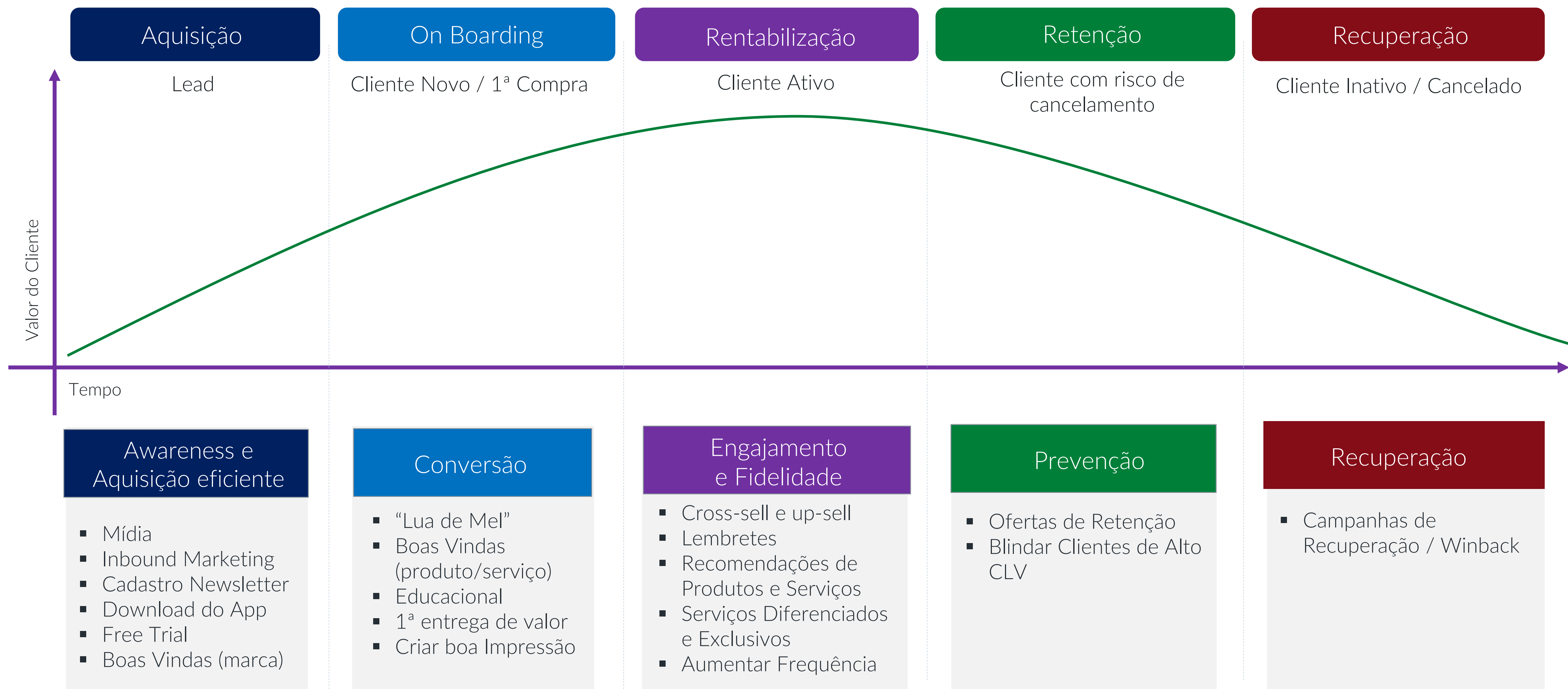


Interagindo com seus clientes - Parte 1

Ciclo de Vida do Cliente

Ciclo de Vida do Cliente

Customer Life Cycle Journey / Customer Value Journey



Ciclo de Vida do Cliente

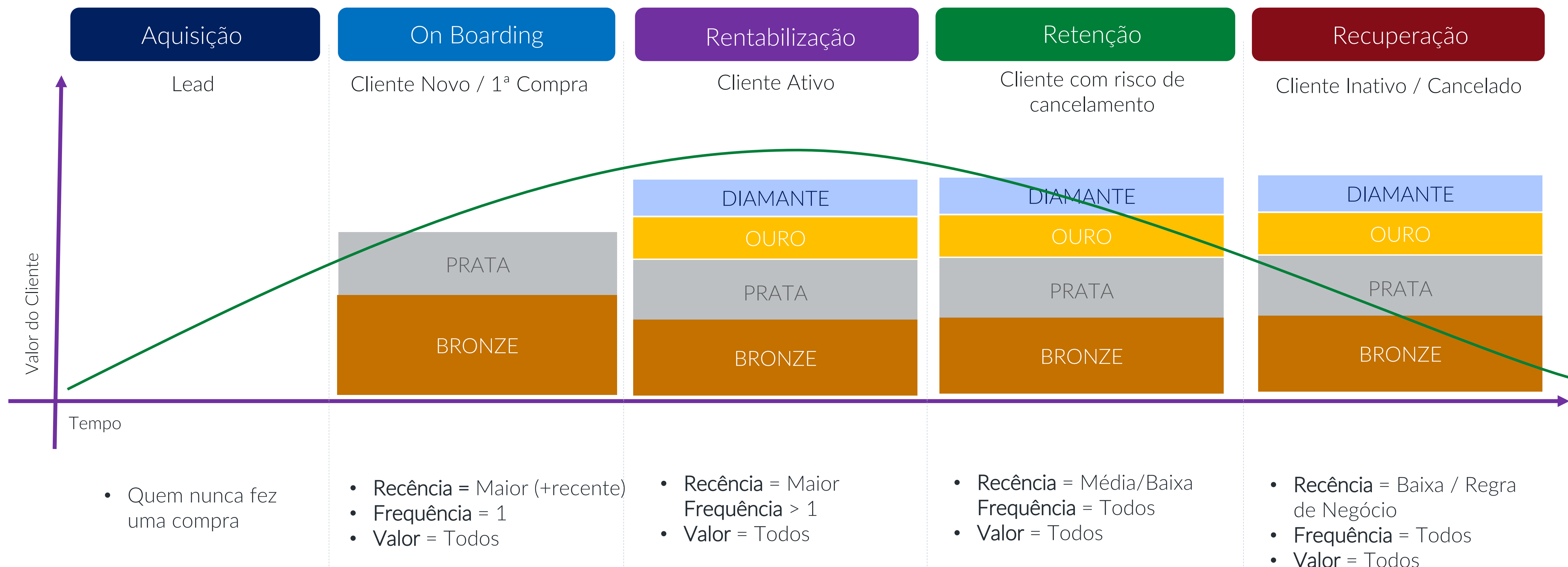
Visão Geral da Estratégia de Ciclo de Vida

Etapa do Ciclo de Vida	Definição	Objetivo	Estratégia
Lead / Prospect	Quem nunca fez uma compra	Converter o lead em cliente	Entregar o primeiro “valor” e a primeira experiência WOW
Cliente Novo / 1ª Compra	Um novo cliente em um período de até 3 meses* da 1ª compra	Fazer seu novo cliente voltar e comprar de novo	Dar boas vindas, entregar valor recorrente. Entender porque se tornou cliente e se ele é diferente dos clientes atuais
Cliente Ativo / Recorrente	Comprou pelo menos 2x	Manter esses clientes engajados e fidelizados	Continuar encantando o cliente e introduzir novas propostas de valor, introduzindo novas categorias de produtos e serviços.
Em risco de Inatividade	Não comprou (ou usou) seu produto / serviço por pelo menos 90 dias* ou não está propenso a recompra ou propenso ao churn	Reengajar esses clientes, evitar que se tornem inativos	Investigar satisfação e dar uma chance dele tentar novamente
Cliente Inativo / Ex-Cliente	Não compra há mais de 1 ano* ou cancelou serviço.	Recuperar e reativar esses clientes	Dar uma boa razão para ele voltar a ser seu cliente

* Períodos médios de varejo – cada negócio pode ter o período que fizer mais sentido

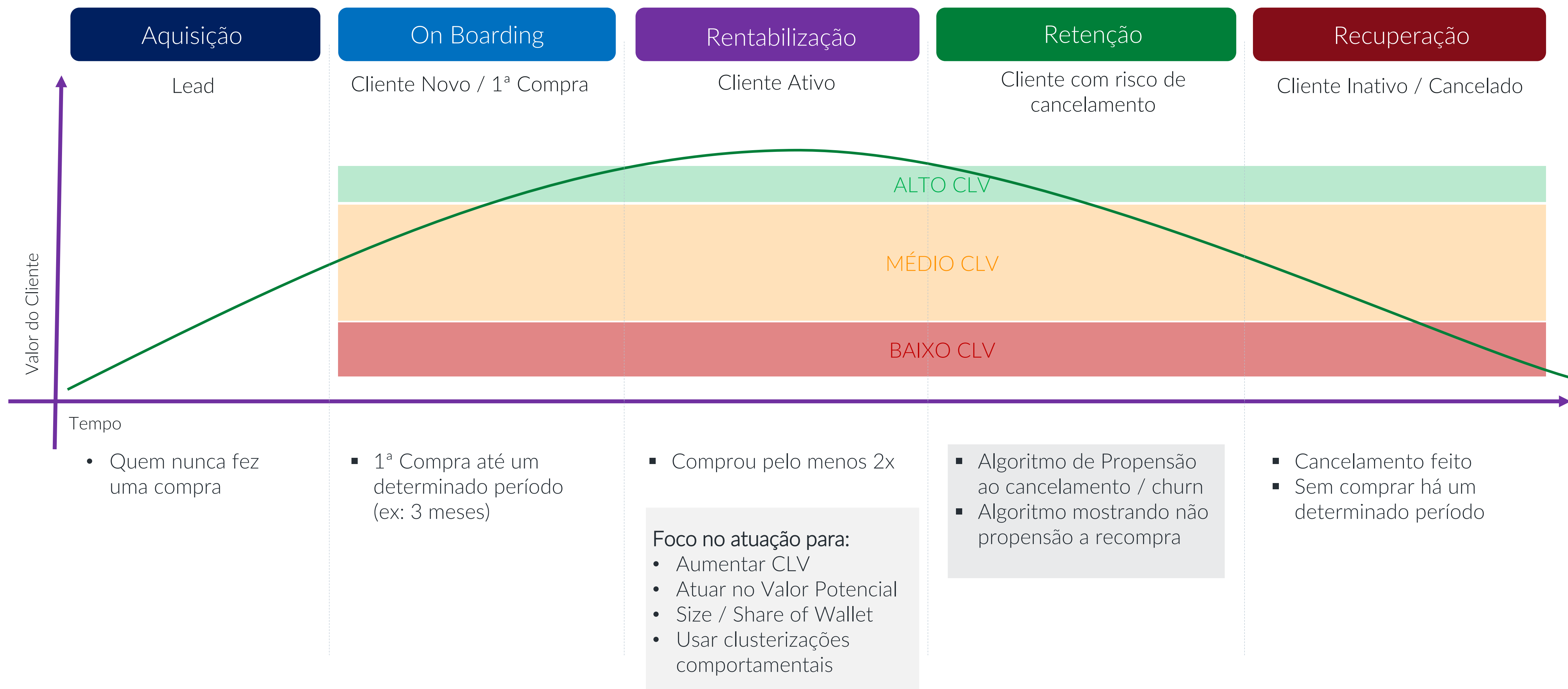
Ciclo de Vida do Cliente

Usando RFV para classificar os clientes em cada etapa da jornada



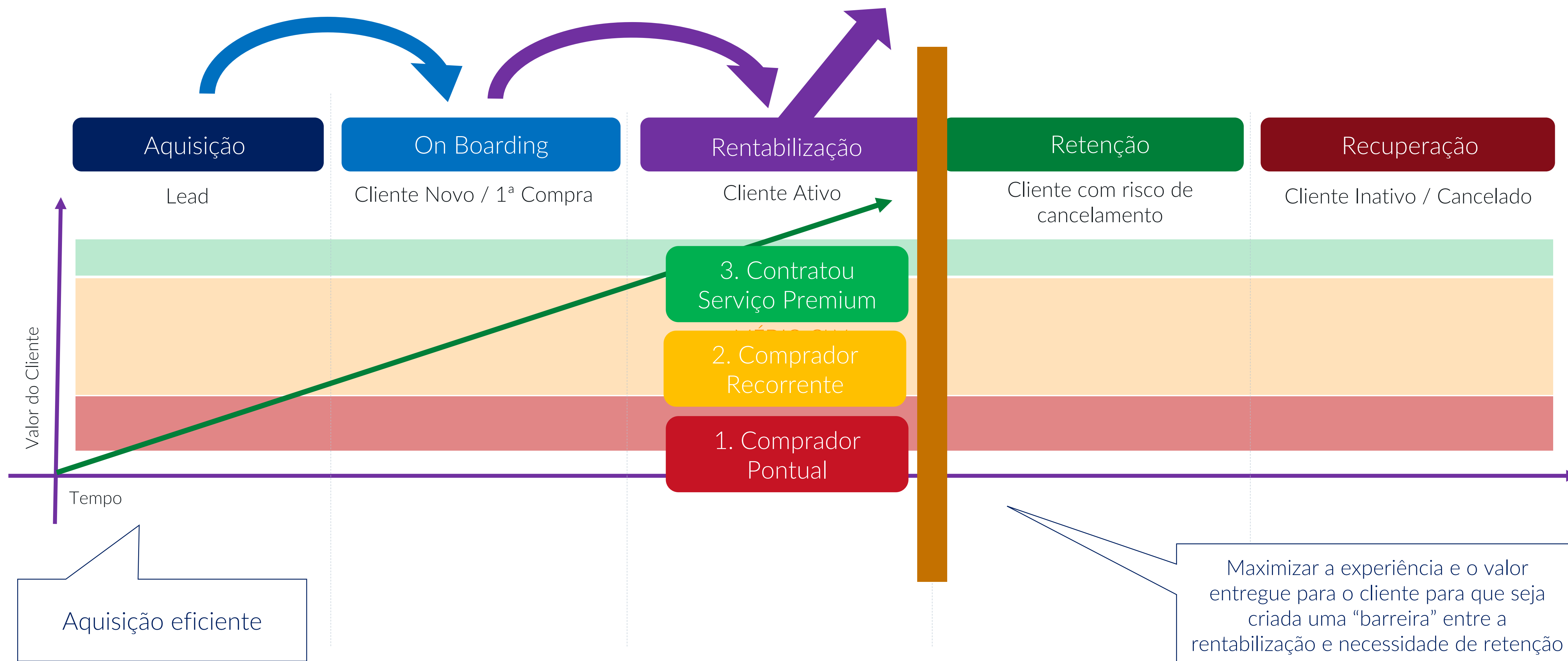
Ciclo de Vida do Cliente

Criando uma Clusterização de Ciclo de Vida com Churn e CLV



Ciclo de Vida do Cliente

É possível usar uma clusterização / segmentação de comportamento de compra para criar mais etapas do ciclo de vida.



