

Interagindo com seus clientes - Parte 3

Personalização

Personalização

Ato de fazer uma **curadoria** dinâmica e em **tempo real** da experiência do usuário, considerando a especificidade de cada **indivíduo** e seu **contexto**, de forma **consistente**, em todos os canais.

Objetivo: Usar dados para facilitar a experiência e a vida do cliente, recomendando o que ele quer, do jeito que ele quer e quando ele quer.

E principalmente, recomendar quando ele não sabe o que quer, e nem sabe do que pode precisar.



Personalização: os clientes querem!

91%

dos consumidores são mais propensos a comprar marcas que os **reconhecem** pelo nome, lembram de suas **preferências** e fazem ofertas e **recomendações relevantes**.

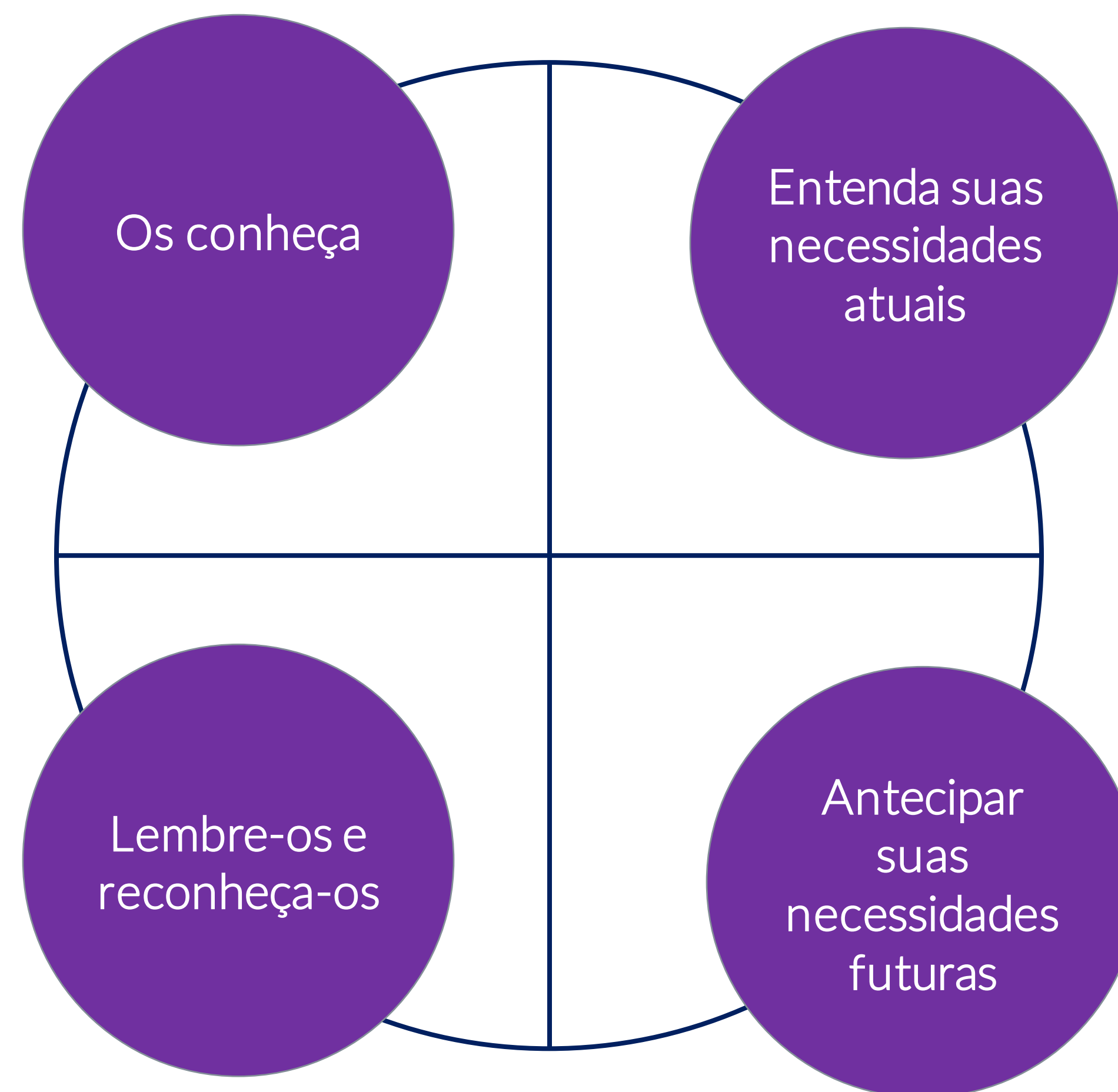
48%

dos consumidores **abandonam sites** e vão comprar na concorrência por conta de uma **experiência ruim**.



Personalização

Clientes esperam que a empresa:



Qual experiência você prefere?





Personalização: Propensão ao que?

