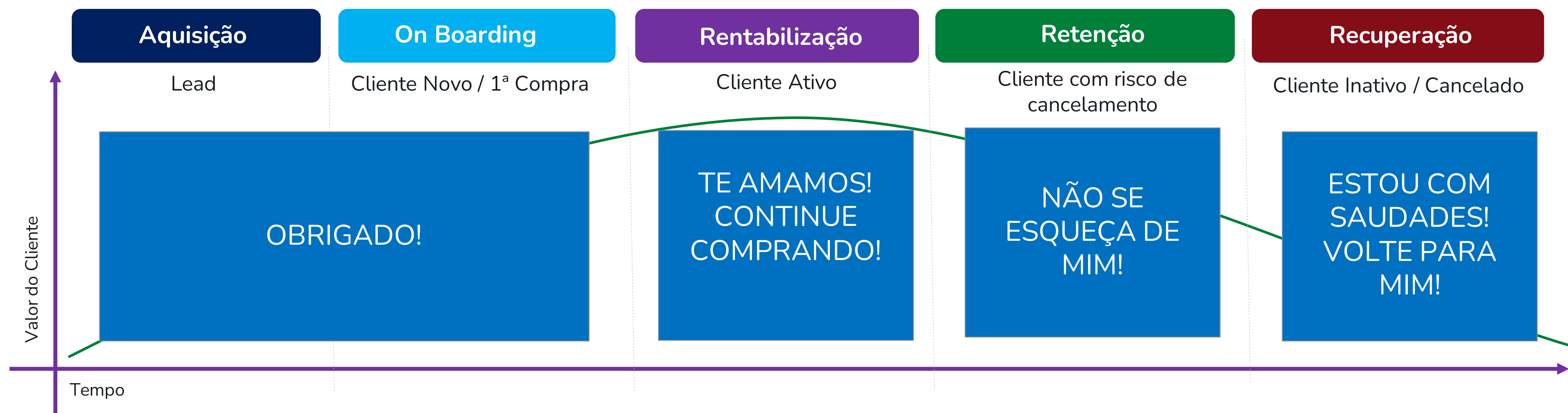
VOCÊ GANHOU R\$ 15 EM CRÉDITOS
para usar na Petlove

APROVEITE AGORA

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

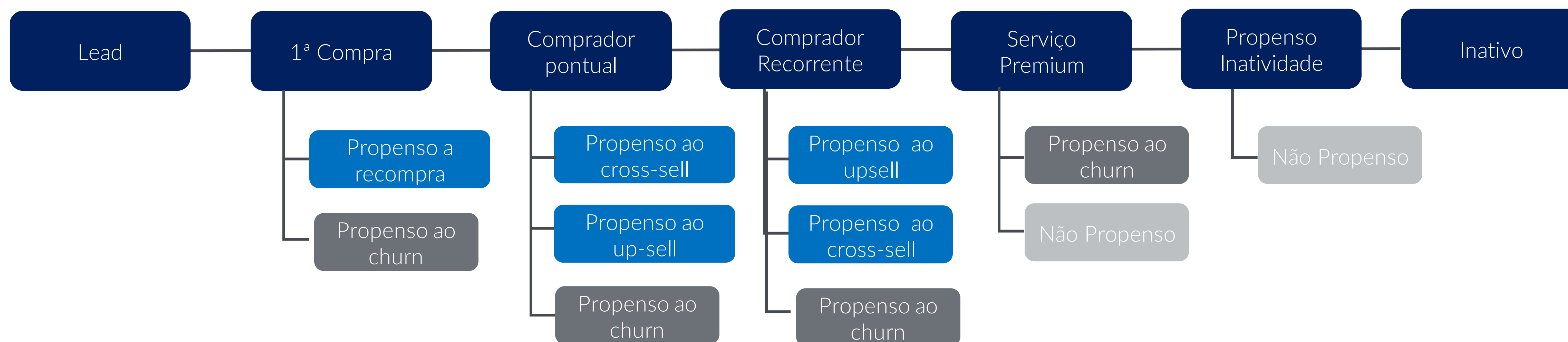
Ciclo de Vida do Cliente

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>