Ciclo de Vida do Cliente

Varejo

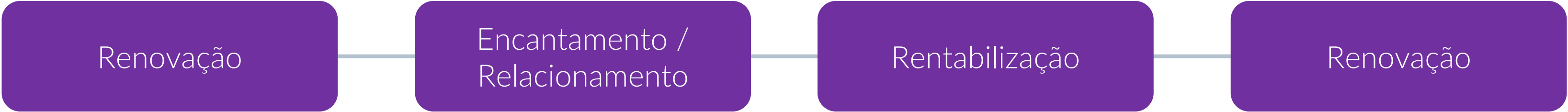


Seguro de Carro

1º Ano



2º Ano



Ciclo de Vida: Gestão de Valor do Cliente

Essa análise ajuda a empresa responder perguntas como:

- Quantos clientes ativos nós temos nos últimos 12 meses?
- Quantos clientes perdemos?
- Quantos clientes recuperamos?
- Qual etapa da jornada do cliente possui o maior CLV total?
- Quantos clientes de alto LCV estamos perdendo?

	Cientes Recuperados	Cientes Novos	Cientes Ativos	Risco de Inatividade	Perdidos	Variação de Valor	CLV Médio	Valor Total
Alto Valor								
Médio Valor								
Baixo Valor								
Total								

Ciclo de Vida do Cliente

Cada novo "nível" de inteligência vira um novo atributo para o cliente, para que posteriormente isso seja usado como filtros e seleção de target para as campanhas de CRM.

Cód. De Cliente	Marca Valiosa	Valor CLV	Clusterização Valor Real	CLV Potencial	Valor CLV Potencial	Matriz Estratégica	Cluster Ciclo De vida
1	S	R\$1.000,00	Alto	Target	Target	Blindagem	Reter
2	N	R\$1.500,00	Alto	Baixo	Alto	Rentabilizar	Rentabilizar
3	N	R\$ 100,00	Baixo	Alto	Alto	Rentabilizar	Recuperar
4	S	- R\$200,00	Baixíssimo	Target	Baixo	Despriorizar	Rentabilizar
5	N	R\$ 500,00	Médio	Alto	Médio	Priorizar	Reter
6	S	R\$ 450,00	Médio	Baixo	Baixo	Blindagem	Recuperar

Interagindo com seus clientes - Parte 1

Crescer: Aquisição

Aquisição: Qualidade x Quantidade



Pescador de “arpão”

Leva mais tempo, é mais difícil, mas te permite escolher bem os alvos e focar nos melhores peixes.



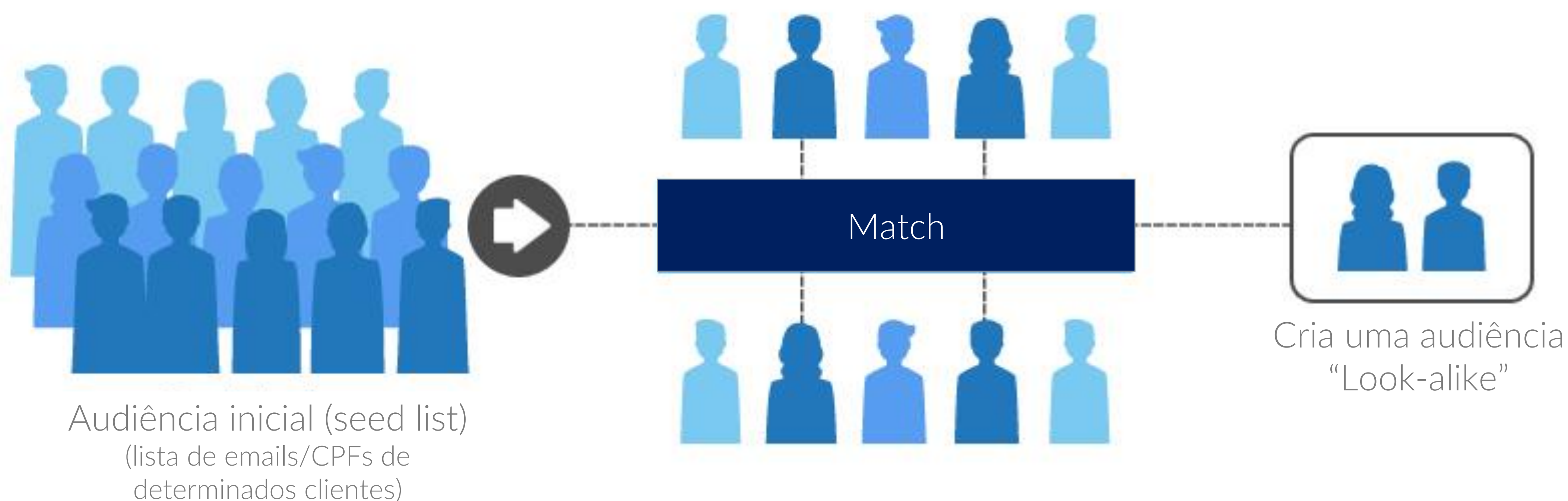
Pescador de rede

É mais rápido, a quantidade de peixes pescado é maior, mas podem vir todos os tipos de peixes, e nem sempre o que você quer.

O segredo é o equilíbrio!

Aquisição: Look-alike

Look-alike targeting é uma técnica que encontra prospects com as mesmas características de uma determinada lista de clientes (de preferência, seus melhores clientes) para fazer mídia segmentada.



facebook Ads

Linked in ads



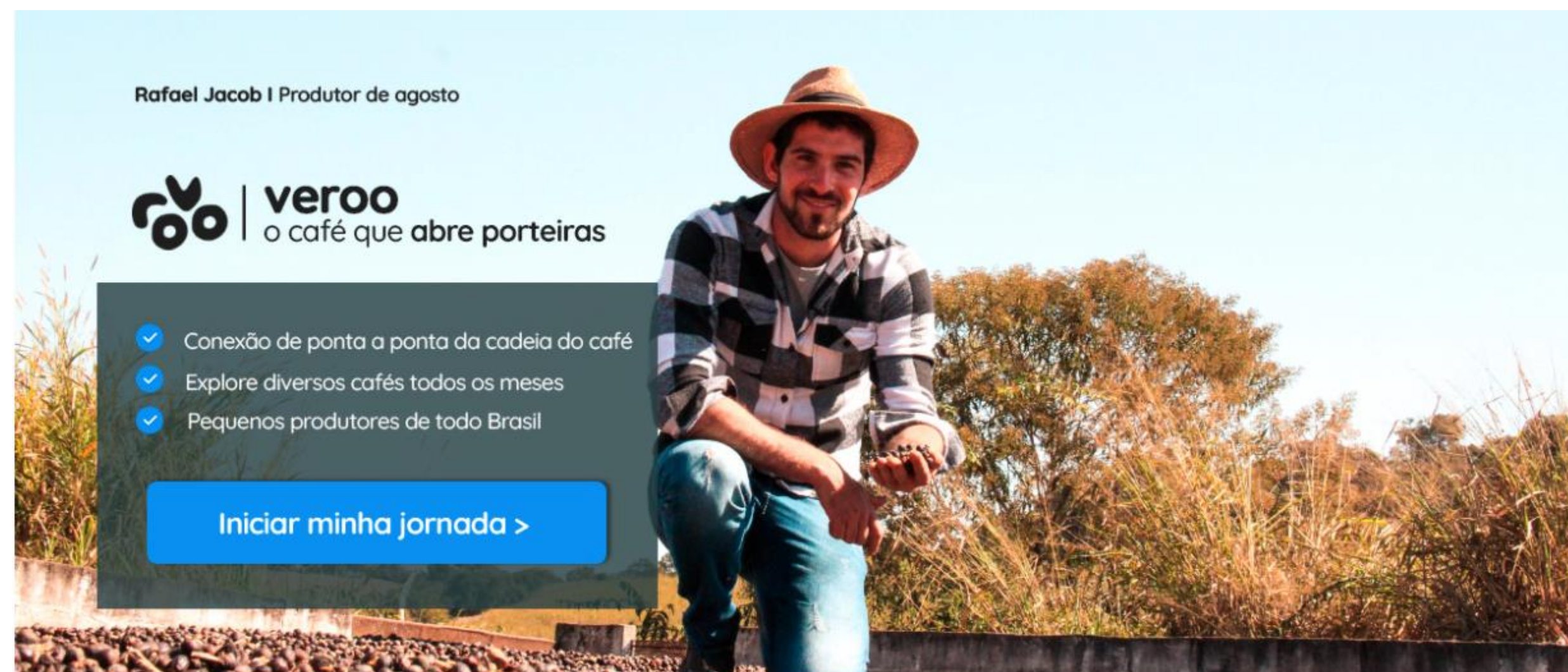
Aquisição: Member get Member

Ações que incentivam um cliente a trazer outros (amigos, familiares, colegas, etc), dando algum tipo de bonificação.

- O custo de aquisição é menor do que outros canais pagos;
- É uma forma de identificar quem são seus clientes “embaixadores da marca” ou “lovebrands”, que costumam ter maior potencial de CLV;
- Normalmente trazem clientes mais qualificados, que tendem a ter propensões melhores a compra e maiores taxas de retenção;
- Não existe fórmula mágica que funcione para todos os casos e empresas, é necessário testar diferentes modelos, benefícios, brindes, descontos, etc. tanto para quem indica, quanto para o indicado.

Aquisição: Member get Member (MGM) - Case Veroo


Outro teste feito pela empresa:



Veroo – Assinatura de Cafés Artesanais

Modelo atual (set/21):

- Cliente indica seu código (ex: PLCJ2) para um amigo e a cada novo cliente ganha um brinde no box do mês seguinte (ex: barra de chocolate Lindt);
- O cliente indicado ganha R\$10,00 de desconto na assinatura por 2 meses.



Veroo - Cafés Especiais
Veroo - Cafés por assinatura, no conforto da sua casa.
veroo.com.br

Olá, Stefano. Tudo bem?

Aqui é o **Evandro Ferreira, head de marketing da Veroo Cafés**. Eu sei que você recebeu alguns e-mails sobre indicação ultimamente, **mas agora é diferente!** Eu selecionei você entre os **+1.400 clientes** para receber uma oportunidade muito especial, em reconhecimento ao seu grande valor pra nós.

Até dia **23/07 (sexta-feira)** você poderá convidar seus amigos para a Veroo pelo valor de **R\$ 4,99 no primeiro mês de assinatura**.

É a **oportunidade perfeita** para você trazer seus amigos para a Veroo. Compartilhe das experiências incríveis que proporcionamos com seus amigos.

Para os amigos que **consomem cafés em capsulas nespresso®** use o link: <https://veroo.cafe/capsulas-4e99>

E para indicar aos seus amigos que **consomem grãos ou moídos** use esse link: <https://veroo.cafe/GraoseMoidos-4e99>

Att.
Evandro Ferreira

Aquisição: Member get Member – Case The News

The News – Newsletter de Notícias diárias

O manual do paraíso

PROGRAMA DE INDICAÇÃO



Café quentinho + caneca do dênius + ler dênius = **paraíso**. E temos várias provas-vivas dessa afirmação...

- A gente colocou a *equação do paraíso* na edição de sábado e os nossos maiores embaixadores — que já conquistaram a canequinha — disseram que eram testemunhas.

Pois bem... O manual pra ter esse paraíso é bem simples. É só você **indicar** o nosso jornal pros seus amigos que você **ganha** os nossos prêmios. Quanto mais pessoas você trazer, mais pontos você recebe. **E mais pontos significam mais prêmios.**

Então vai lá. Crie seu link clicando no botão abaixo — ou pegue o seu, caso já tenha — e **mande pra turma toda**. Amigos, familiares, colegas de trabalhos, extraterrestres... só não aceitamos bots. risos. **Vai que vai!**

CLIQUE PARA COMPARTILHAR



Compartilhe o the news → ganhe prêmios



RESUMO DO MÊS

5 indicações



EDIÇÃO EXCLUSIVA DE SÁBADO

20 indicações



ADESIVOS

50 indicações



CANECA DÊNIO

100 indicações



NEWSLETTER PERSONALIZADA (COM SEU NOME)

250 indicações



CAFÉ COM EQUIPE

500 indicações

Link para indicação: <https://thenewsc.com.br/indicacao?grsf=mchsaz>

Aquisição: Member get Member - Case Petlove



Divulgue seu cupom nas redes sociais

Divulgue o link do seu cupom de 15% OFF para seus amigos



WhatsApp



Facebook



Messenger



Outros

ou

Faça o download das imagens e compartilhe onde quiser



Imagem quadrada



Imagem vertical



Como funciona?