Recomendar os produtos, serviços ou conteúdos **mais relevantes** para aquele momento



Identificar e mostrar que você sabe quem o cliente é

O primeiro passo da personalização é mostrar que você sabe quem é seu cliente.

petlove
muito além de petshop



**O cupom do Jack
está prestes a expirar!**

Compre rações úmidas Guabi Natural com **50% OFF**
e garanta uma alimentação mais nutritiva, balanceada
e saborosa para elx.

petlove
muito além de petshop




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

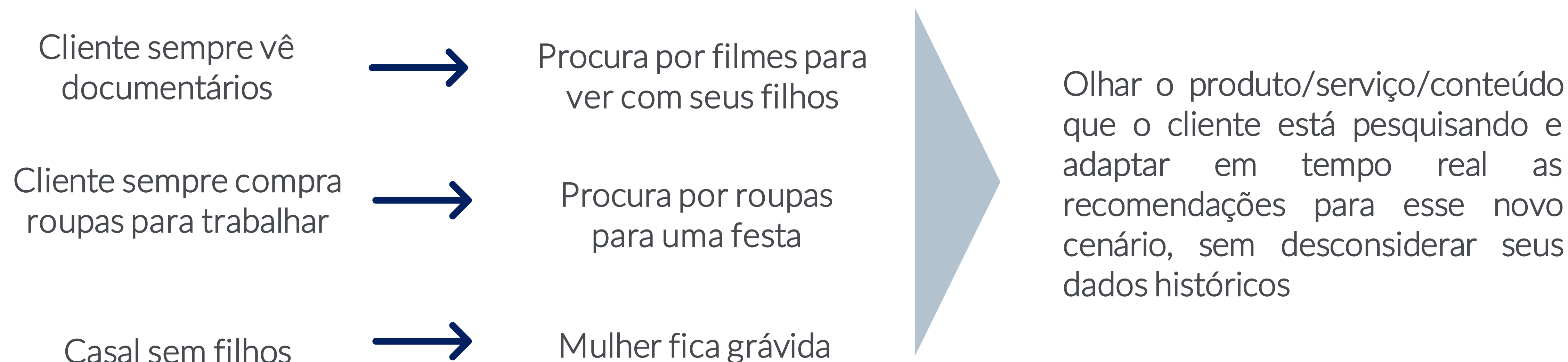
Gatos são animais que naturalmente bebem menos água.
Por isso, muitos médicos veterinários “gateiros” já defendem
que o ideal é alimentarmos os bichanos com ração úmida
ou, pelo menos, com uma mescla entre a ração úmida
e a ração seca.

SAIBA MAIS

Contexto e Tempo Real

Entender o contexto significa entender mudanças e interesses atuais do seu cliente, e se adaptar a isso.

Comunicação
 de Marketing
 
 Conversa Digital
 (empresa e cliente)



Consistência

Ter a mesma experiência independente do canal, considerando o contexto mostrado pelo cliente em qualquer um.



Consistência



É melhor não segmentar do que segmentar mal!

Necessidades de negócio

Combinar necessidades dos clientes com as necessidades de negócio (priorizando o cliente).

- 01 Produtos com margem de lucro maior
- 02 Incentivar marcas próprias ou exclusivas.
- 03 Negociação com a indústria/fornecedores para incentivar determinados produtos

Tudo pode ser personalizável...mas precisa trazer valor.



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
GUABI NATURAL



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
GUABI NATURAL



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
GUABI NATURAL



- Nome do cliente
- Subject do email
- Imagem
- Discurso / Texto
- Produto / Serviço
- Conteúdo
- Oferta
- Call To Action

Case: Netflix

N

Para STEFANO

DENZEL WASHINGTON



THE EQUALIZER 2

O Protetor 2

98% relevante 2018 16 Filmes 2h 1min

Violentos · Sombrios · Suspense de ação

Robert McCall é um ex-agente da CIA que volta a usar suas habilidades fatais para vingar a morte de uma amiga. [Mais informações](#)




Elenco
Denzel Washington, Pedro Pascal, Ashton Sanders, Orson Bean, Bill Pullman, Melissa Leo

Idioma
PRINCIPAL
English


▶ Assistir

+ Minha Lista


Adicionados recentemente



NOVOS EPISÓDIOS





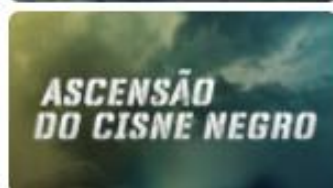

NOVOS EPISÓDIOS



NOVOS EPISÓDIOS

Mais títulos para STEFANO






Veja todas as séries e filmes

N

Para STEFANO

N





Kate

98% relevante 2021 16 Filmes 1h 46min


Explosivo · Esperto · Violentos

Após ser envenenada de forma irreversível, uma assassina implacável tem menos de 24 horas para descobrir o responsável e se vingar. [Mais informações](#)



Elenco
Mary Elizabeth Winstead, Jun Kunimura, Woody Harrelson, Tadanobu Asano, Miyavi, Michiel Huisman

Idioma
PRINCIPAL
English


 Para fãs de suspenses de ação com muita adrenalina

N

Assista agora

Temporada 3

N



Midas do Ferro-Velho

2021 10 8 episódios

Com o sucesso da Gotham Garage, Mark agora busca clientes com grandes ideias e os bolsos cheios de grana. [Mais informações](#)

▶ Assistir

+ Minha Lista

IA: Frequentemente Comprados Juntos



Ração Seca True para Cães Adultos Raças Pequenas

★★★★☆ (12) | [70 perguntas](#)

Ração Super Premium Natural para cães:

- Feita com carne de verdade, sem farinha de vísceras;
- Sem transgênicos, corantes e conservantes artificiais;
- Enriquecido com Natural Complex: composto natural exclusivo rico em antioxidantes para reforçar as defesas do organismo;
- Feita com ingredientes naturais e deliciosos: frango, batata-doce, brócolis, cenoura e arroz integral;

True Amor de Verdade, Ingredientes de Verdade.

