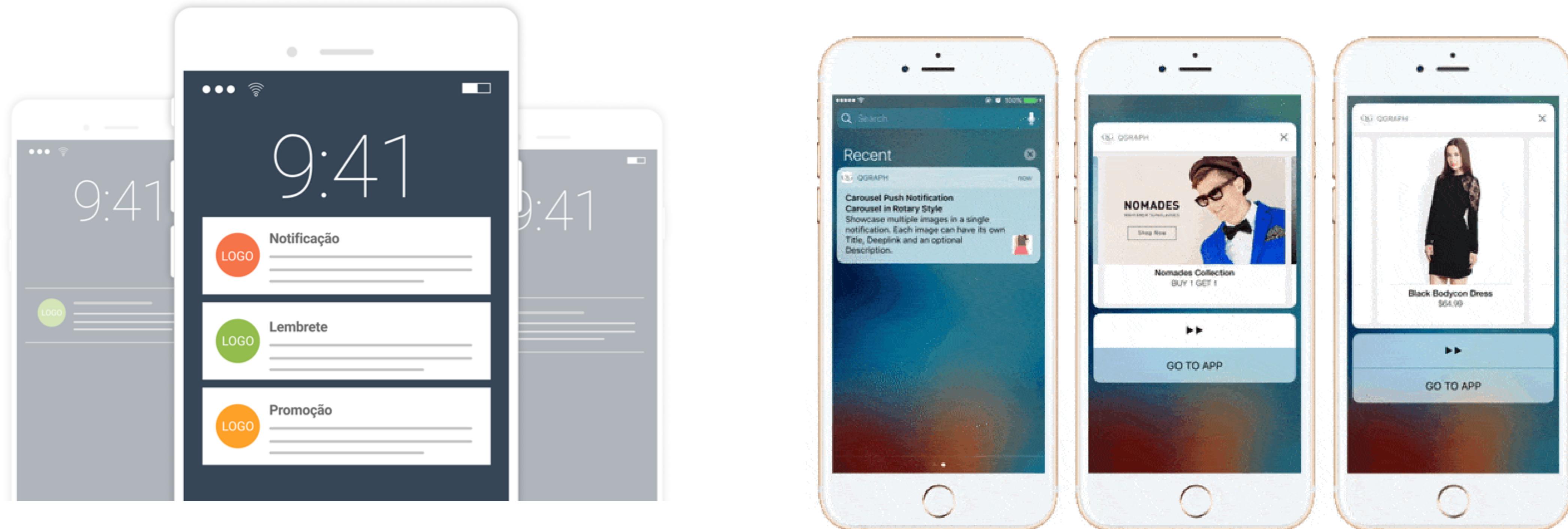


Canais e Campanhas – Parte 2