Compartilhe seu cupom de 15% de desconto com quantos amigos você quiser



Espera o seu amigo realizar a primeira compra, de no mínimo R\$99, usando o seu cupom



Quando seu amigo receber o produto, você ganha os R\$



Perguntas frequentes

Como funciona o programa Indique um Petlover?



Qualquer amigo meu pode utilizar?



Tem limite de uso do meu cupom?



O cupom que eu divulgo é cumulativo com outras promoções?

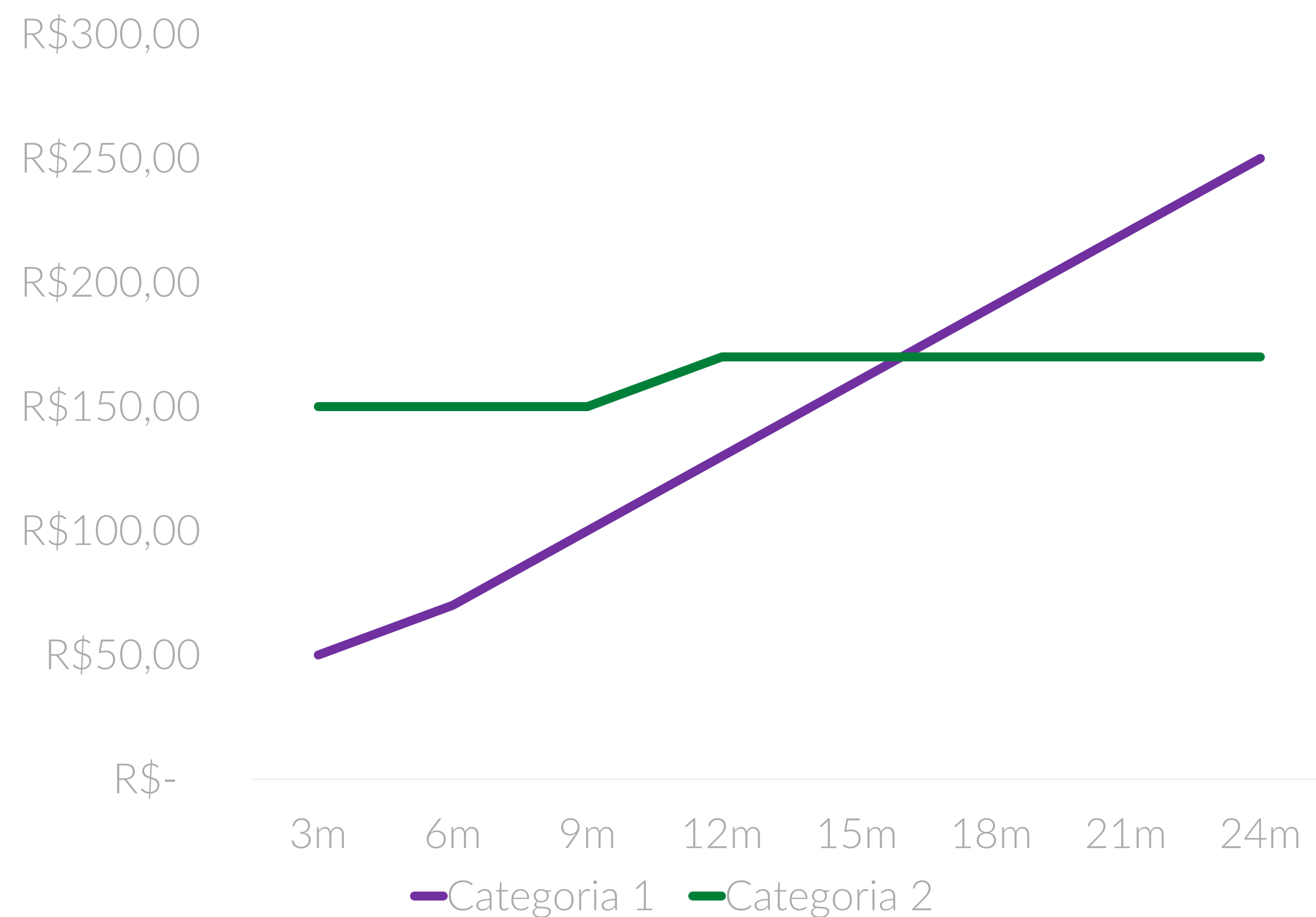


Como posso personalizar o meu cupom?



Aquisição

Existem produtos que trazem clientes com maior CLV



Nem todos canais vão trazer clientes com o mesmo CLV



R\$ 800,00

facebook Ads

R\$ 500,00

LinkedIn ads

R\$ 900,00



R\$ 700,00

MGM

R\$ 1.200,00

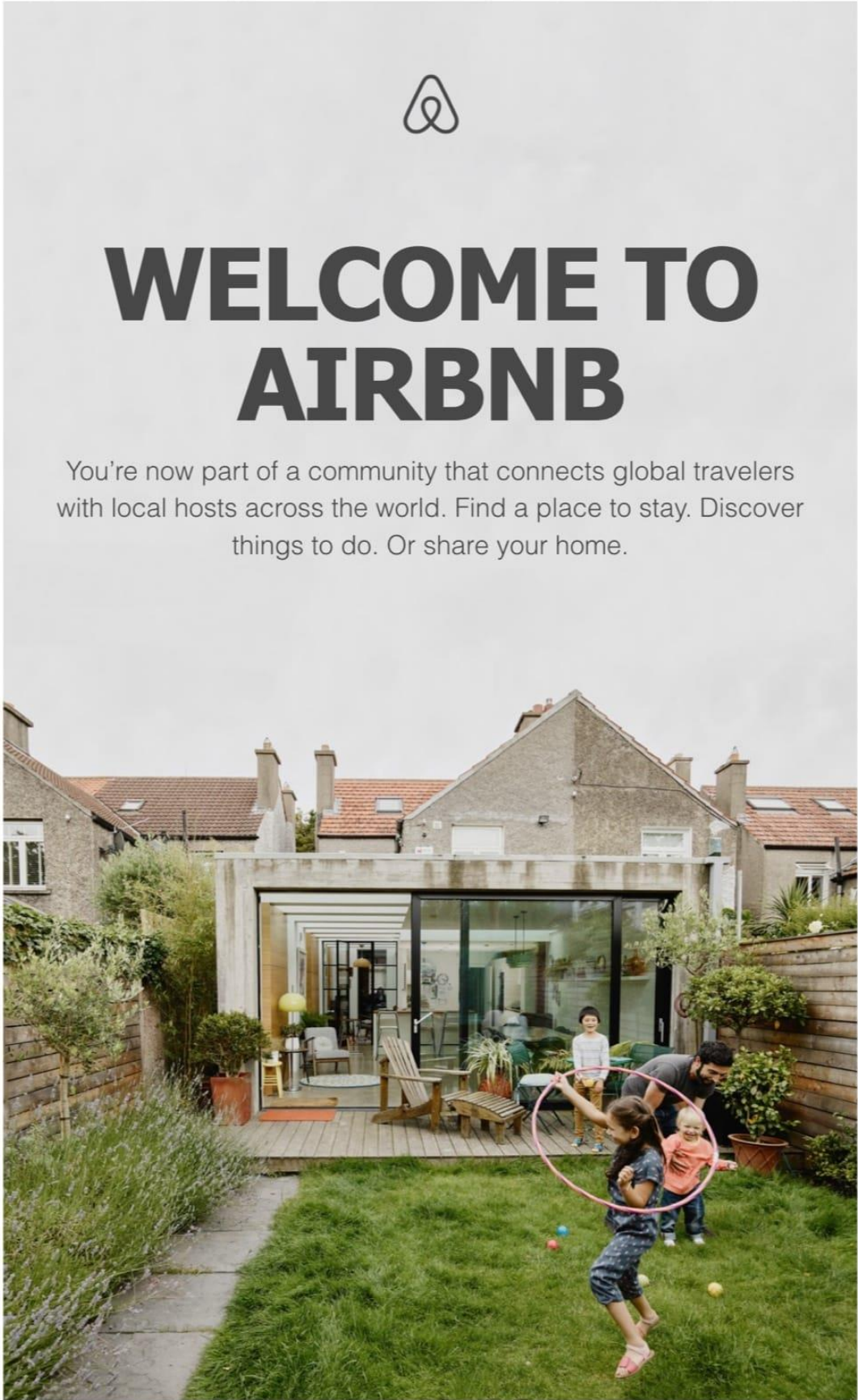
Loja Física

R\$ 950,00

Onboarding: Régua de Boas Vindas

É o início do relacionamento com seu cliente e serve para aumentar o engajamento e aumentar a probabilidade de recompra. Pode ser uma comunicação única ou uma régua.

- Agradecer e dar as boas vindas ao cliente;
- Útil para reforçar a proposta de valor;
- Pode conter vídeos ou conteúdos explicativos de como usar o produto / serviço;
- Divulgar os canais de atendimento;
- Completar perfil ou fazer download do app;
- Introduzir outras categorias de produtos ou serviços (considere o CLV);
- Ofertas para uma 1ª ou 2ª compra (considere o CLV);
- Contato para saber como foi a experiência, se precisa de alguma ajuda.



WELCOME TO AIRBNB

You're now part of a community that connects global travelers with local hosts across the world. Find a place to stay. Discover things to do. Or share your home.

Find a home

With over 4.5 million homes across 200 countries, you'll find spacious, affordable options for every occasion.



[Explore homes](#)

Discover unique things to do

Fill your trip with experiences designed and led by locals in destinations worldwide. And book tables at popular restaurants.



[Explore experiences](#)

This email is best viewed on your desktop

Get started right with 4 quick videos

Prototyping and gathering feedback with InVision is quick, easy, and intuitive. And these 4 videos make it even easier.

Reimagined design collaboration

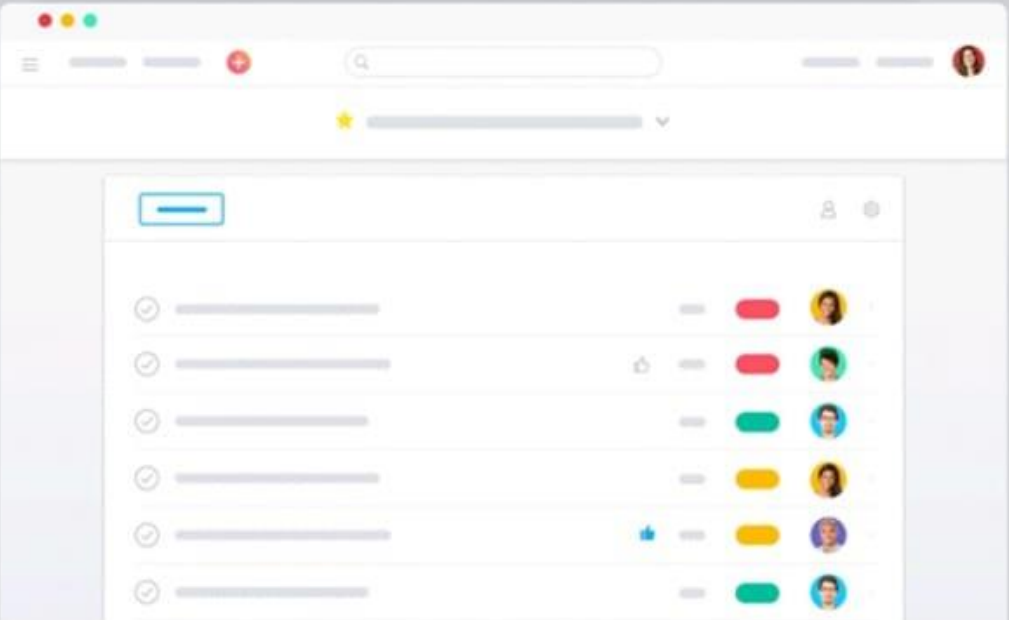
Learn how to make the most of InVision's commenting and collaboration features.

[WATCH NOW](#)



Hurray! You joined your team *and* ours

Start working in Asana and join in your team's success.



We're here to teach you how to use Asana with quick, simple tips—starting with these 3 things to try out now:



Create a task

Use tasks to keep track of to do's and details across your plans and projects. Head to any project and start typing.



Update a due date

Set due dates for each task so you can manage deadlines and make it clear when the work will be done.



Complete a task

When your to do is done, mark it complete. You might even see a **unicorn...**

[Get Started](#)

You've received this email as confirmation of your Asana account.
1550 Bryant Street #800, San Francisco, CA 94103



AWAY

[Shop](#) [Gifts](#)



The world is open

We're Away. We believe in seeing more of the world—in making new connections, shifting your perspective, and getting away at every opportunity. We make objects for people who never want the road to end. We started with luggage.

[ABOUT US](#)

The perfect suitcase

We talked to hundreds of travelers about what they actually needed on the road. They asked for a suitcase that was simple, thoughtfully designed, and never got in the way—a bag so good, you'd never need (or want) to replace it. We made exactly that. Every feature on our luggage solves real travel problems, for life. It's everything you need, and nothing you don't.