- Este produto possui Satisfação Garantida. Saiba mais abaixo na descrição.

Cod: 2638251

Frequentemente comprados juntos



Ração Seca True para Cães Adultos Raças Pequenas - 2,5 Kg

[True](#) ★ 4.33 (12)

R\$134,90

R\$121,41 para Assinantes



Outro

Tapete Higiênico Future Pet Carvão Ativado para Cães

[Future Pet](#) ★ 4.31 (68)

R\$ 97,9

R\$ 88,11 para Assinantes



Outro

Antipulgas e Carrapatos MSD Bravecto para Cães de 45 a 10 Kg

[Bravecto|MSD Saúde Animal](#) ★ 4.79 (446)

R\$ 192,61

R\$ 173,35 para Assinantes

Preço total

R\$425,41

R\$382,87

10% OFF para Assinantes

Adicionar todos

Frequentemente comprados juntos



Legal ou Invasivo?

Táticas consideradas mais invasivas (quando não tem o consentimento do cliente) :

41%

Recebem SMS de uma marca quando estão andando na sua loja.

40%

Recebem push depois de andar pela loja

35%

Ads nas redes sociais depois de olharem um produto em um site.

Responda as seguintes perguntas antes de enviar algo para o cliente:

- Isso é relevante?
- Isso resolve a vida do cliente?
- Vai melhorar a experiencia do cliente?
- Tem o consentimento do cliente?

Interagindo com seus clientes - Parte 3

Next Best Action e Next Best Offer

Next Best Action (NBA)

Next Best Action (Próxima Melhor Ação) é uma abordagem **customer-centric** que considera múltiplas **diferentes ações** que poderiam ser tomadas por um cliente específico, e decide qual a **melhor para recomendar naquele momento**, e em qual **canal**.

Requer automação e o uso de **machine learning** para recomendar em tempo real (ou no dia seguinte – CRM), enquanto o cliente está no processo de compra.

Foco em facilitar e otimizar a jornada do usuário



Next Best Action (NBA)

Muda o foco de produto para cliente.

De:

Eu tenho uma oferta,
para quem devo enviar?



Para:

O que o meu cliente precisa, agora?



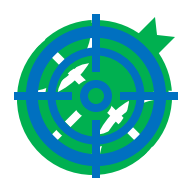
Next Best Offer (NBO)

Quando a melhor ação para se recomendar é uma oferta, é preciso definir qual a melhor.