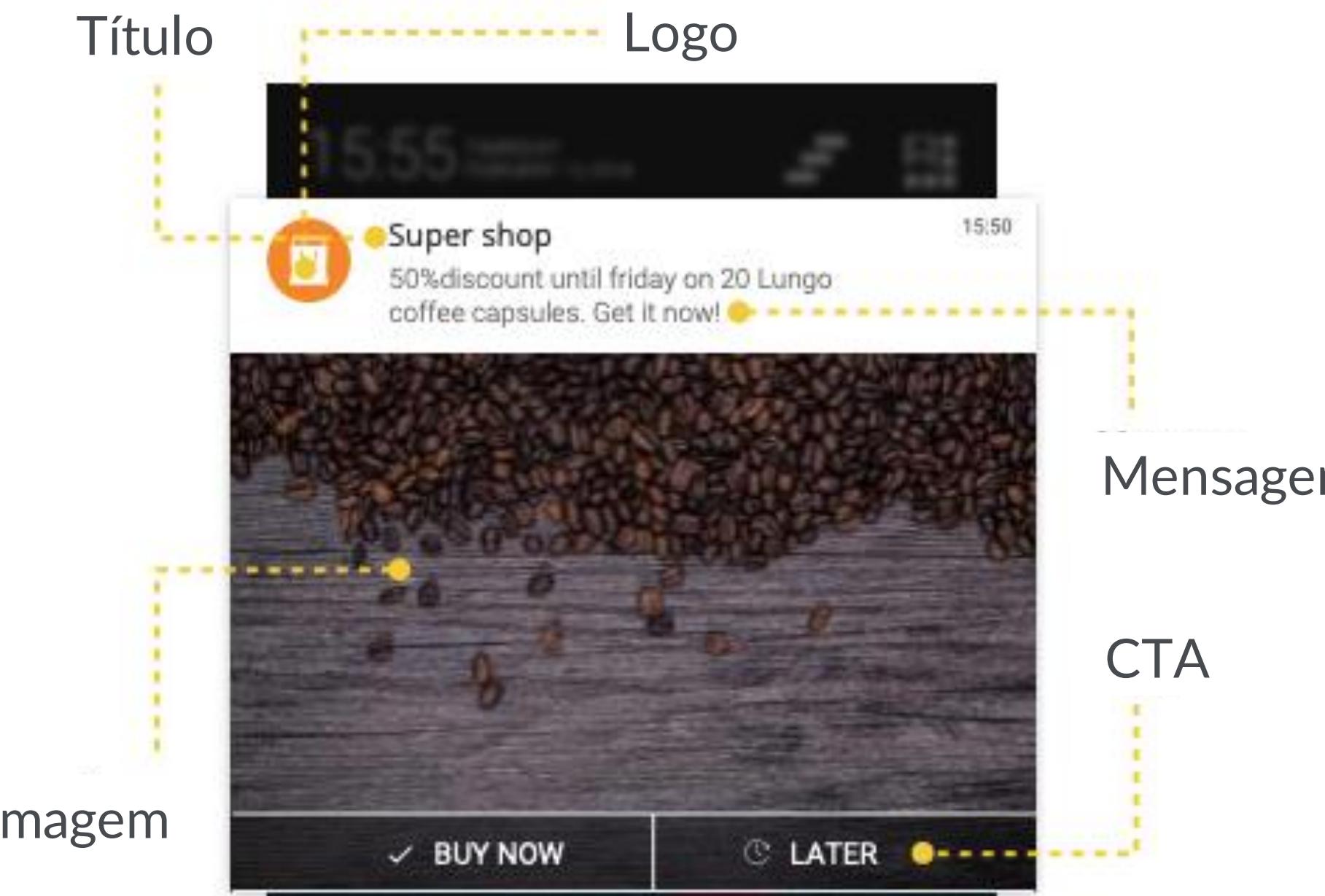
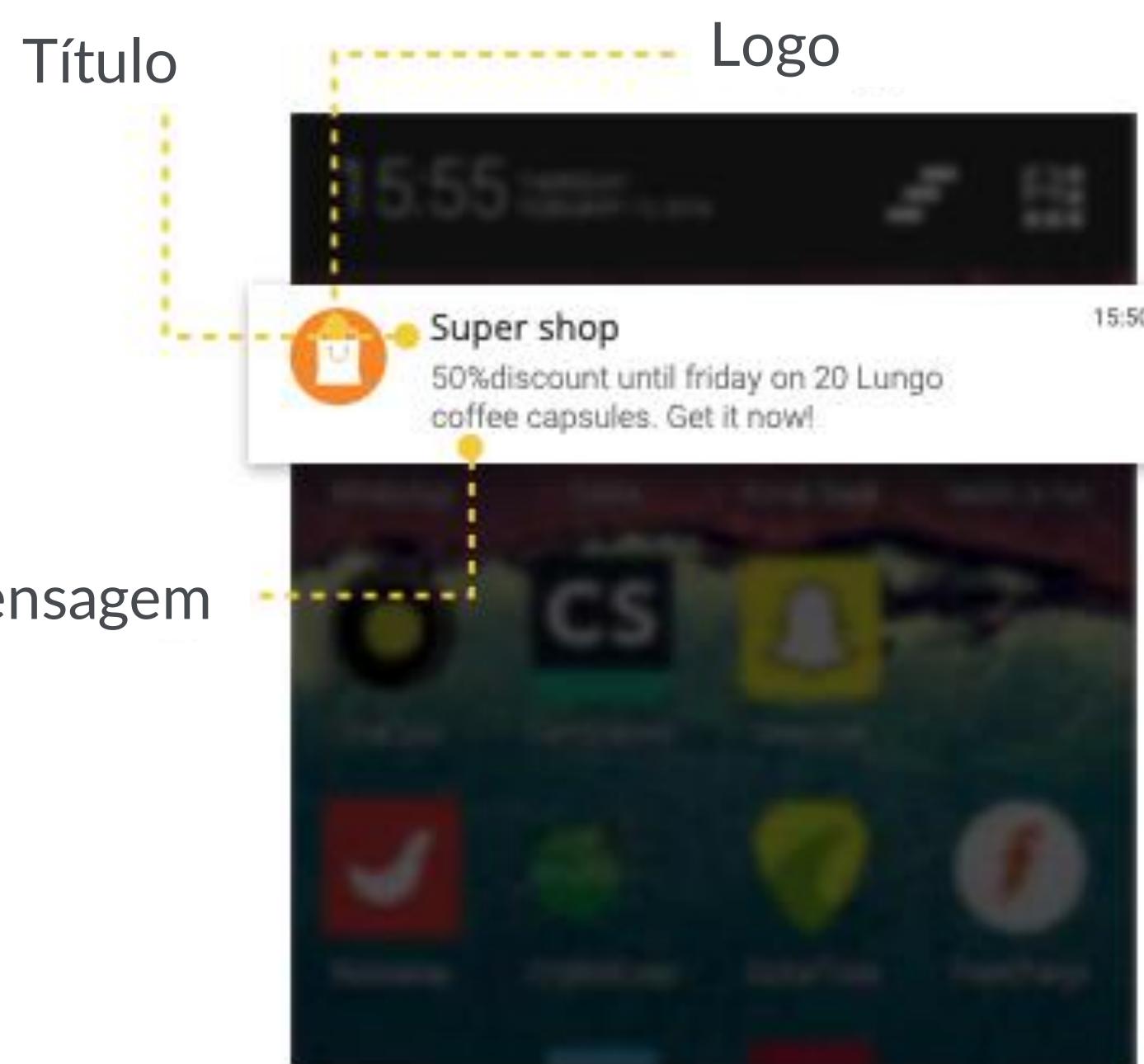