Ejectable battery

Opt for a Carry-On with a battery that can charge your phone up to 5x



Hinomoto wheels

That spin 360° for a seamless ride in all directions

[Webversion](#)[Unsubscribe](#)

HelloPrint®

[All products](#)[My account](#)[Contact](#)

FREE DELIVERY OVER £30

Hey Kasia,

Welcome to Helloprint and thanks for signing up! You're in good company. We won't take much of your time, we would just like to ensure that you're all set to use [our website](#).

HOW TO ORDER...

1

CHOOSE PRODUCT & TURNAROUND

Customise your products' details, choose your turnaround time, and click "continue your order".

2

CONFIRM SHIPPING & PAYMENT

Confirm your shipping date and proceed with your payment.

3

UPLOAD YOUR ARTWORK

We accept TIFF, EPS, JPG or PDF files. You can find the submission specifications at the top of every product page.

4

APPROVE YOUR ARTWORK

Every file will be checked and will come back to you for proof approval within 4 hours.*

This ordering process only applies if you have your own design, and you upload it to our platform

Are you ready? Start your shopping (s)print now!

Best Regards,
The Helloprint Team

FAST PRODUCTION OPTION

FREE ARTWORK CHECK

NO HIDDEN FEES

FREE DELIVERY OVER £30!

DEDICATED SUPPORT

MEET OUR GREAT CUSTOMER SERVICE TEAM!

Got any questions about your products, order or order status? We've got your back!

Danny

Martha

Mary

Webversion

HelloPrint®

*Please note: in busier periods it can take upto 24hrs for a proof to be received but we always ensure this is sent to you for approval before the cut off time.

© 2017. All rights reserved.

Welcome to Evernote!

You're going places. Your notes should too. Install Evernote on your phone today.

Level up with these bonus desktop moves for extra productivity:

Get your time back

Ever wish you could organize the internet? Clip web pages—without all the ads—and save them in Evernote.

TELL ME MORE

Keep it all in one place

Drop anything into Evernote. From images to PDFs, finding what you need is about to get so much easier.

SHOW ME HOW

Go Premium and unlock the full Evernote experience

Evernote Premium gives you all the tools you need to feel more organized than ever.

UPGRADE NOW

LEARN MORE

Add Evernote to your phone

Medium

Welcome to Medium, where words matter.

Discover interesting ideas and unique perspectives from writers, thinkers, and storytellers.

What's Medium?

1. Built for readers and writers

We're building a better place on the internet: an ad-free, open platform where the best stories rise to the top.

2. Customized for you

Follow the topics, writers, and publications you care about most. Get the latest delivered to your homepage, app, or inbox.

3. The best of Medium for just \$5/month

Become a member for unlimited access to in-depth stories from top writers and leading experts, curated selections from leading publishers, audio versions, and more.

Here are some stories you might like.

Popular in Technology

How Google Marketers Exploit Your Discomfort

Patrick Berlinquette
December 13 · 7 min read

Welcome to Michaels • Start Saving Now

[Click for coupons](#)

[Take a Class](#)[Weekly Ad](#)[Blog](#)

WE'RE SO GLAD You SAID Yes

Thanks for sharing your email address with us. Your inbox is about to be a lot more inspiring!

We're going to send fun stuff like DIY tips and tricks, invites to in-store events, and exclusive deals and coupons.

What Do You Love to Make?

Let's get to know each other. Just share a little more about yourself, and we'll show you more of what you like most.

SET PREFERENCES

For You, From Us

VALID 4/27/2016 - 5/10/2016

20% OFF

ENTIRE PURCHASE INCLUDING SALE ITEMS

PROMO CODE: **WELCOME614**

GET COUPON

FREE SHIPPING ON ORDERS OVER \$49

Welcome to Chewy

At Chewy, we're pet parents too, and we're here to help you care for your pets with exceptional service & smart advice, 24/7.

Proud of your pet? Tell us about them and you'll get personalized recommendations.

Set Up Pet Profile

Everything you need,
DELIVERED



All the Best
Food & Treats

Nutritional meals
& tasty tidbits.

Prescriptions,
Heath & Wellness

America's #1
Pet Pharmacy.



Pet Supplies

Top bowls,
brushes, litter
boxes & more

Only at Chewy

High-quality
& stylish
pet essentials.



Toys

Keep them active
& playing.

Save More
with Autoship

Easy, repeat
deliveries &
extra savings.



Help us make a difference for animals in need. You can donate products directly to Shelters & Rescues when you shop Wish List.

[Find a Rescue](#)

Call us 24/7 at 1-800-672-4399



CUSTOMER
SERVICE



FREE SHIPPING
ON ORDERS \$49+



HAPPY PETS
GUARANTEED



SIMPLE
RETURNS

DEALS DOG CAT FISH BIRD SMALL PET REPTILE HORSE



APP



PET PROFILE



PHARMACY



BLOG

FREE SHIPPING ON ORDERS OVER \$49

Chewy Pharmacy: America's #1 Pet Pharmacy

ENDING SOON!

SAVE 20%

on your first order at
America's #1 Pet Pharmacy*

Use Code: **RX20**

Shop Now

*Maximum 1 use.

Good Health Must-Haves

Flea & Tick



Shop Now

Heartworm



Shop Now

Skin & Coat



Shop Now

Pain Relief &
Arthritis



Shop Now

Complete Your
Pet's Health

50% Off

your first Autoship
order of select Health
& Wellness items*

Shop Now

*Maximum 1 use.



Hey , Welcome to IKEA!

[view in browser](#)

All products Special offers! Living room Bedroom Kitchen Children's IKEA Textiles

Welcome
to IKEA!

**IKEA®
FAMILY**

FREE TO JOIN!

The member benefits program that
gives you **MORE** of the things you
love about IKEA.

- **More** money-saving discounts.
- **More** in-store specials.
- **More** insider scoops & sneak previews.

[» JOIN NOW](#)

My account:

[» Log in](#)

My preferred store:

IKEA Stoughton, MA

My communications:

Email ☒ SMS ☐ Catalog ☐

20% COMPLETE

MY PROFILE IS:

[Complete profile](#)

[Join IKEA FAMILY](#)

Now!

IKEA FACTS
Founded in Sweden in 1943 by 17-year-old Ingvar
Kamprad, the company's name is an acronym
comprising the initials of Ingvar Kamprad, Elmtaryd
(the farm where he grew up) and Agunnaryd (his
hometown in Smaland, Sweden).

Are you ready to **get inspired?**



DESIGN BY IKEA BLOG

The bold & the
beautiful

Sharing the latest design tips &
inspiration from IKEA, the Life
Improvement Store

[Like](#)

[Share](#)

[Twitter](#)

[READ OUR BLOG](#)



SHARE SPACE

Built by you for
you

The IKEA Share Space is made
by everyday people who love
design. It's a place where you
can add your own home, or
admire rooms you like and get
inspired!

[Like](#)

[Share](#)

[Twitter](#)

[SHARE WITH US](#)

Interagindo com seus clientes - Parte 1

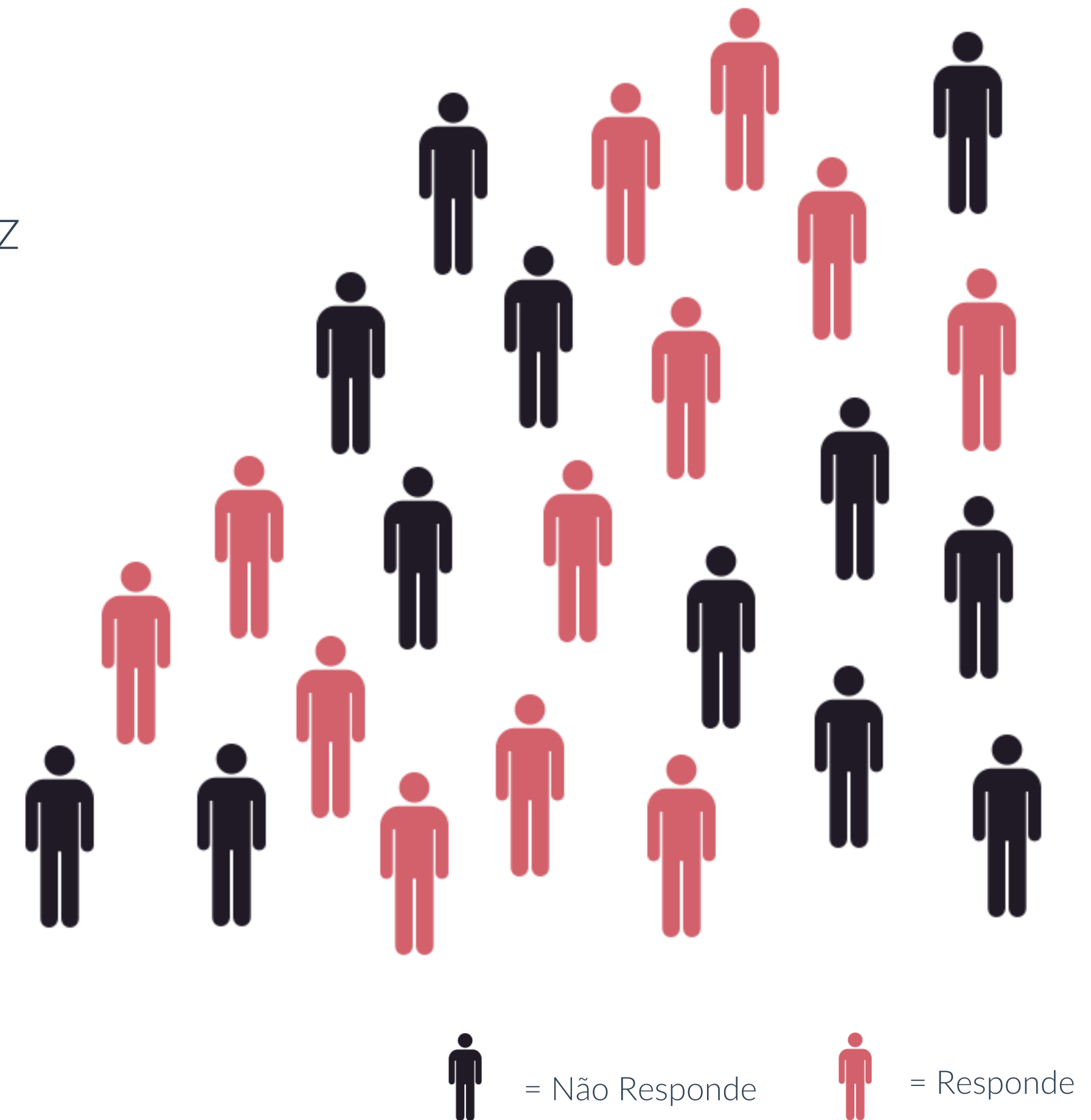
Rentabilizar: Modelos Preditivos e Propensão a Compra

Modelos Preditivos

Suponha que você queira prever, usando uma base de dados, quais são os clientes que **comprarão na sua loja no próximo mês (evento ou variável resposta)**.

O modelo preditivo é uma técnica estatística que auxilia na identificação destes clientes **antes** do próximo mês chegar, ou seja, faz uma previsão do comportamento futuro de um cliente.

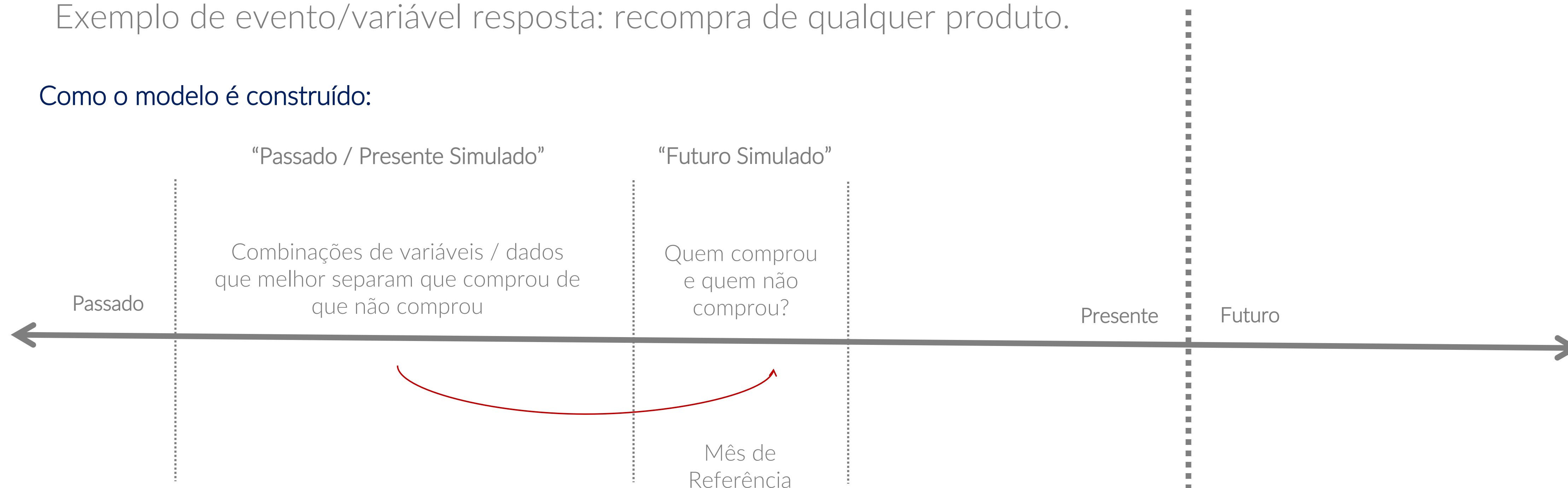
O “evento” ou seja, a ação que se deseja prever, pode ser compra, recompra, compra de uma determinada categoria, um upgrade, cancelamento, ou qualquer outra ação do cliente.