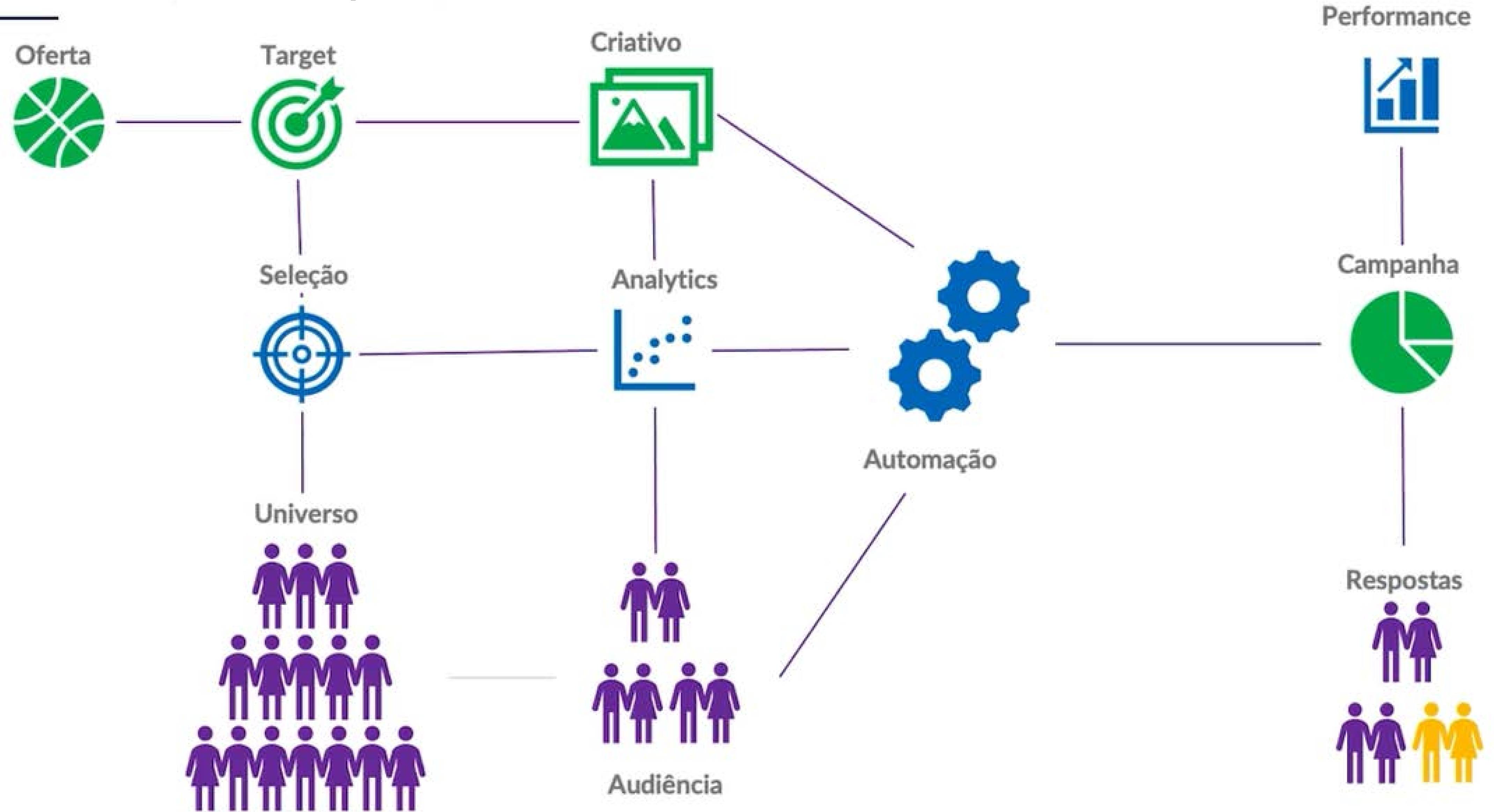


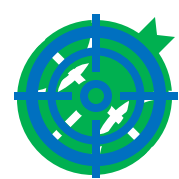
NBA + Jornada do Cliente



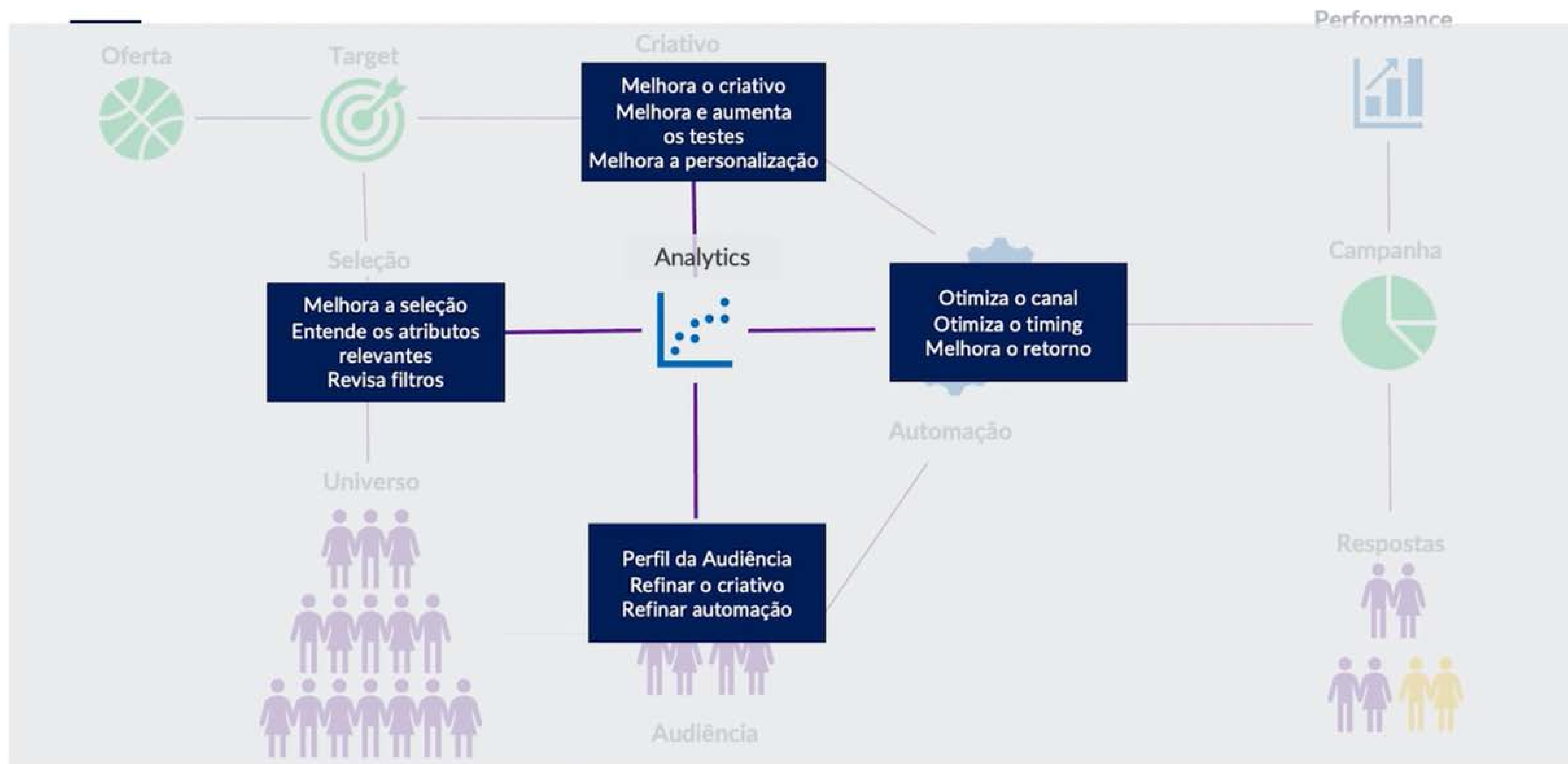


Gestão de Campanha





Otimização de Campanha



Otimização de Campanha → Preditiva

Pré-Campanha



Seleção

- Empirismo
- Mercado
- Oferta/Produto
- Critérios
- Limitações de dados



Analytics

- Descritivos
- Comportamentais
- Preditivos
- Clusterizações

Pós-Campanha



Respostas

- Perfil de quem abriu?
- De quem clicou?
- De quem converteu?
- Resultados dos testes