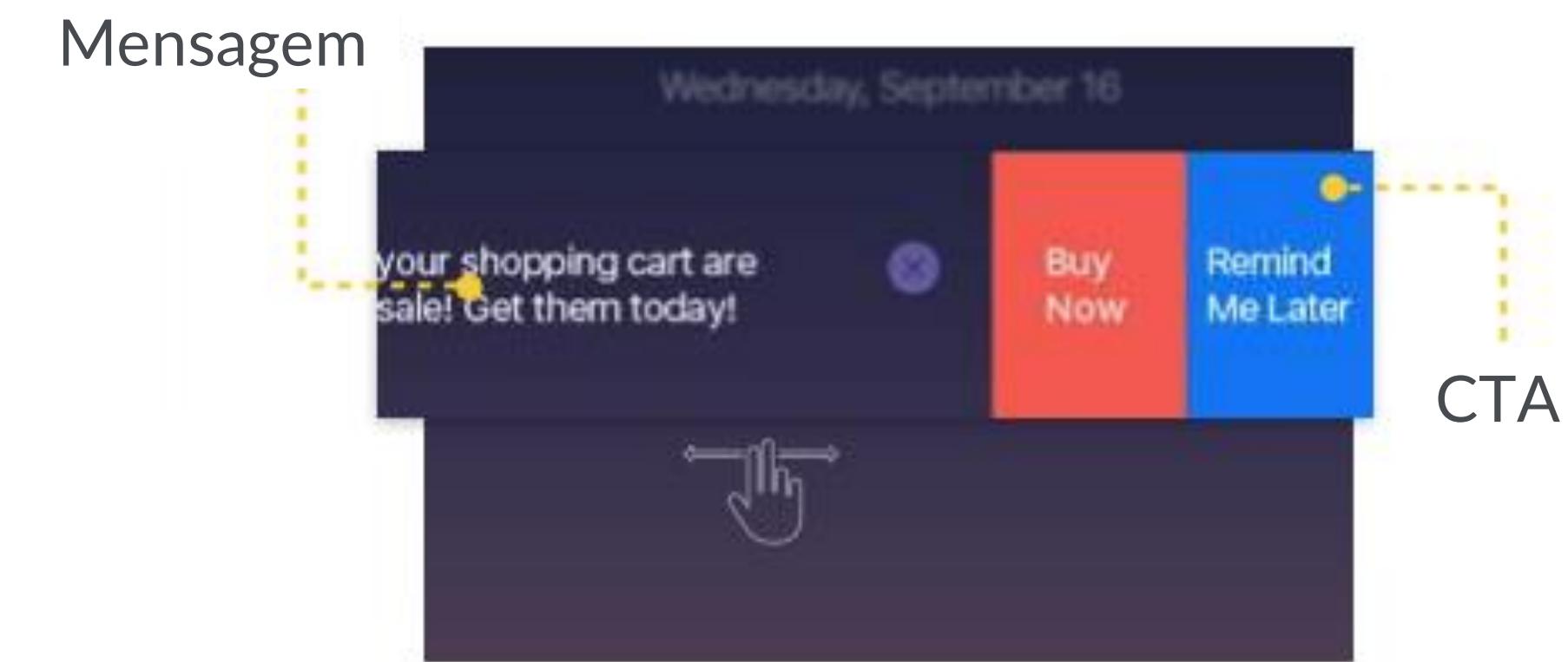
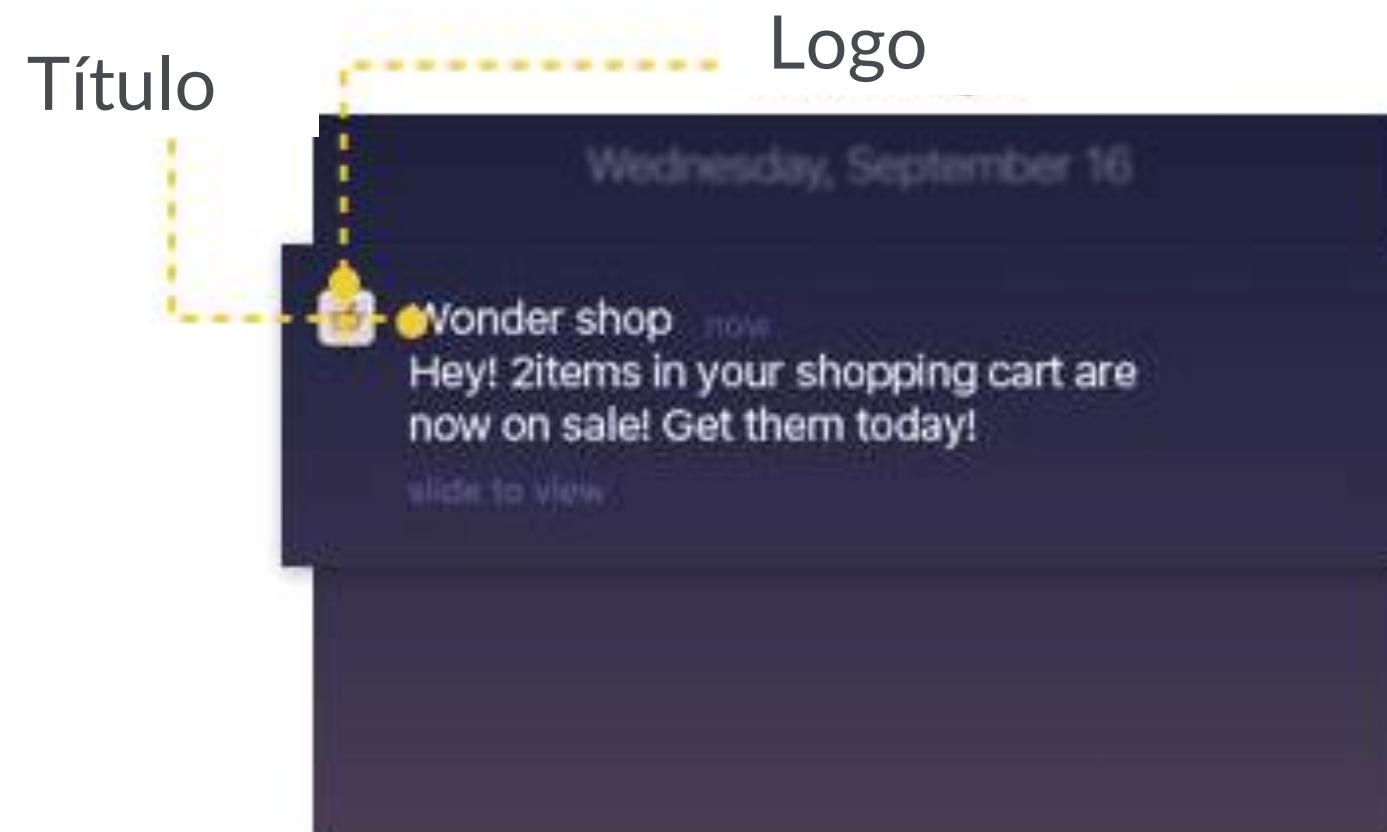
# Push, SMS e WhatsApp