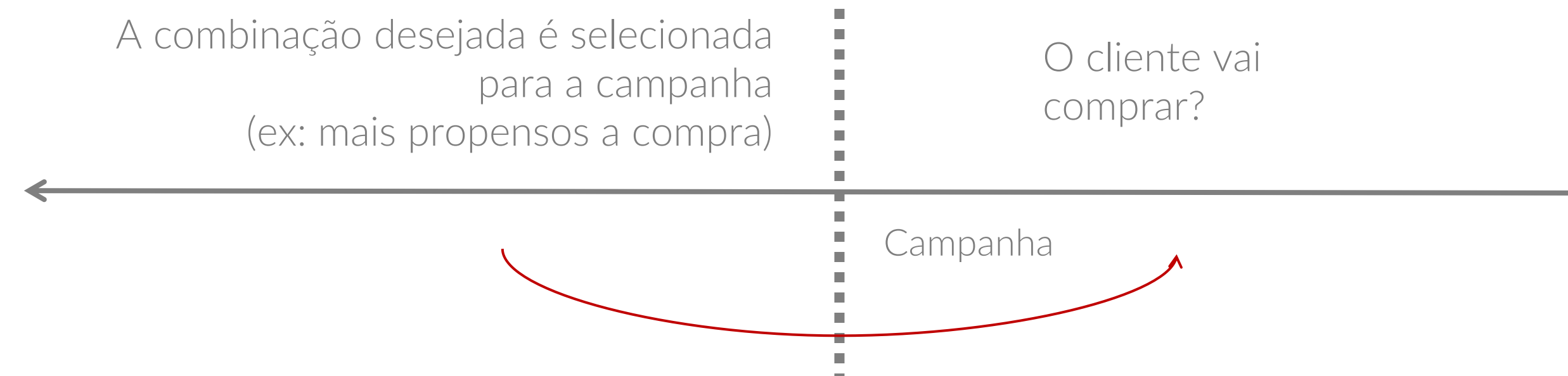
Modelo Preditivo

Exemplo de evento/variável resposta: recompra de qualquer produto.

Como o modelo é construído:



Como o modelo é utilizado:



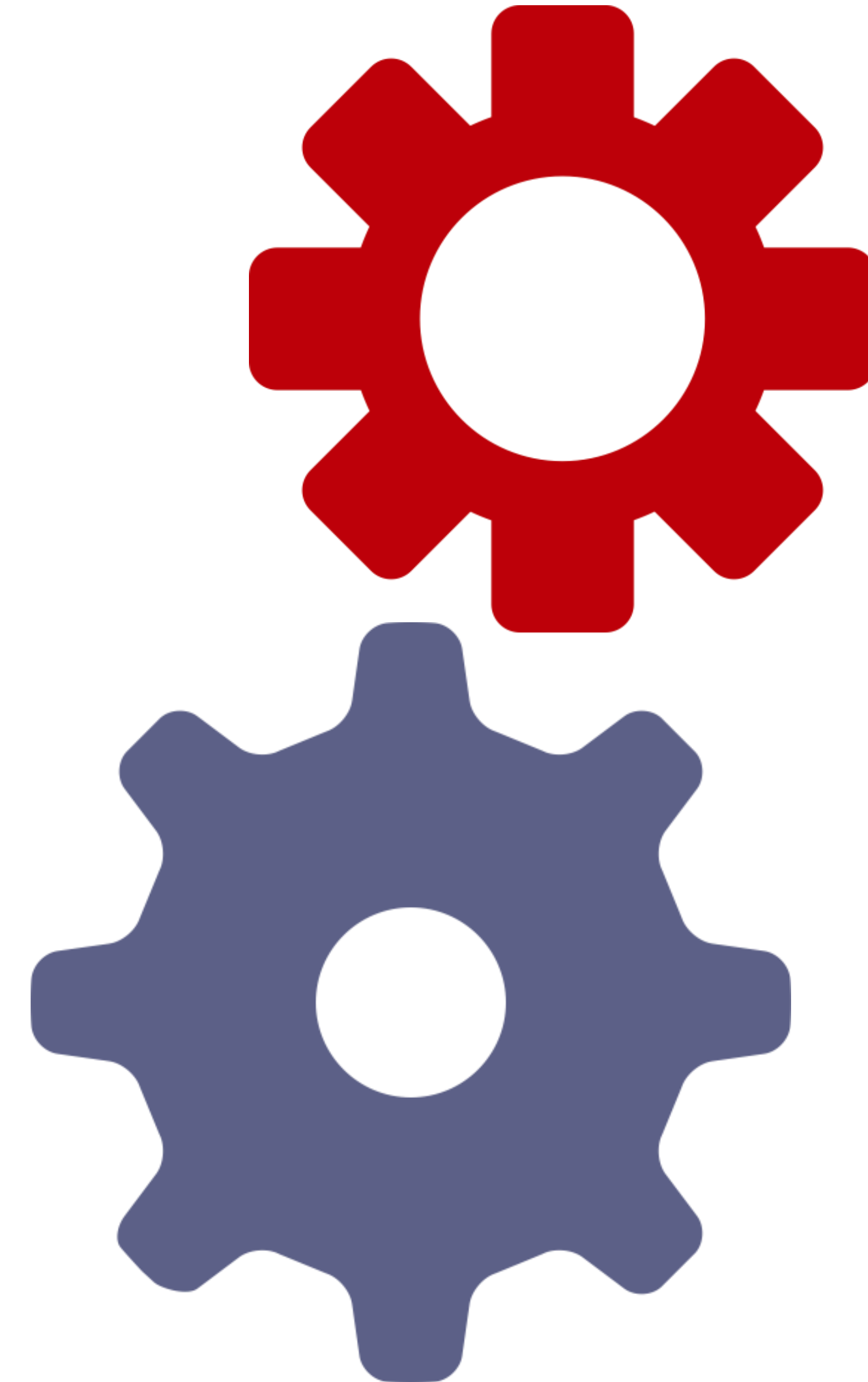
Modelos Preditivos

O algoritmo vai cruzar as variáveis e encontrar combinações padrões que **prevejam o evento** desejado.

Através da seleção das variáveis mais importantes, define a **probabilidade de cada cliente comprar** (um score para cada cliente, de 1 a 10, por exemplo)

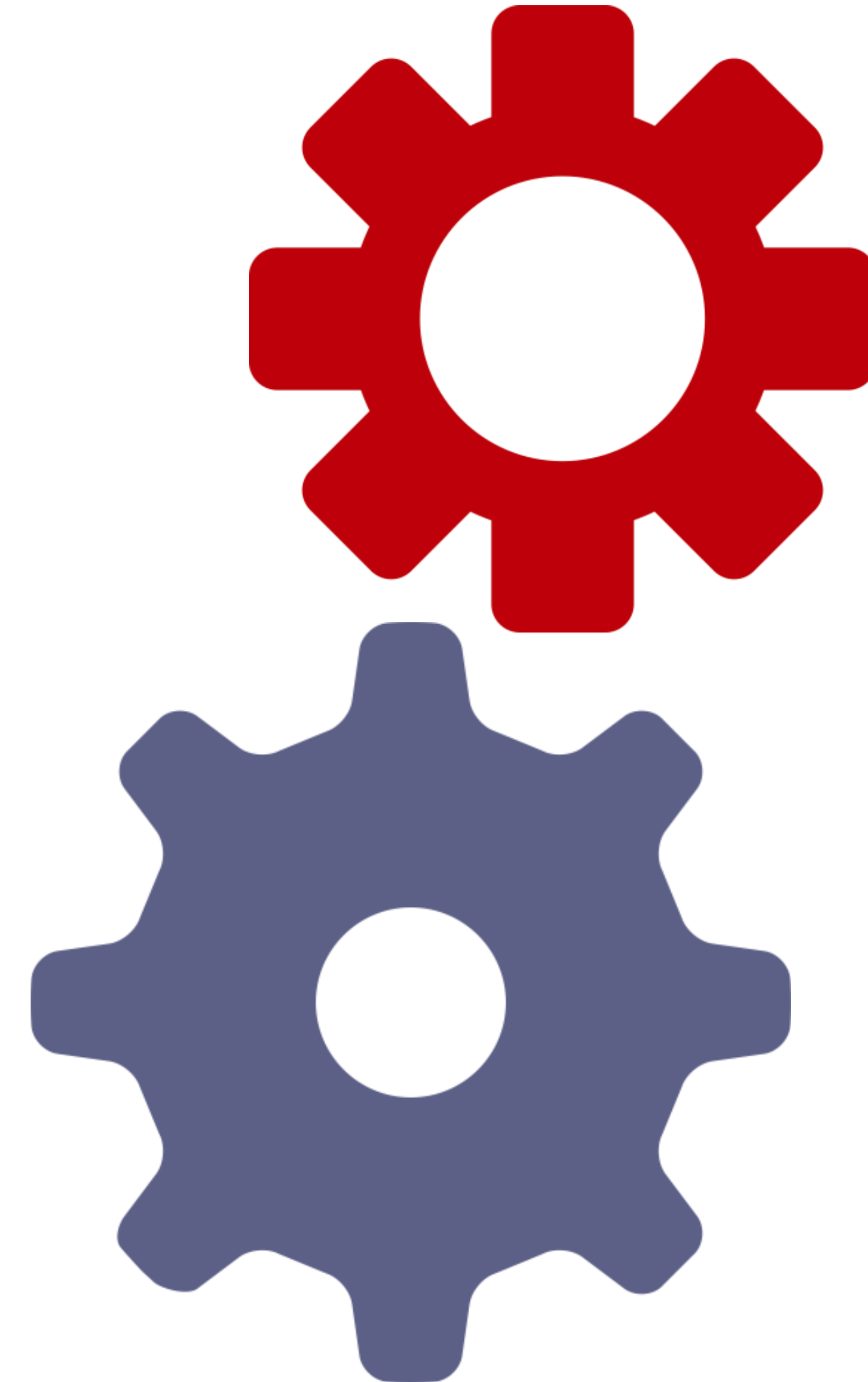
Algumas técnicas estatísticas usadas, de acordo com cada caso:

- Árvore de Decisão
- Regressão Logística
- Redes Neurais
- Redes Bayesianas
- SVM - *Support Vector Machine*
- Random Forests



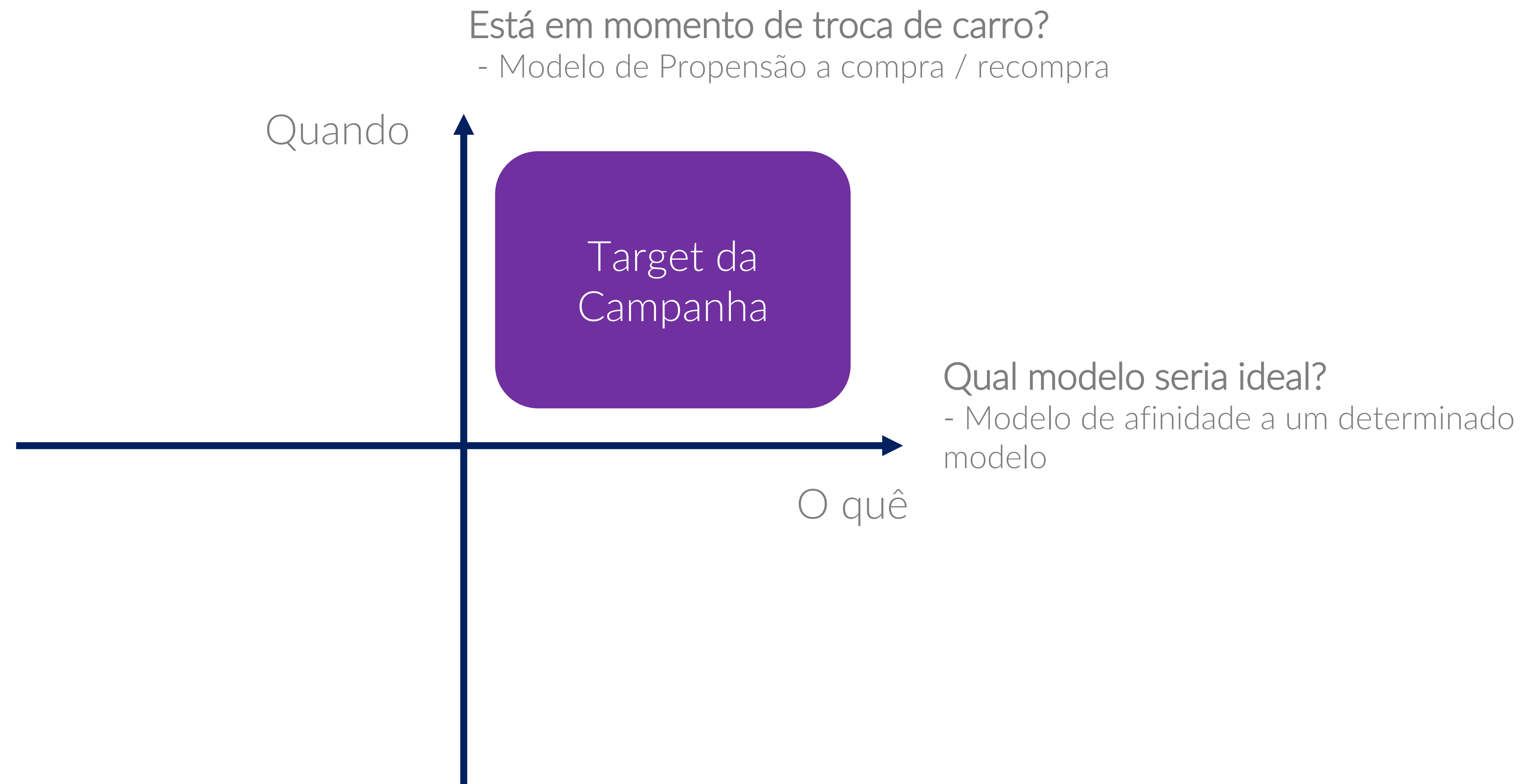
Resultados dos modelos

- Quais são as características (variáveis) que mais explicam o evento de interesse;
- Quais são os perfis dos mais propensos;
- Qual a probabilidade (propensão) de cada cliente responder, o que permite fazer uma priorização dos indivíduos por meio da propensão;