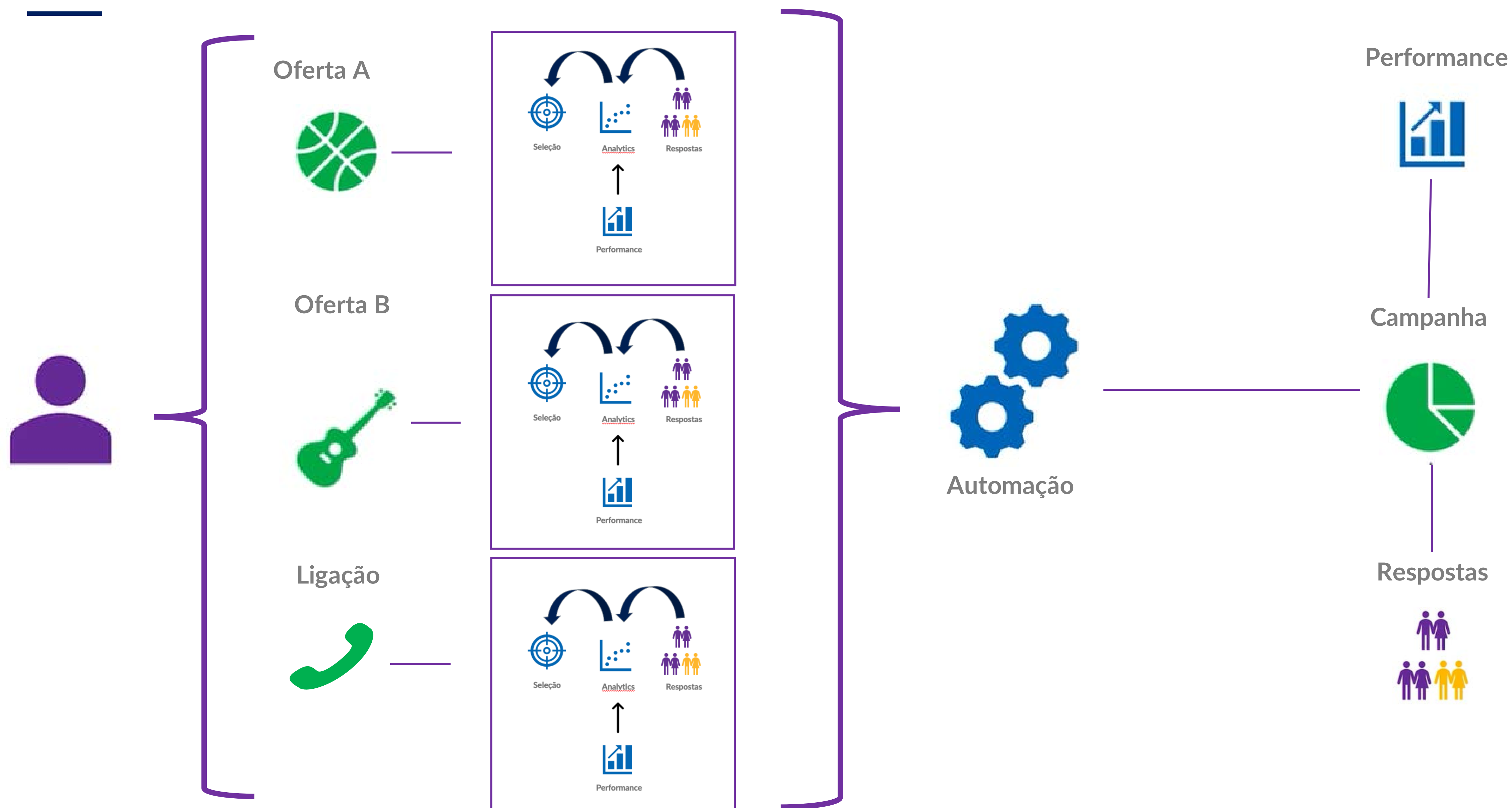
Performance

- Objetivo
- Valor monetário
- LTV / CLV
- NPS / CSAT
- Arbitrariedade

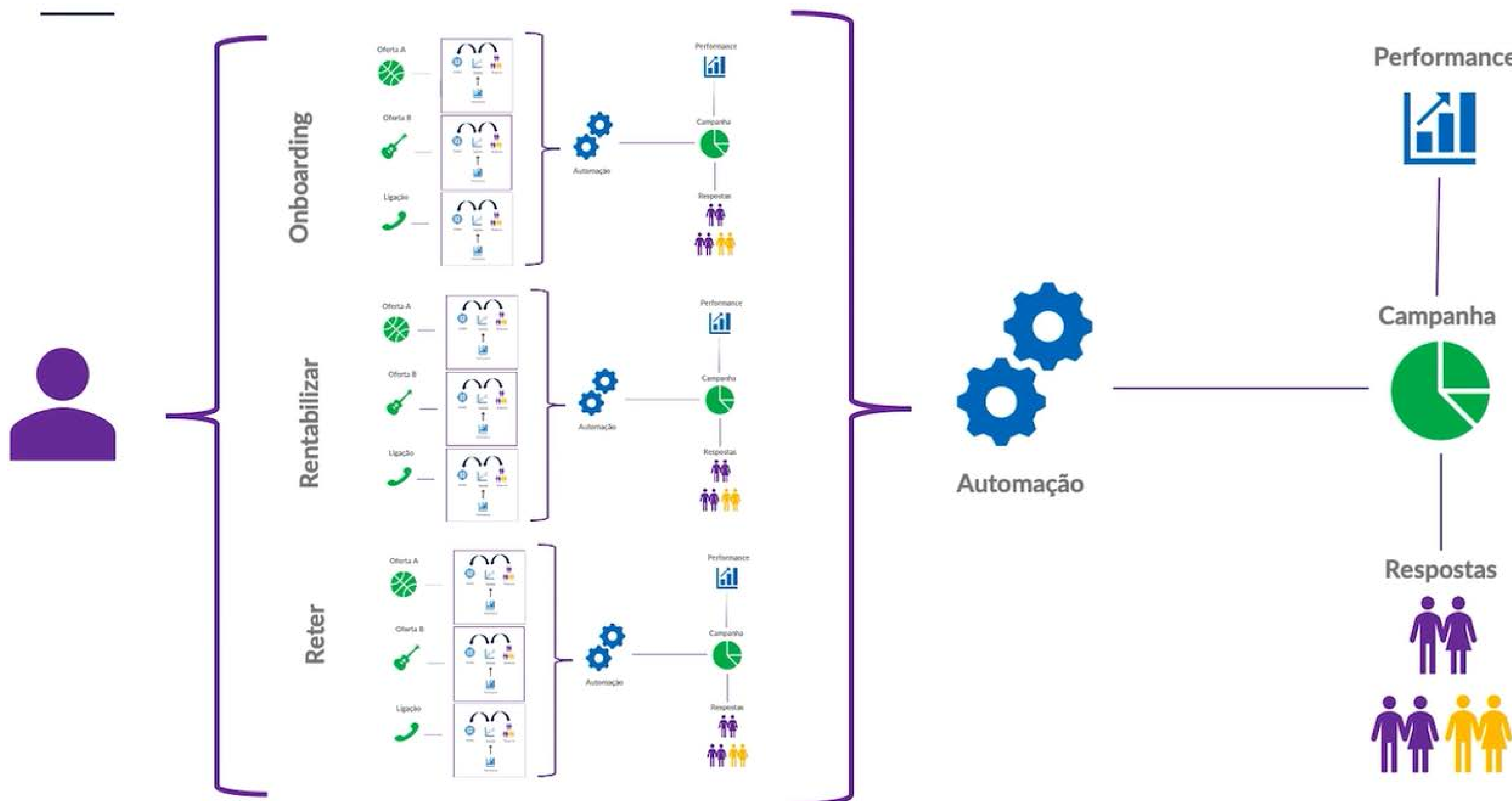
Otimização Preditiva



Next Best Action



Otimização de Jornada



Interagindo com seus clientes - Parte 3

Táticas de Oferta e Propostas de Valor

Diferentes formas de atrair o cliente



Desconto



Cupom / Voucher



Benefício / Serviço Exclusivo



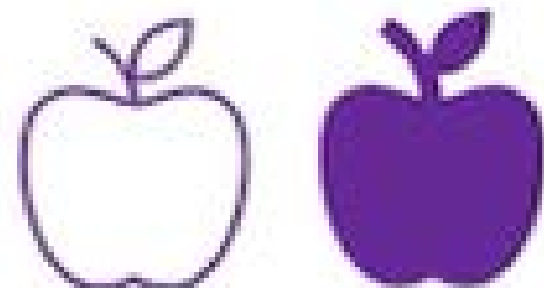
Cashback



Brinde



Sorteios

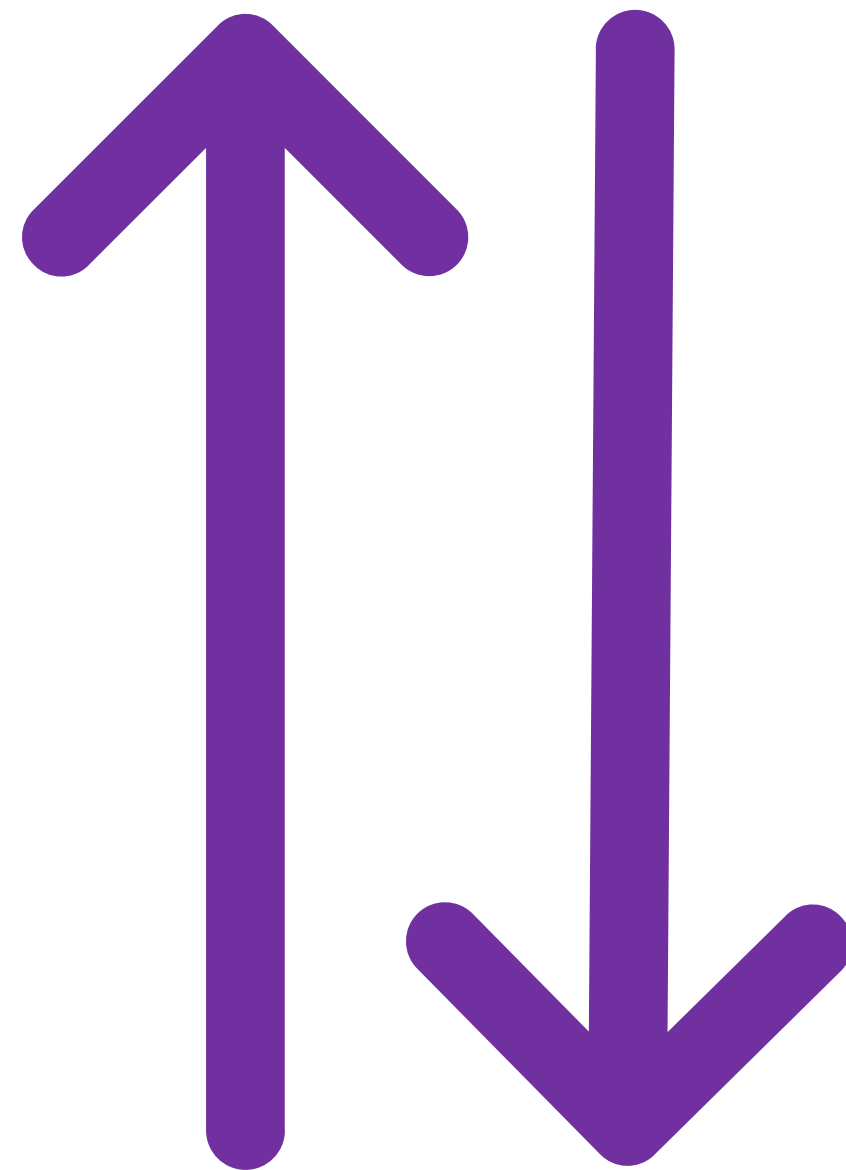


Ganhe em dobro

Descontos

- Bom para cross-sell → incentivo a conhecer outras categorias de produto
- Bom para up-sell → incentivo para dar um upgrade na sua compra, experimentar algo melhor.
- Bom para Reter e Recuperar clientes → os descontos aqui provavelmente serão maiores

Relevância
Experiência



Menores os
descontos

Importante considerar:

- Clientes propensos a compra/recompra não precisam tanto de descontos;
- Descontos em massa matam as margens de lucro;
- Descontos constantes e excessivos simplesmente abaixam o preço do produto;
- Buscar o menor desconto, que gere a maior conversão;
- Os clientes são diferentes, portanto os descontos também precisam ser.

Descontos

Também é muito usado em queimas de estoque e saldões.

BANANA REPUBLIC

MEN WOMEN PETITES

Cooler Days Ahead

40%

OFF* PURCHASE