# App Push / Push Notification

Mensagens que você recebe no seu celular, enviadas por um aplicativo que você possui. É uma funcionalidade dos sistemas operacionais iOS (Apple) e Android.



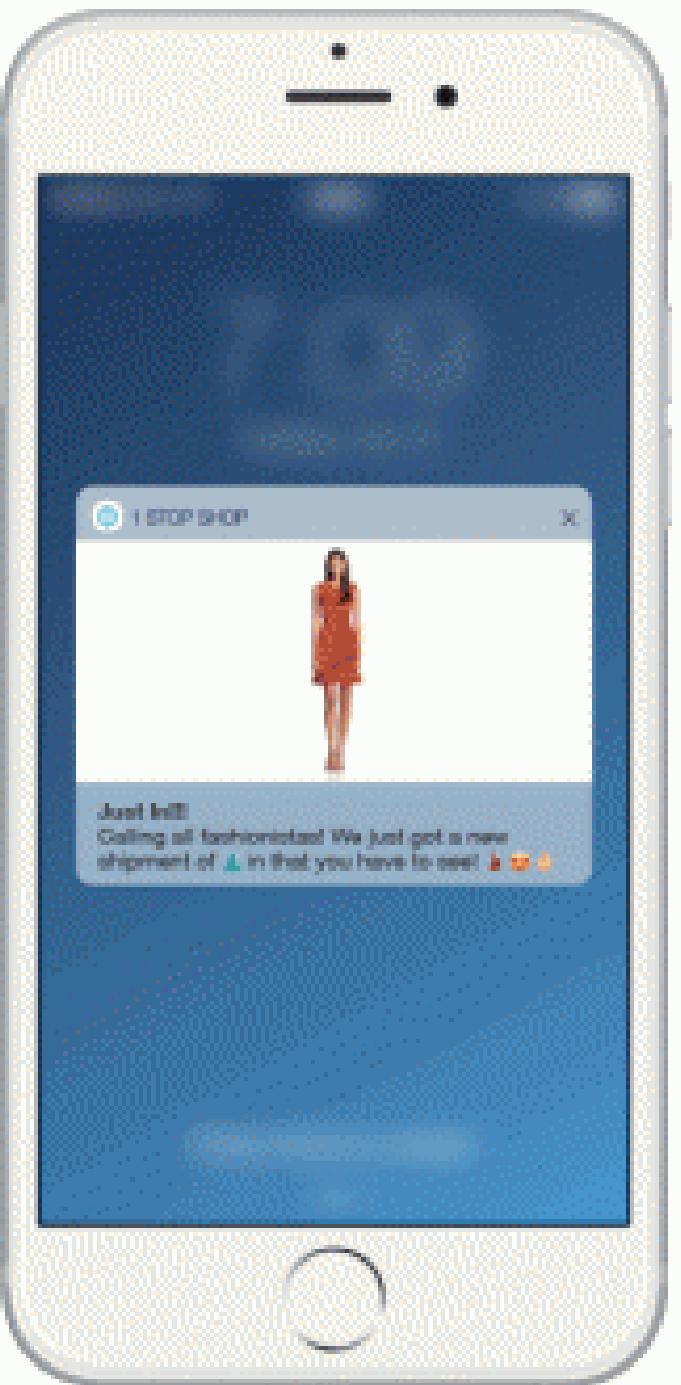
# App Push: Diferentes Formatos



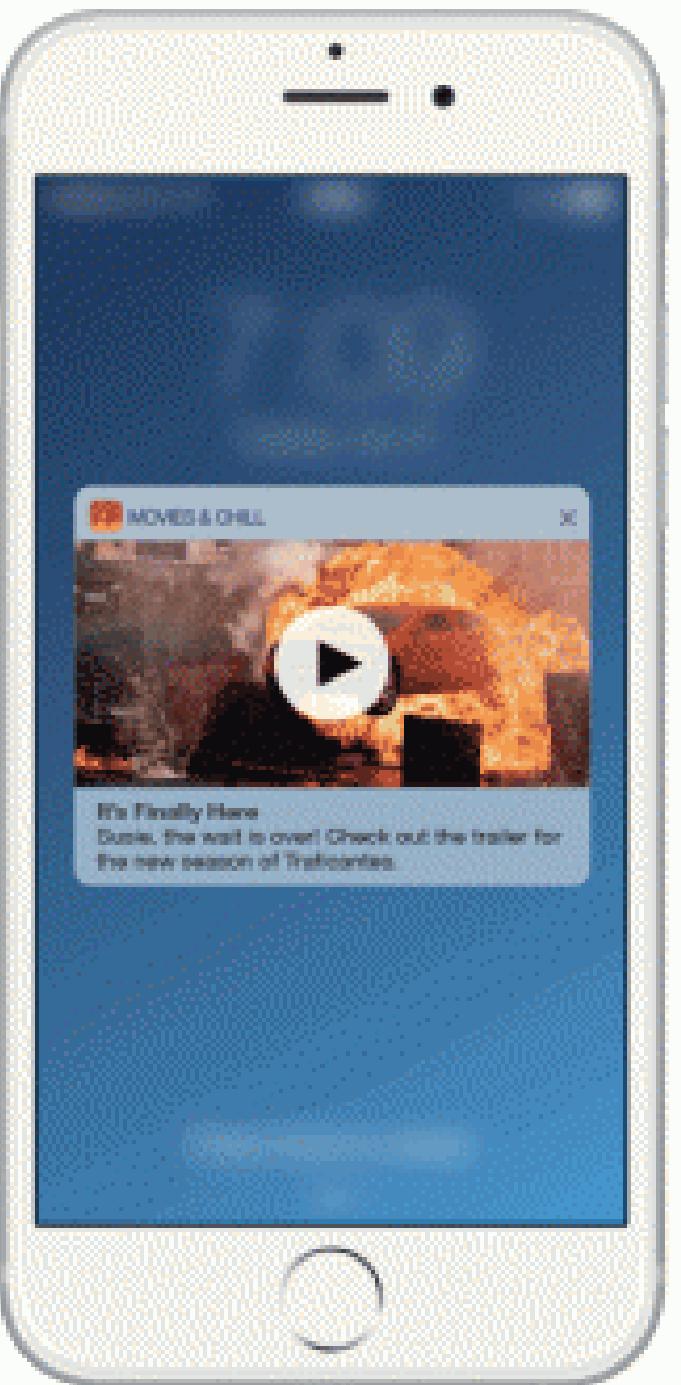