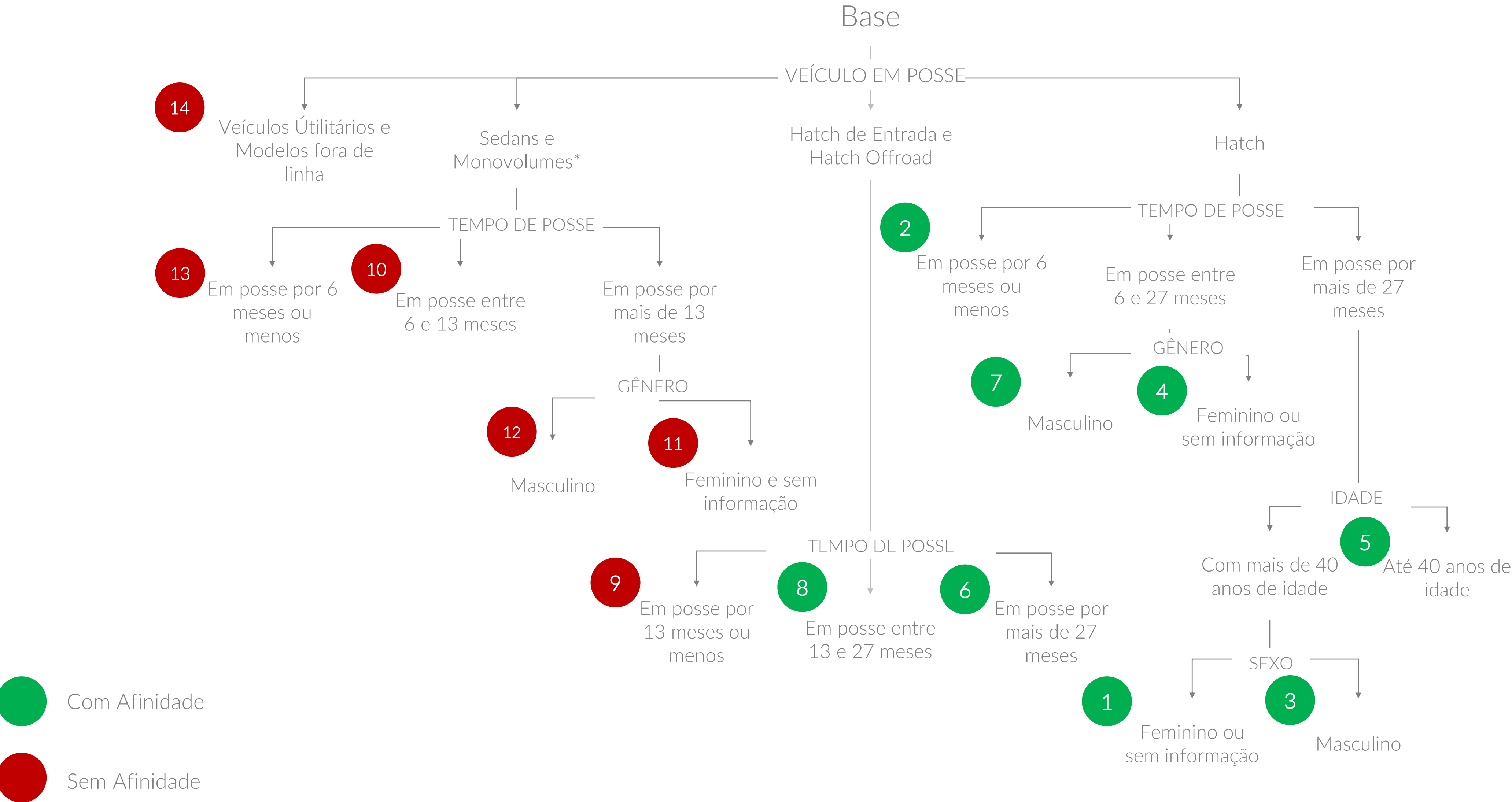


Case: Mercado Automobilístico

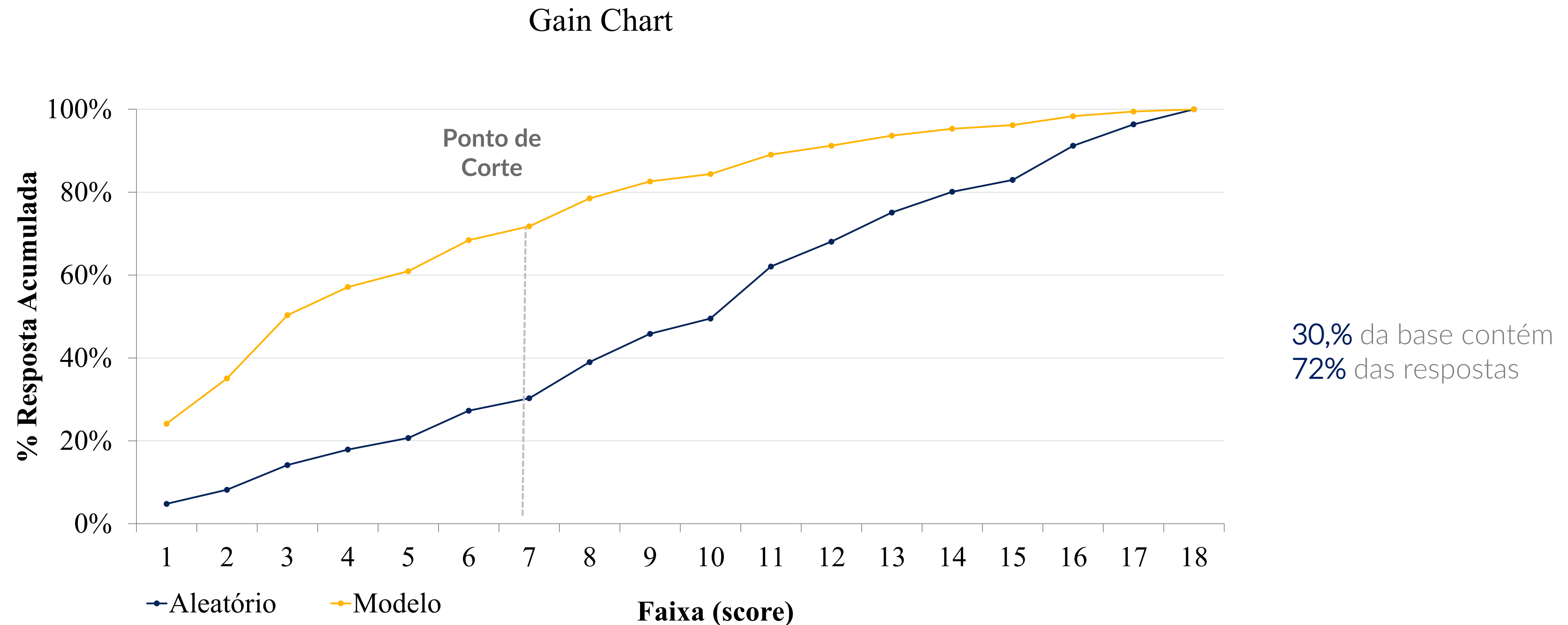
Como saber o momento de troca de veículo e qual veículo oferecer para o cliente?



Case: Árvore de Decisão – Afinidade a carro hatch

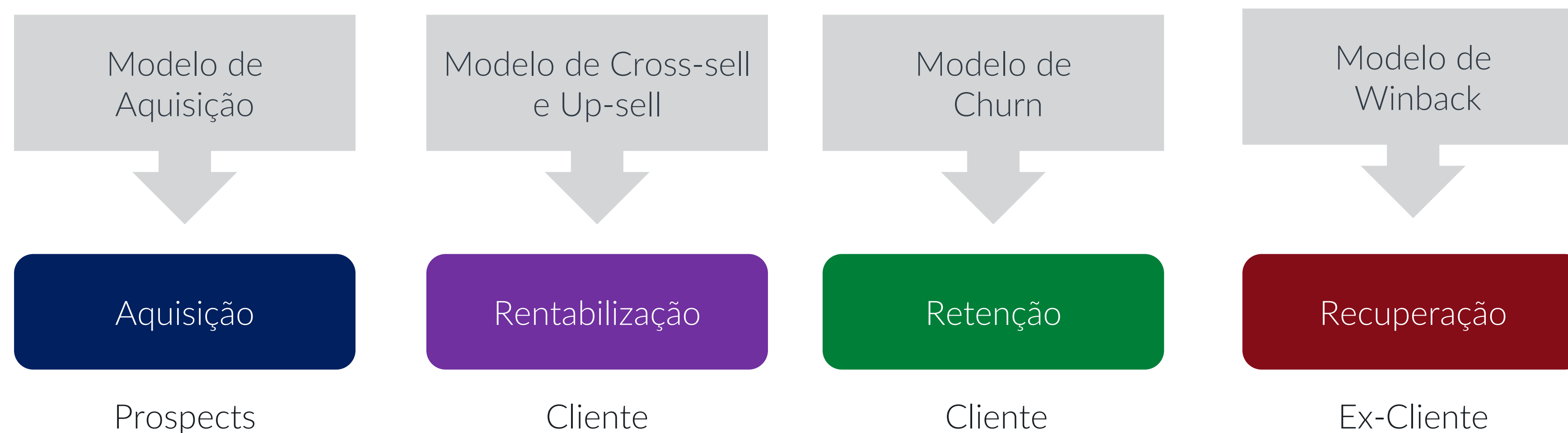


Modelo Preditivo: Gain Chart



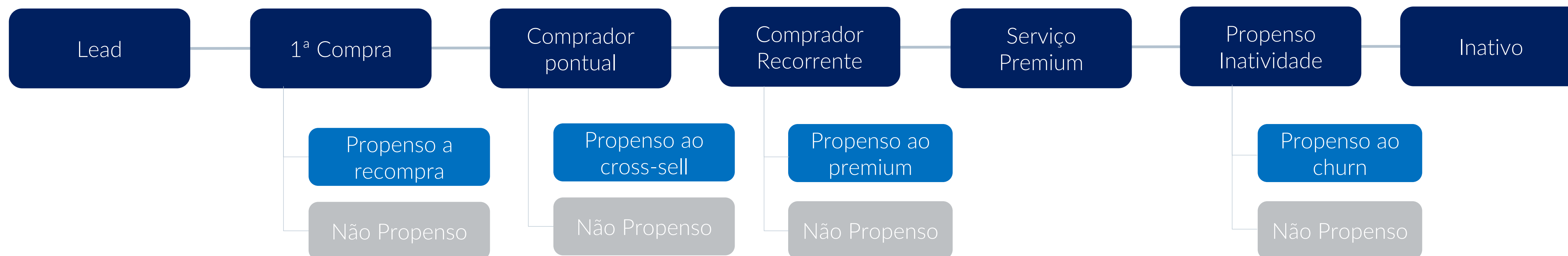
O modelo estatístico permite otimizar os investimentos de marketing: abordando-se menos pessoas, otimizando canais (mais baratos ou mais caros), adequando o % de desconto para cada cliente, entre outras estratégias.

Exemplos de Modelos Preditivos

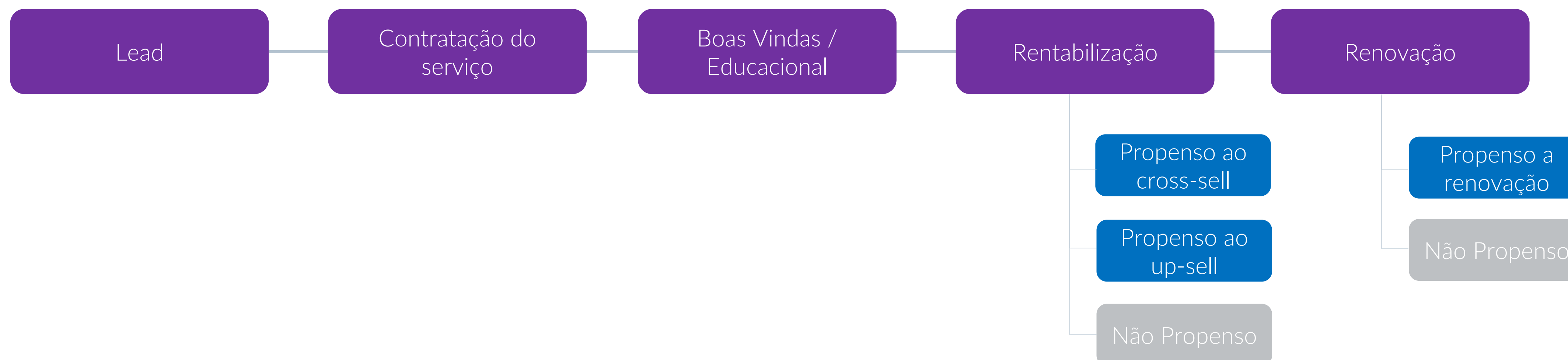


Ciclo de Vida do Cliente + Modelos Preditivos

Varejo



Seguro de Carro



Interagindo com seus clientes - Parte 1

Rentabilizar: Recorrência e Triggers Comportamentais

Campanhas de Compras Recorrentes / Reabastecimento

Campanhas com foco em lembrar o cliente de fazer uma recompra ou reabastecimento.