SHOP WOMEN SHOP MEN

Excludes sale styles and select items.

TODAY ONLY!

30% OFF EVERYTHING!

YES, EVERYTHING!

Use code **GOFORIT** at checkout.*
Hurry, ends tonight at midnight!

SHOP NOW

*The 30% off sitewide promo is only valid at Saturday.com. The promo is not valid at Kate Spade Saturday retail stores. Not valid on gift certificates, gift cards, e-gift cards, the Kate Spade Saturday customized weekender bags or previous purchases. Cannot be redeemed for cash or store credit. Cannot be combined with any other offer. Valid 12/2/13 until 11:59 PM PT by entering the code GOFORIT at checkout.

jules

SALE
ENDS MIDNIGHT

UP TO **60% OFF***

SHOP NOW >

Pedal! Like your style depends on it

ONLINE ONLY

GAP OLD NAVY BANANA REPUBLIC

You have 24 hours...GO!

30% OFF

at Gap, Banana Republic & Old Navy

Today only, 1/8. Ends 11:59 pm EST.
Enter code: **CA24HOURS** at checkout

SHOP NOW: MEN WOMEN

FREE SHIPPING ON ALL ORDERS OVER \$50. No code. No hassle. **FREE RETURNS** ON ALL ORDERS.

Cashback

- Um percentual da compra ou um valor definido é transformado em crédito para próxima compra → aumenta frequência, e portanto, a fidelização.

Importante considerar:

- Existem empresas que aumentam o preço e só atuam no formato de cashback;
- Cashback constante e excessivo simplesmente abaixa seu preço, e os clientes acostumam;

Cupom / Voucher