# App Push: Diferentes Formatos



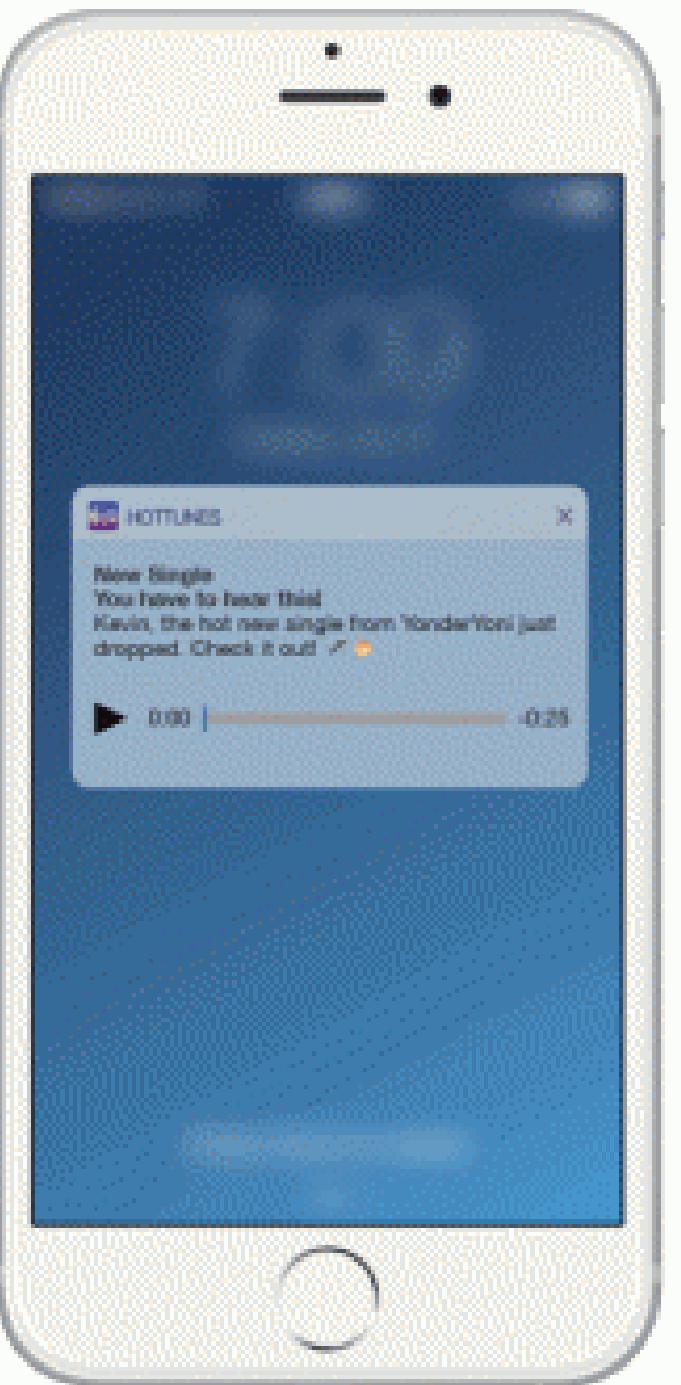
FOTO



GIF



VIDEO



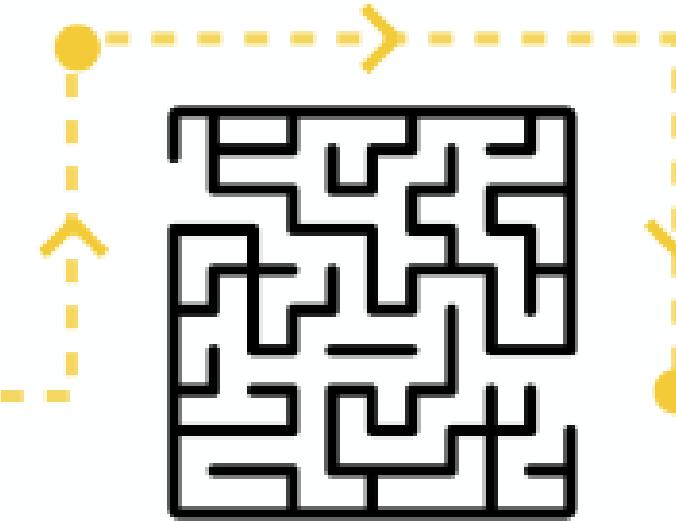
ÁUDIO

# App Push

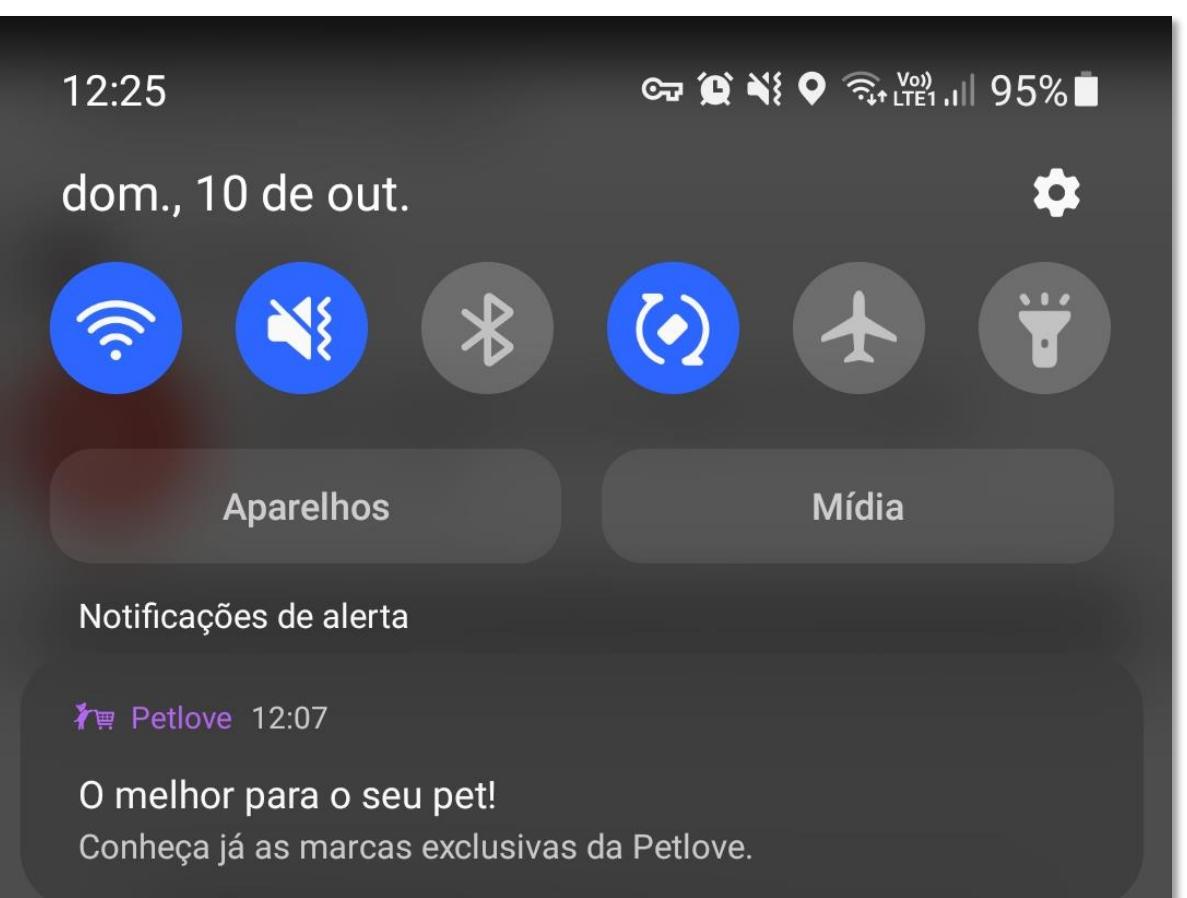
É um canal bem mais efetivo que o email, uma vez que não existe “spam” e todo o conceito de entregabilidade.