- Os clientes gostam, por considerarem ser parte de um serviço bem prestado pela empresa;
- As conversões podem ser até 4x maiores do que outros tipos de campanhas, sendo o melhor tipo de campanha em todo o ciclo de vida.

Alguns exemplos de categorias de produtos recorrentes:

- Alimentos
- Produtos de limpeza
- Higiene pessoal
- Ração e Medicamentos para pets
- Camisetas / Blusas
- Roupas de Cama / Banho
- Refil para o filtro de água



LEMBRETE:
É HORA DE COMPRAR
A RAÇÃO DO NOME_PET!

REPITA A ÚLTIMA COMPRA

Que tal aproveitar este momento para elevar a qualidade de vida do seu cão com uma alimentação melhor?

A Nutrilus Pro é uma ração da categoria Premium Especial e possui ingredientes balanceados para garantir todos os nutrientes que seu pet precisa, na medida certa.

CONHEÇA



Campanhas de Compras Recorrentes / Reabastecimento

O timing certo é crucial para campanhas recorrentes

1. Recomendação do Fabricante

O fabricante do produto indica a recorrência ideal e toda sua carteira vai ser impactada com lembretes de acordo com essa recomendação

2. Recorrência média da base

O histórico de compra dos clientes é analisado e os lembretes serão enviados de acordo com a média de recorrência da carteira.

3. Modelo Preditivo de Recorrência por cliente

Cada cliente tem uma necessidade e pode usar o produto de uma forma. Ter a recorrência personalizada, ou pelo menos bem clusterizada, trará os melhores resultados.



Campanhas de Compras Recorrentes / Reabastecimento

Exemplo: Roupa de Cama

1. Recomendação do fabricante

Duração de 18 meses



2. Recorrência média da base

Trocam a cada 12 meses



3. Modelo Preditivo de Recorrência por cliente

Cliente 1: Compra 2 jogos e troca a cada 8 meses

Cliente 2: Compra 2 jogos por vez e troca a cada 16 meses

Cliente 3: Compra 4 jogos e troca a cada 16 meses

Cada tipo de lençol tem uma durabilidade diferente e pode alterar a janela de recorrência após uma nova compra!



Campanhas de Compras Recorrentes / Reabastecimento

Exemplo: Ração



Cliente compra Ração para cachorros de médio e grande porte

Pacote: 10kg

Peso do Cão	Quantidade Diária		
	Atividade física baixa	Atividade física moderada	Atividade física alta
1-2kg	30-45g	30-55g	40-65g
3-4kg	65-80g	75-90g	90-110g
5-6kg	90-105g	110-125g	130-150g
7-8kg	120-130g	140-150g	165-185g
9-10kg	145-155g	165-180g	200-215g
11-15kg	165-210g	195-245g	230-295g
16-20kg	220-260g	255-305g	310-365g
21-25kg	270-310g	315-360g	375-430g
26-30kg	320-355g	370-410g	440-490g
31-40kg	365-440g	420-510g	505-610g
41-50kg	450-520g	520-600g	625-725g
51-60kg	530-595g	610-690g	735-830g

As quantidades são apenas uma sugestão e podem variar dependendo do cão, da atividade física e do ambiente. Consulte sempre o médico veterinário.

Cenário 1: Fabricante

Não temos a informação sobre qual tamanho e atividade física do cachorro. Recomendação seria feita usando um peso médio x atividade física média

Cenário 2: Fabricante + Dados do cachorro.

Temos a informação do peso do pet e da atividade física. Recomendação será mais assertiva.

Cenário 3: Dados do Cachorro + Comportamento do dono

O dono pode dar menos ou mais ração para o seu cachorro;
Pode não saber avaliar com precisão o nível de atividade;
A informação do peso pode estar desatualizada;
Pode preferir comprar 2 sabores diferentes ao mesmo tempo para variar a ração
E para ajustar isso, a recomendação deverá ser feita de forma personalizada, por cliente, através de um modelo preditivo.

Campanhas de Compras Recorrentes / Reabastecimento

Assinaturas e Compras agendadas: Petlove



LUÍSA,
não espere os produtos
do seu pet acabarem!

Programe para receber tudo que ele precisa,
na frequência que desejar,
e com desconto em todas as compras.



Assine já e ganhe 20% OFF + FRETE GRÁTIS
no primeiro pedido.

Use o cupom:



ASSINAR SEM CUSTO

*Você só pode usar o cupom uma vez. Válido até 31/05/2021, apenas para o primeiro pedido da Assinatura.



Produtos assinados



Ração Farmina Vet Life Natural Obesity & Diabetic para Cães
Adultos Obesos ou Diabéticos - 10,1 Kg

R\$386,90

R\$348,21

— 1 +

Receber a cada 3 meses

Benefícios exclusivos

CHAT COM VETERINÁRIO

Tire dúvidas com nossos médicos
veterinários

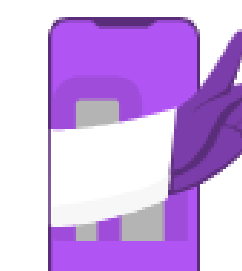
[Começar chat](#)



VIDEOAULAS

Quer aprender mais sobre
como cuidar do seu pet?

[Ver vídeos](#)



15% OFF em serviços

Hospedagem, pet sitter,
creche e veterinário

[Saiba mais](#)



Chat com especialista em Assinatura

Campanhas de Compras Recorrentes / Reabastecimento

Assinaturas e Compras agendadas: Shopper



shopper
compra programada

ENTRAR

ENTREGAS MENSAIS

Mais de 6.000 itens com praticidade e economia.



shopper
programada fresh

ENTRAR

ENTREGAS SEMANAIS OU QUINZENAIS

Itens perecíveis como frutas, legumes e verduras fresquinhas, itens congelados e refrigerados.

Tudo aquilo que você precisa comprar toda semana.

<
SETEMBRO 2021
>

DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SÁB
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	1	2
3	4	5	6	7	8	9

ⓘ LEGENDA
 31 Hoje
 Dias disponíveis

SETEMBRO

27
SET

4ª segunda-feira do mês

Pedido em aberto
 Clique para ver detalhes

💰 **PAGAMENTO EM 22/09**

O processamento desse pedido acontecerá dia 22/09 às 23h. depois disso você não pode mais alterá-lo.

Adiar entrega

Escolher outra data

OUTUBRO

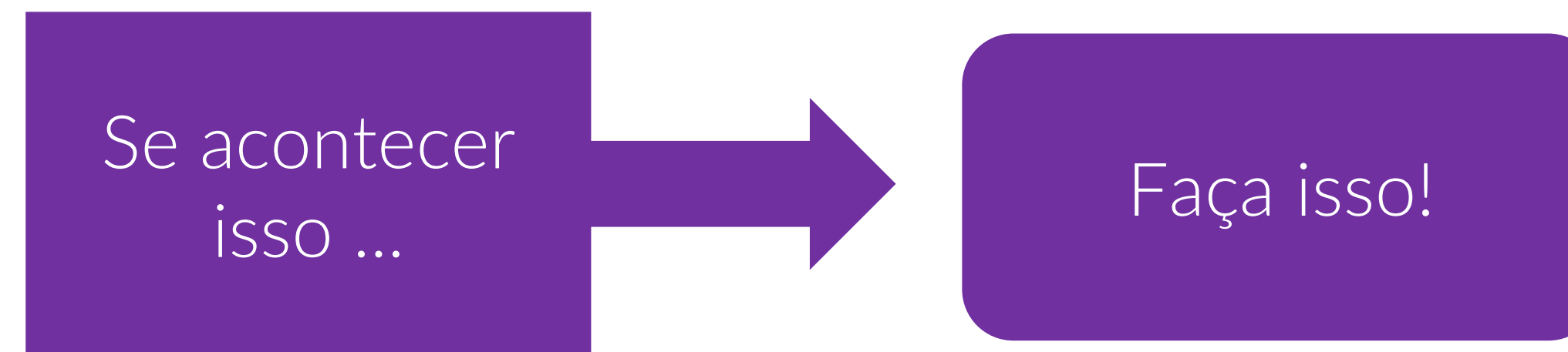
25
OUT

4ª segunda-feira do mês

Pedido pré-agendado
 Clique para ver detalhes

Triggers Comportamentais

Campanha “gatilho”, que é disparada de forma automática e em tempo real (pode haver alguma regra de tempo), após alguma ação / evento comportamental, feito por um usuário / cliente.



Exemplos:

- Carrinho Abandonado;
- Produtos visualizados; mas não comprados;
- Nova coleção de produtos visualizada;
- Produtos buscados no site, mas não comprados;
- Produtos adicionados e retirados do carrinho;
- Produto procurado voltou ao estoque;
- Adicionou produto na lista de favoritos;
- Geolocalização (entrou em uma determinada região / loja);
- Leu posts no blog / páginas de conteúdo

Triggers Comportamentais: Carrinho Abandonado

Por que as pessoas abandonam os carrinhos?

- Distrações
- Esqueceu
- Preço ou custo do frete
- Problemas com o site
- Processo de checkout complexo
- Políticas de troca
- Comparações com outros sites (preço + frete + tempo de entrega)

! Dicas

- Determine um tempo entre o abandono e o disparo do lembrete (ex: 24hr);
- Garanta que o produto não foi comprado nesse período;
- De mais foco em um produto, trazendo mais informações sobre ele;

petlove

Seus produtos estão te esperando :)

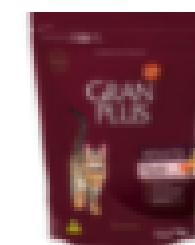
Olá, **Stefano!** Tudo bem?

Vimos que você deixou alguns produtos em seu carrinho da última vez que você veio visitar a gente!

Aproveite agora para fazer sua compra e não deixar faltar nenhum produto para o seu peludo 🐾

VER CARRINHO

Produtos



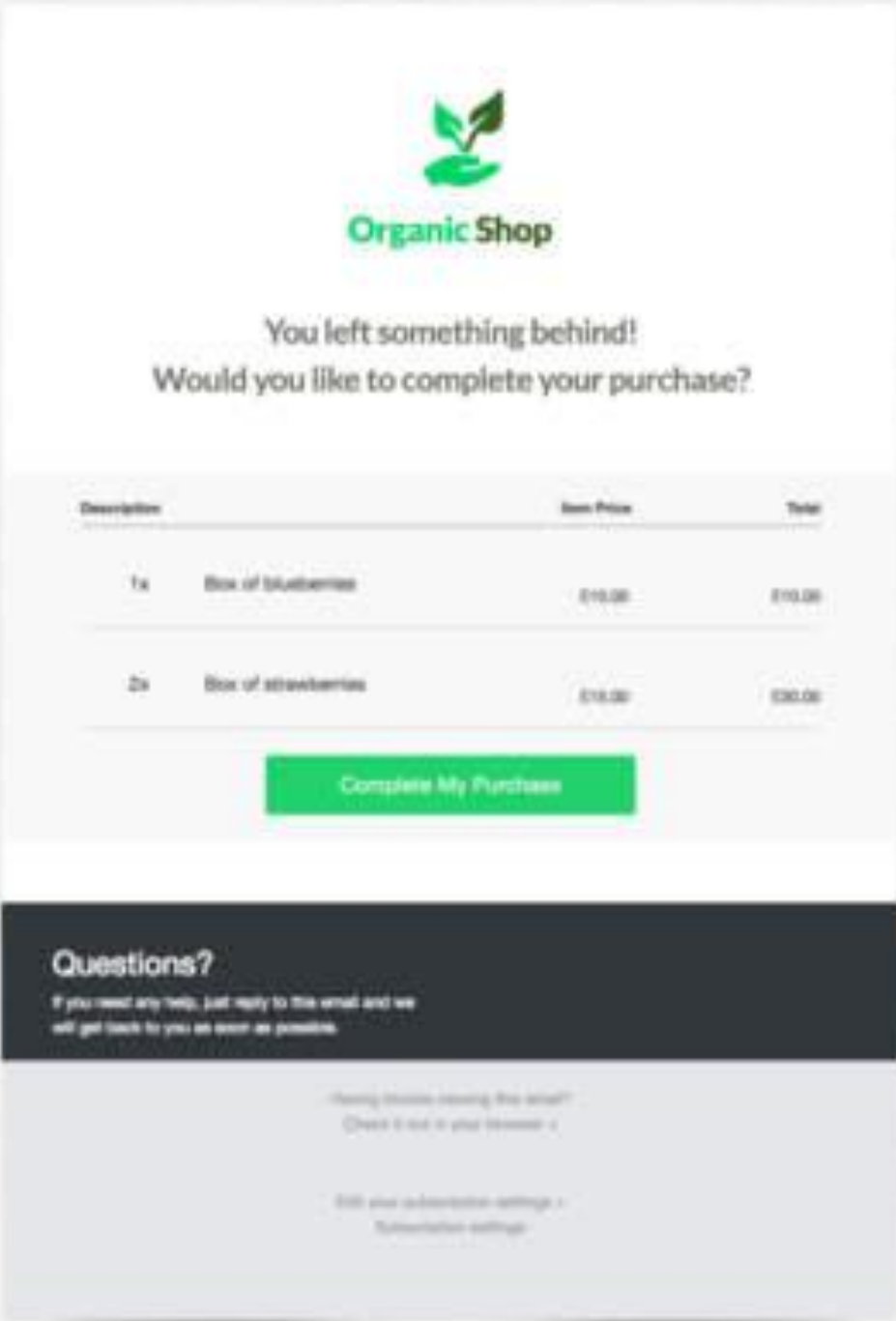
Ração Affinity PetCare GranPlus Salmão e Arroz para Gatos Adultos - 1 Kg