- É uma forma de dar desconto para o cliente, e não para o produto (mesmo que seja para alguma categoria específica)
- Permite que clientes diferentes possam ter preços diferentes;
- Maior controle sobre a quantidade de clientes que podem usar o desconto;
- Incentivo ao aumento de ticket-médio

Importante considerar:

- Precisa ser fácil de aplicar e resgatar;
- Precisa ter relevância;



petlove
muito além de petshop

O cupom do Minhoca está prestes a expirar!

Compre rações úmidas Guabi Natural com **50% OFF** e garanta uma alimentação mais nutritiva, balanceada e saborosa para ele.

Use o cupom:

COMPRAR AGORA

RAÇÕES MEDICAMENTOS HIGIENE ACESSÓRIOS BRINQUEDOS

FICA EM CASA, A PETLOVE ENTREGA PRA VOCÊ

DICAS PETLOVE

Cachorro pode comer só ração úmida?

Saiba como fazer o mix feeding para o seu pet

Brindes

- Forma de substituir o desconto, mas sem prejudicar tanto a margem.
- Aumenta o ticket-médio (quando existe um mínimo de gasto para ganhar)



petlove
muito além de petshop

ESCOLHA SEU BRINDE
Nas compras a partir de R\$ 399*

EU QUERO

1 Colchonete só para Assinantes

2 COCADIM PETLOVE

3

*Confira condições no site. A escolha de brindes para Assinantes só é válida se o cliente fechar o pedido durante o período da promoção.



petlove
muito além de petshop

BRINDE: KIT VIAGEM OU PORTA JÓIAS
Válido nas compras acima de R\$ 399.
Confira regras no site!