Dono do app



Complexidade da  
Entregabilidade



Mensagem foi entregue

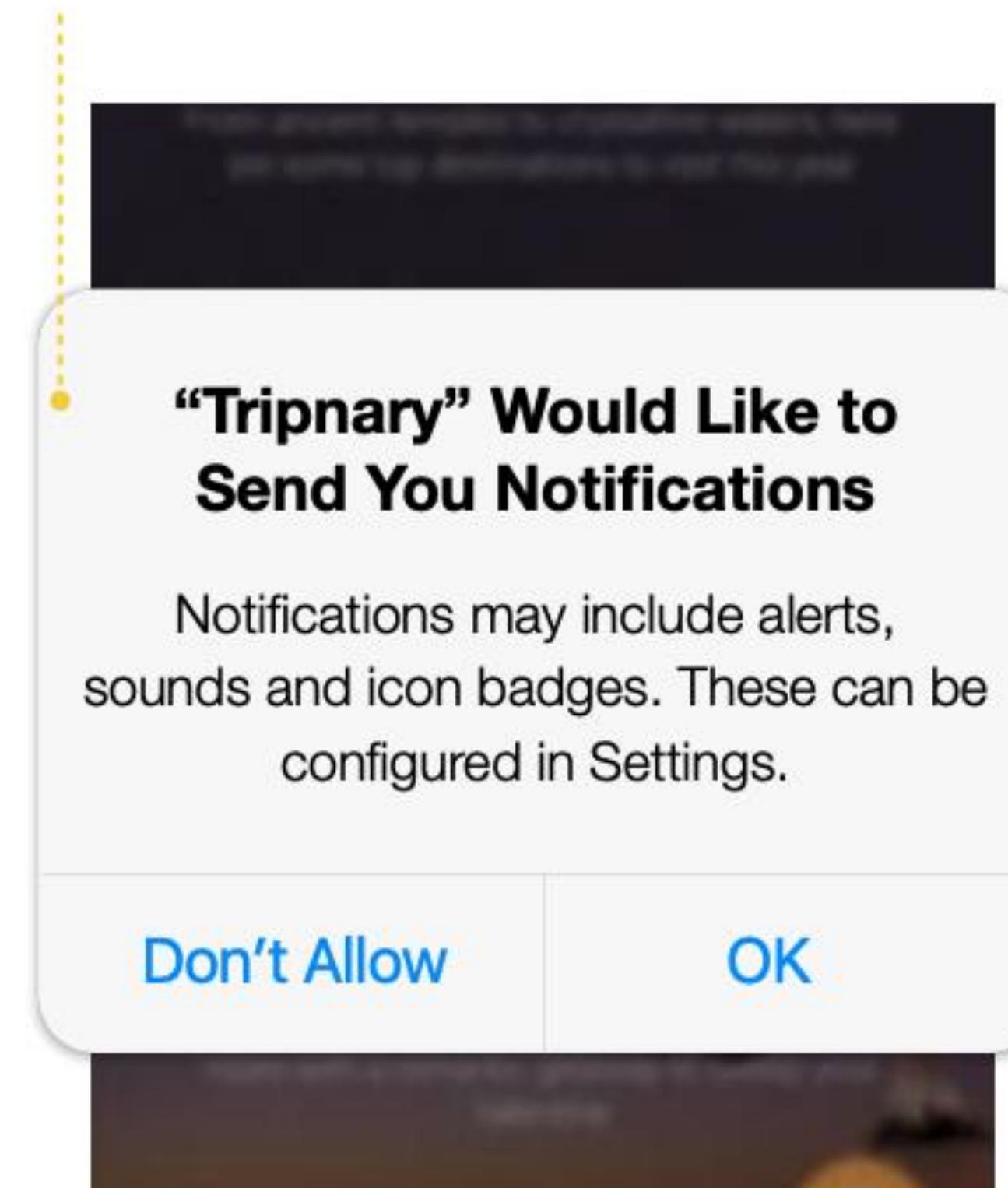
# App Push

É necessário ficar atendo ao tamanho da mensagem. Normalmente, o tamanho máximo é de 4KB\*.