R\$24,9

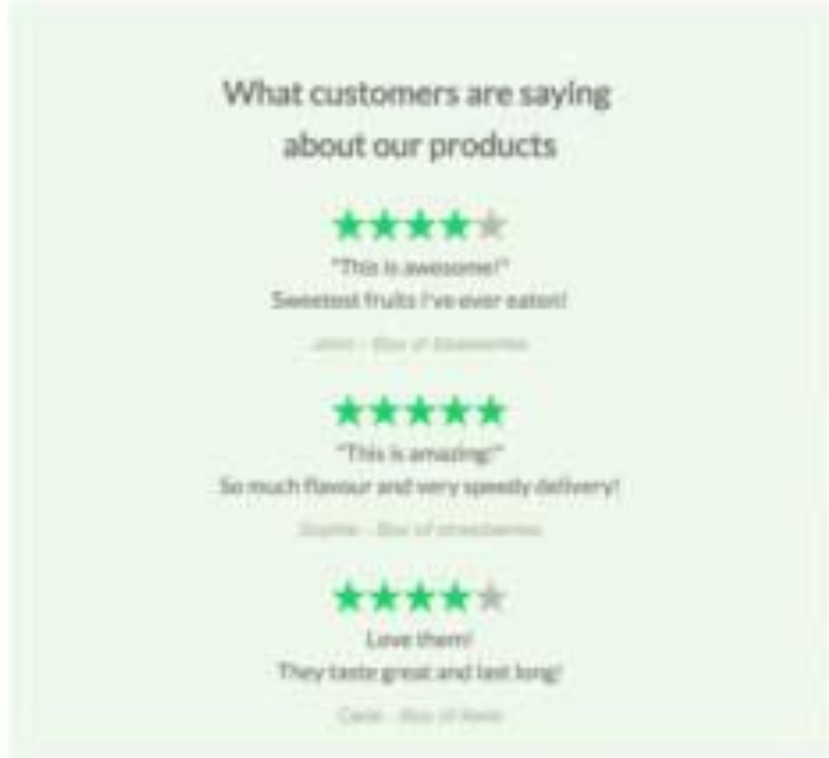
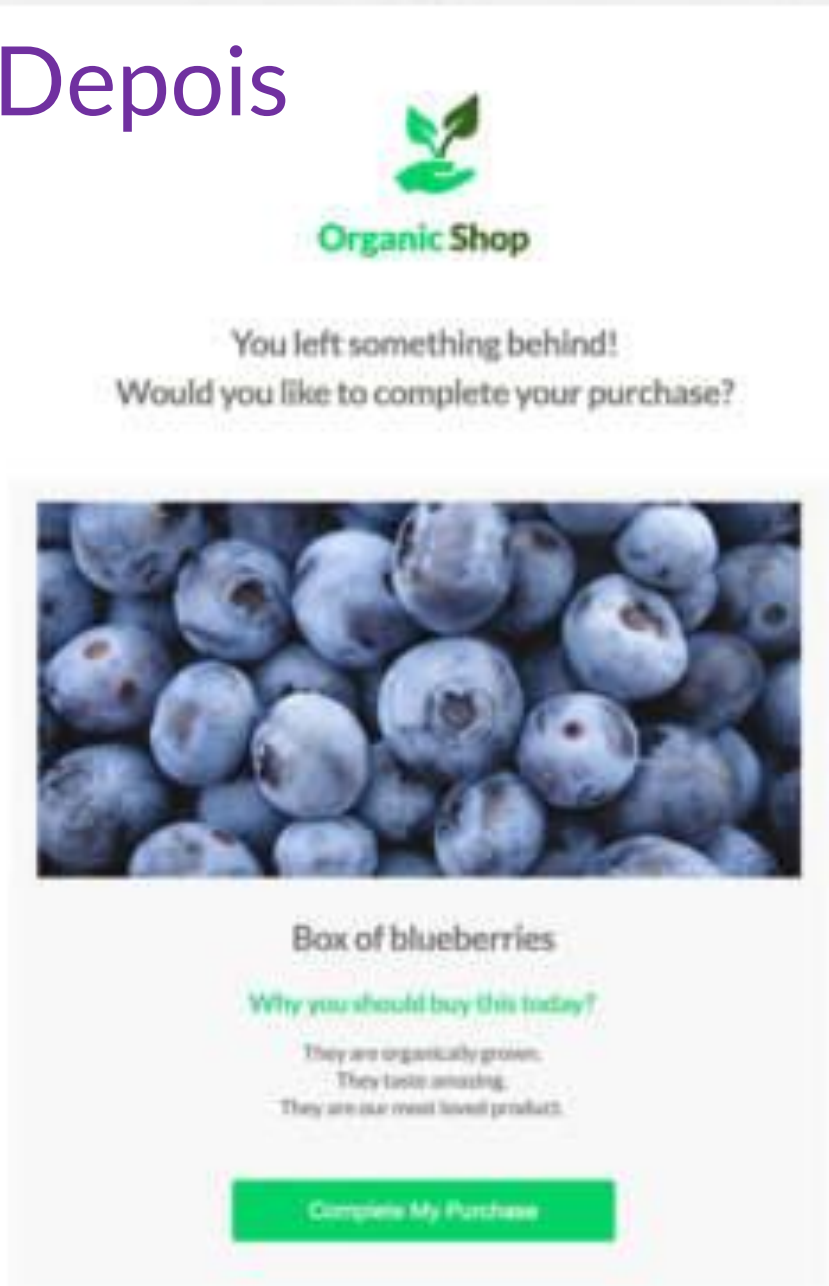
Quantidade: 1

Triggers Comportamentais: Carrinho Abandonado

Antes



Depois





GO-TO

BRO-TO

GRO-TO

DON'T FORGET ABOUT ME

Living in your cart is cold, lonely and there's a weird stain in the corner.

	1 x Free Sample	\$0.00
	1 x Reset Your Skin	\$194.00

Don't worry though.


You can get back to me **real quick**.

And if for some wild reason you don't like me, you can get a full **refund**.


Come soon. The stain is growing and it's starting to smell.

I'M COMING


Triggers Comportamentais: Carrinho



NEW INMAKEUPSKINCAREOUTLETEEDITED




**WE'VE SAVED
YOUR BAG**



EYN Nude 42 Colour Palette

SHOP IT NOW
(before someone else does!)

SEE YOUR SHOPPING BAG




FOUND GREAT STUFF?

**Finish your order before
your items sell out.**

Just for you: Get **10% off** your order with code **EDW05**.

CHECK OUT NOW




\$24.00


Living proof.® Perfect hair
Day™ (PhD) Dry
Shampoo

[Read the Reviews](#)

CHECK OUT NOW



MENWOMENKIDSCUSTOMISESTORE FINDER



IS YOUR WI-FI OKAY?

Maybe your browser crashed when looking at the iconic Gazelle silhouette. You don't want to miss out on this staple item in your collection. Think we're biased? Check out some reviews below. Didn't like any of the colours or designs? Feel free to customise your own model with miadidas and step out in style.

SHOP NOW

CUSTOMISE

WHAT'S THE WORD?



★★★★★

*Excellent, well made
and comfy. Can't go
wrong with Gazelles.*

supdoc


Triggers Comportamentais: Carrinho Abandonado

YOUR FREE SHIPPING IS ABOUT TO EXPIRE

RUDY'S


DON'T PUT THIS OFF LIKE A SOFTWARE UPDATE

Your cart is about to expire and so is your chance to enjoy free shipping. [Complete your purchase](#) before these go back on the shelf, and don't forget — use code **SMLSDVS** at checkout.



Clay Spray



Quantity: 3 — Total: \$72.00



The Travel 1-2-3 Bundle


Quantity: 1 — Total: \$12.00

CHECKOUT NOW


View in browser

Casper




COME BACK TO BED

Looks like you left something behind. Return to your cart to complete your Casper purchase.



Pillow (Standard)

RETURN TO CART



"True story: I actually called out of work the day after my first night's sleep because I was so comfortable and wanted to stay in bed all day."

JOE BISCAHA, MIAMI BEACH, FL

READ MORE REVIEWS

Triggers Comportamentais: Lista de Favoritos

Your Favorites are Waiting to Reconnect
If you believe this has been sent to you in error, please safely [unsubscribe](#)

Having trouble viewing this email? [Click here.](#)

SHOEMINT



MY SHOWROOM | INVITE FRIENDS | REWARDS

I NOTICED YOU
FAVORITED ME

GREAT NEWS! THE FEELINGS ARE MUTUAL
AND I THINK WE'D MAKE A GREAT FIT.

But don't wait. I won't be on the market for long.

RECONNECT WITH YOUR FAVORITES ►

You have been sent this email by [ShoeMint](#)
To ensure delivery to your inbox (not junk folders) add ShoeMint to your address book or safe sender list.

Mailing address: 1223 Wilshire Blvd., #C Santa Monica, CA 90403 UNITED STATES
To obtain a copy of our privacy policy please visit our [Privacy Policy](#) here.
Copyright © 2013 Beachmint, Inc. All rights reserved.

If you believe this has been sent to you in error, please safely [unsubscribe](#) or [update your profile](#) or call [888-483-8093](#).

Trouble viewing this message? [Click here.](#)



Hello Jeff Vader

The following items on your wishlist are on sale:



Mortal Kombat Complete Edition

Visit the [Steam Store](#) for more details.

You're receiving this mail because the game(s) above are on your [Steam Wishlist](#)
If you prefer not to receive wishlist notification mails in the future, you can [modify your email preferences](#) or [unsubscribe](#)



© Valve Corporation. PO Box 1688 Bellevue, WA 98009.
All rights reserved. All trademarks are property of their respective owners in the US and other countries.

Trouble viewing this message? [Click here.](#)

invaluable



Follow Your Heart

Place a bid to make this saved item yours.



BAMBOO CARVED LUO HAN HANDLE PIECE

\$100.00

Bid Now

Recommended for you



BAMBOO CARVED WATER POT



BAMBOO CARVED DECORATION



WHITE JADE CARVED HANDLE PIECE

Looking for something else?

Add alerts for your favorite items

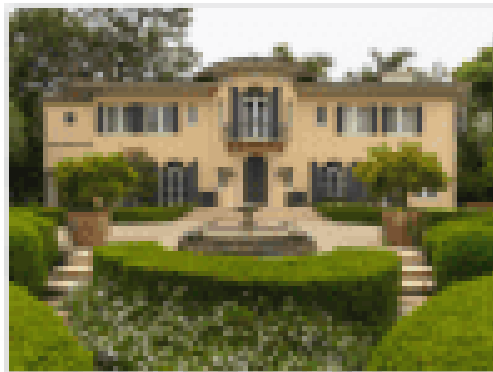
Add Alerts

! Dica: A trigger ganha mais impacto se o produto estiver com desconto ou com baixo estoque!

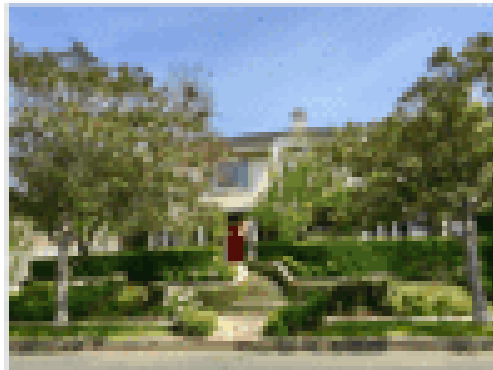
Triggers Comportamentais: Sistema de busca e visualização de páginas de produto

Vrbo

We saved your search so you don't miss out on your dream vacation.



[View Details >](#)



[View Details >](#)



[View Details >](#)

**Looking for something different?
Continue your search.**

Where to?

Search

NEED THIS ITEM?

We noticed you perused sunglasses quite a lot. What got you interested?
Want to return to it?



Sunglasses
\$69

Here are some more interesting options for you:



Sunglasses
\$50



Sunglasses
\$125



Sunglasses
\$75

! Dicas

- Escolha categorias específicas e rentáveis;
- Determine uma quantidade de vezes que um usuário pesquisou / visualizou sobre o mesmo assunto;
- Considere o tempo que o usuário ficou nas páginas ou navegando no catálogo de produtos
- Envie para determinados clusters de clientes (com maior potencial de crescimento, maior CLV, etc
- Se o produto estiver com baixo estoque ou em oferta.
- Se o produto visto / procurado não estava em estoque, mais voltou.

Interagindo com seus clientes - Parte 1

Tarefa

Tarefa

Instruções:

Leia novamente o case da Petlove, anexo a este material, e desenhe um slide com as etapas do ciclo de vida que você imagina para a empresa.

Considere:

- A empresa capta leads na aquisição?
- Quais os critérios que você definiria para classificar o cliente para que ele entre para a etapa de “onboarding”?
- Como a etapa de “Rentabilização” poderia ser quebrada? Como um cliente sairia da fase de “onboarding” e entraria na fase de “Rentabilização”?
- Como você consideraria o cliente como inativo? Quais seriam as regras?
- Em quais etapas você consideraria ter um modelo preditivo?

Monte o desenho do ciclo de vida em um slide, explicando as regras de cada etapa e suba o arquivo em PDF na plataforma da EBAC.