EU QUERO

Kit Viagem só para Assinantes

Importante considerar:


- É importante mudar de tempos em tempos;
- Dar opções para o cliente escolher
- Precisa gerar desejo, ser exclusivo;

Brindes

**PET LIMPINHO,
CASA TAMBÉM**

Compre e **ganhe brinde**

APROVEITE



**COMPRA ANTIPULGAS
GANHE
BRINDE EXCLUSIVO**

EU QUERO



Um porta-ração
para chamar de **MEU**

GANHE JÁ!

EU QUERO

**BRINDE
SORTIDO**

petlove
alegria na sua casa

petlove.com.br

*Válido para compras a partir de R\$ 399.
Apenas para Assinantes.



Sorteios, Ganhe em Dobro e Frete Grátis

petlove
muito além de petshop

COMPRE SACHÊS E
CONCORRA A R\$500 NA HORA
+ R\$ 120 MIL AO FINAL DA PROMOÇÃO

COMPRE AGORA

Meu Pet
Minha Riqueza

Escolha os sachês favoritos do {nome_pet} e comece a torcer!



EU QUERO



EU QUERO



EU QUERO

petlove
muito além de petshop

ASSINE PURINA ONE
E GANHE O DOBRO

ASSINE JÁ

QUINZENA PURINA

Repor a ração do seu pet nunca foi tão fácil e econômico. Com a Assinatura Petlove você escolhe a frequência de entrega e aproveita benefícios exclusivos.

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

E muito mais.

ASSINE JÁ

**POR QUE ESCOLHER
PURINA ONE?**

Nutrição de qualidade superior, com ingredientes naturais e funcionais em combinações ideais.

FRETE GRÁTIS

Combine ofertas



Looks like you
have some
shopping to do.

**EXTRA
30% OFF
& FREE SHIPPING***

USE CODE *TIMETOSHOP*

ONLINE ONLY.

ENDS TONIGHT!



*Make room
IN YOUR CLOSET.*

FLASH SALE!

— EMAIL EXCLUSIVE —
Now through 11 p.m. CT

25% OFF
EVERYTHING+FREE SHIPPING*

WITH CODE: **LSFLASH25**

SHOP NOW



Qual a melhor oferta?

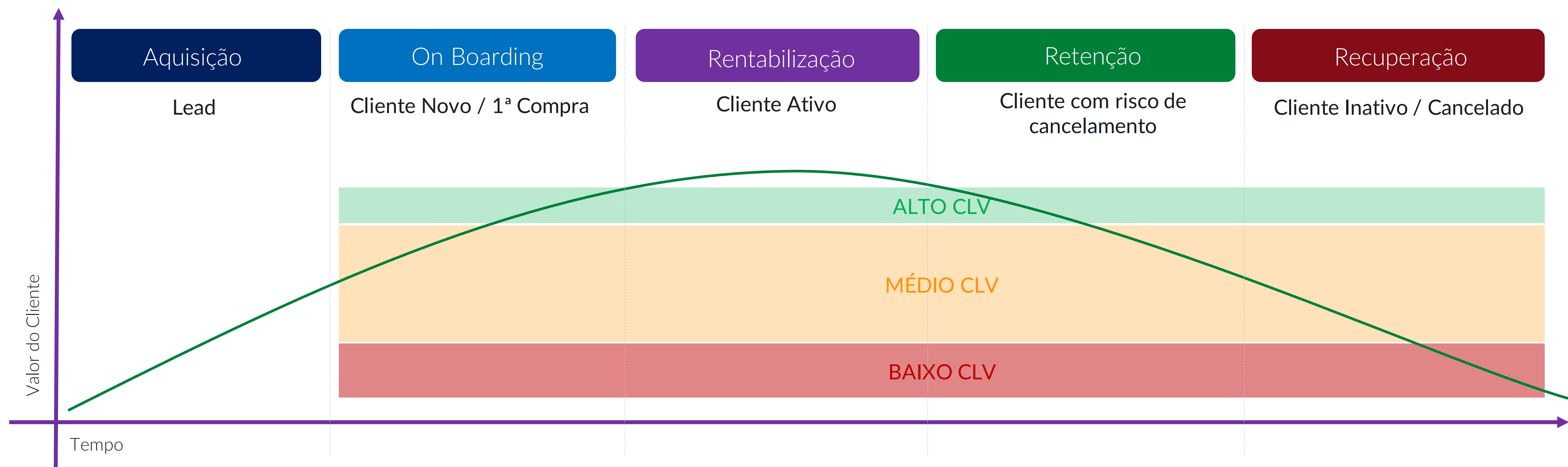
Test

Shift

TESTE!

Defina a proposta de valor para cada etapa da jornada

E ofertas que incentivem o cliente a dar o próximo passo, considerando seu CLV.



Interagindo com seus clientes - Parte 1

Tarefa

Tarefa

Instruções:

Construa uma estratégia de ofertas para a Petlove.

Considere:

- O que ofertar em cada etapa do ciclo de vida do cliente, com o objetivo de incentivar que todos cheguem, fiquem ou voltem ao Rentabilizar;
- Diferencie as ofertas para clientes de Baixo, Médio e Alto CLV, com o objetivo de aumentar o ticket-médio e a recorrência;
- Quebre as ofertas considerando ações com foco em Recorrência, Cross-sell e Up-sell, na fase de Rentabilizar.

Monte uma tabela no excel, salve em PDF e suba na Plataforma da EBAC.