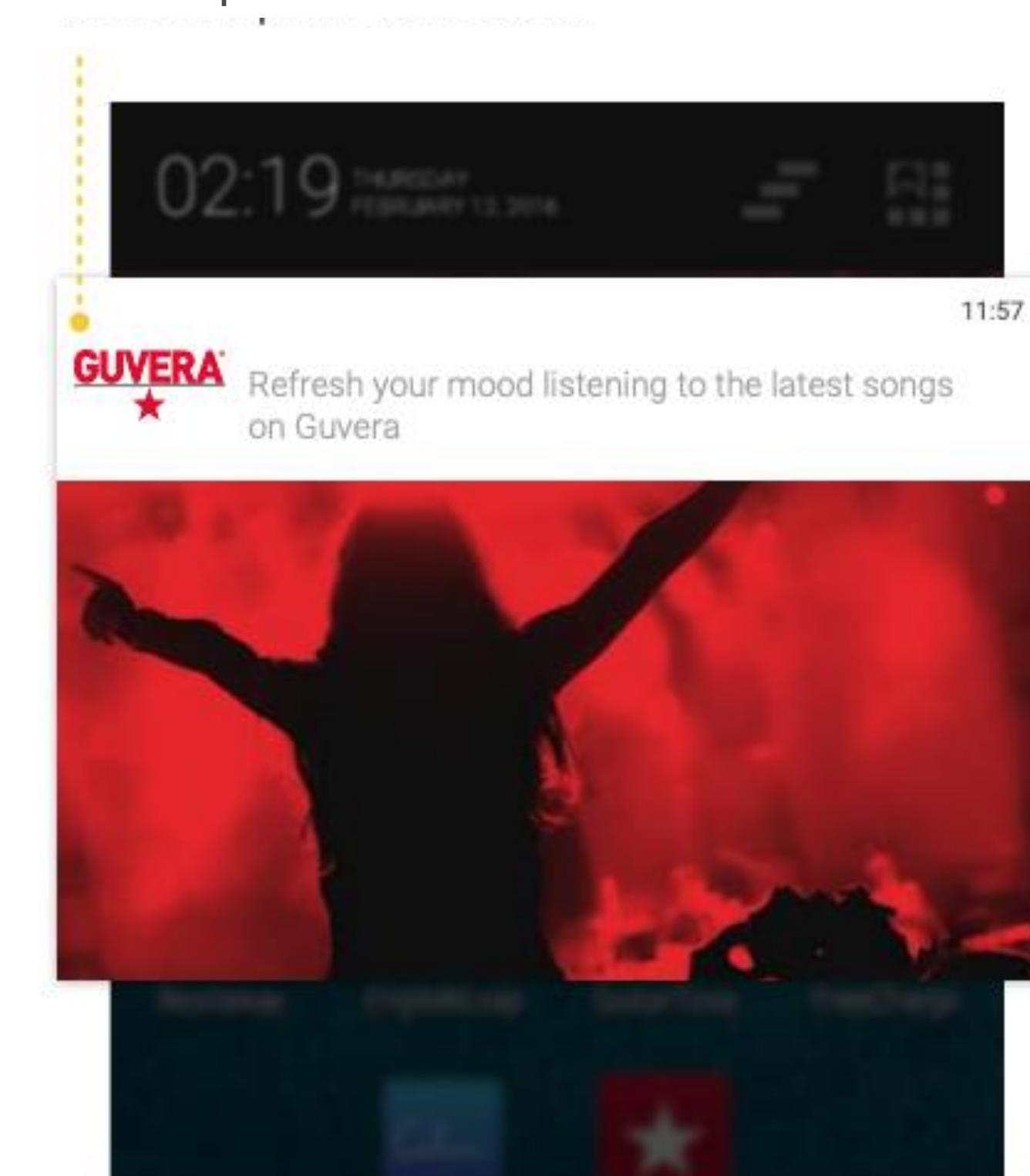
# App Push: Opt-In (permissão/consentimento do usuário)

**Aparelhos iOS:** Os APPs **precisam** de permissão do usuário para poderem enviar push.

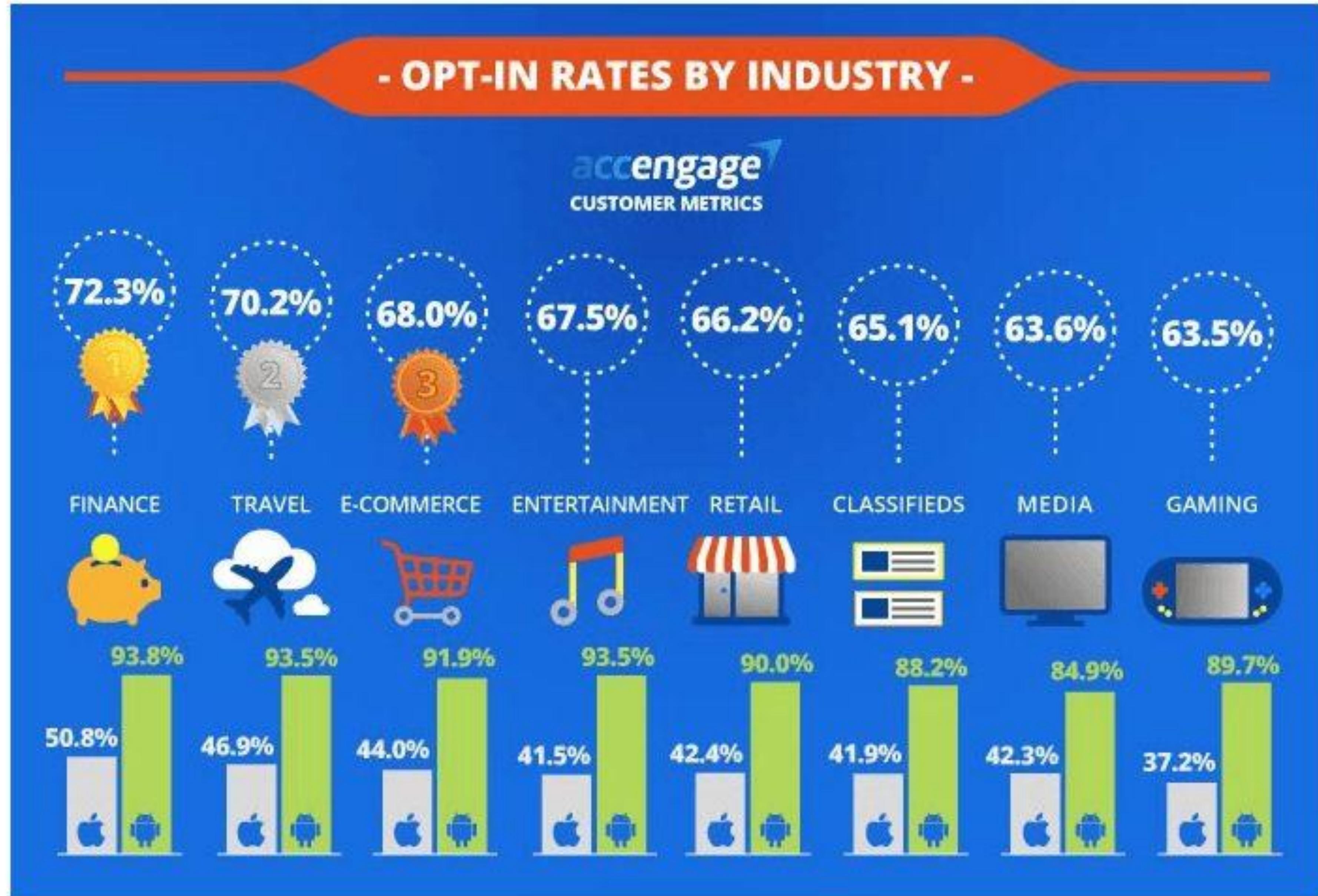


Média: 44%

**Aparelhos Android:** Os APPs **não precisam** de permissão do usuário para poderem enviar push.



Média: 91%



# App Push: Boas Práticas

---

Além dos mesmos pontos sobre os subjects de email:

- 01 Segmente as mensagens
- 02 Personalize suas mensagens
- 03 Textos curtos, contextuais e interessantes
- 04 Encontre o melhor horário, dia da semana e frequência

# App Push: Boas Práticas

---

A taxa de cliques aumenta quando a mensagem é mais curta.

**8,8%**

10 ou menos  
palavras

**4,9%**

11-20  
palavras

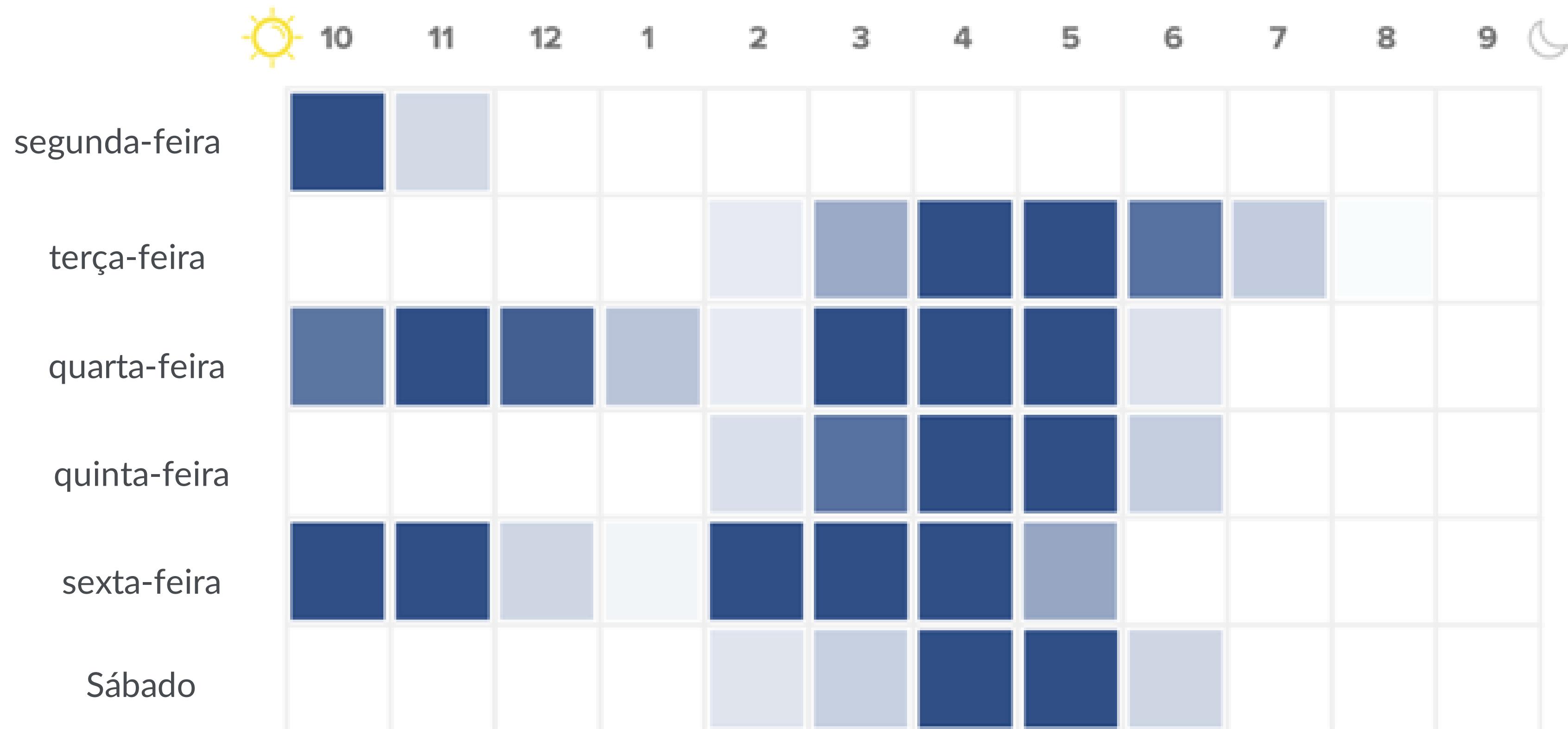
**3,2%**

21 ou mais  
palavras

# App Push: Boas Práticas

---

Através de testes, monte uma tabela com os horários x dias da semana que convertem mais.



# App Push

---



## Pontos Fortes

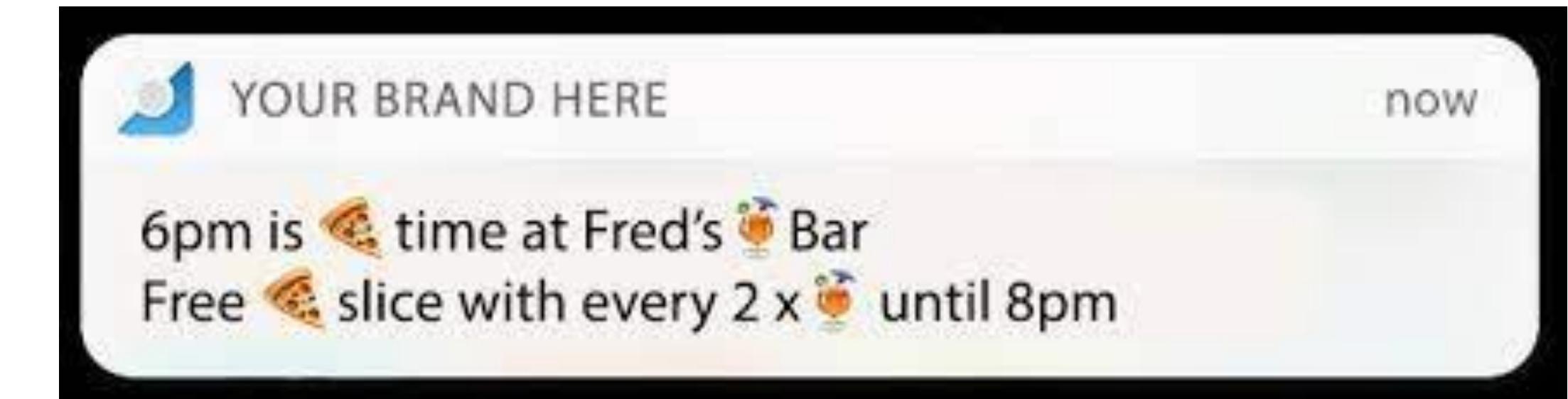
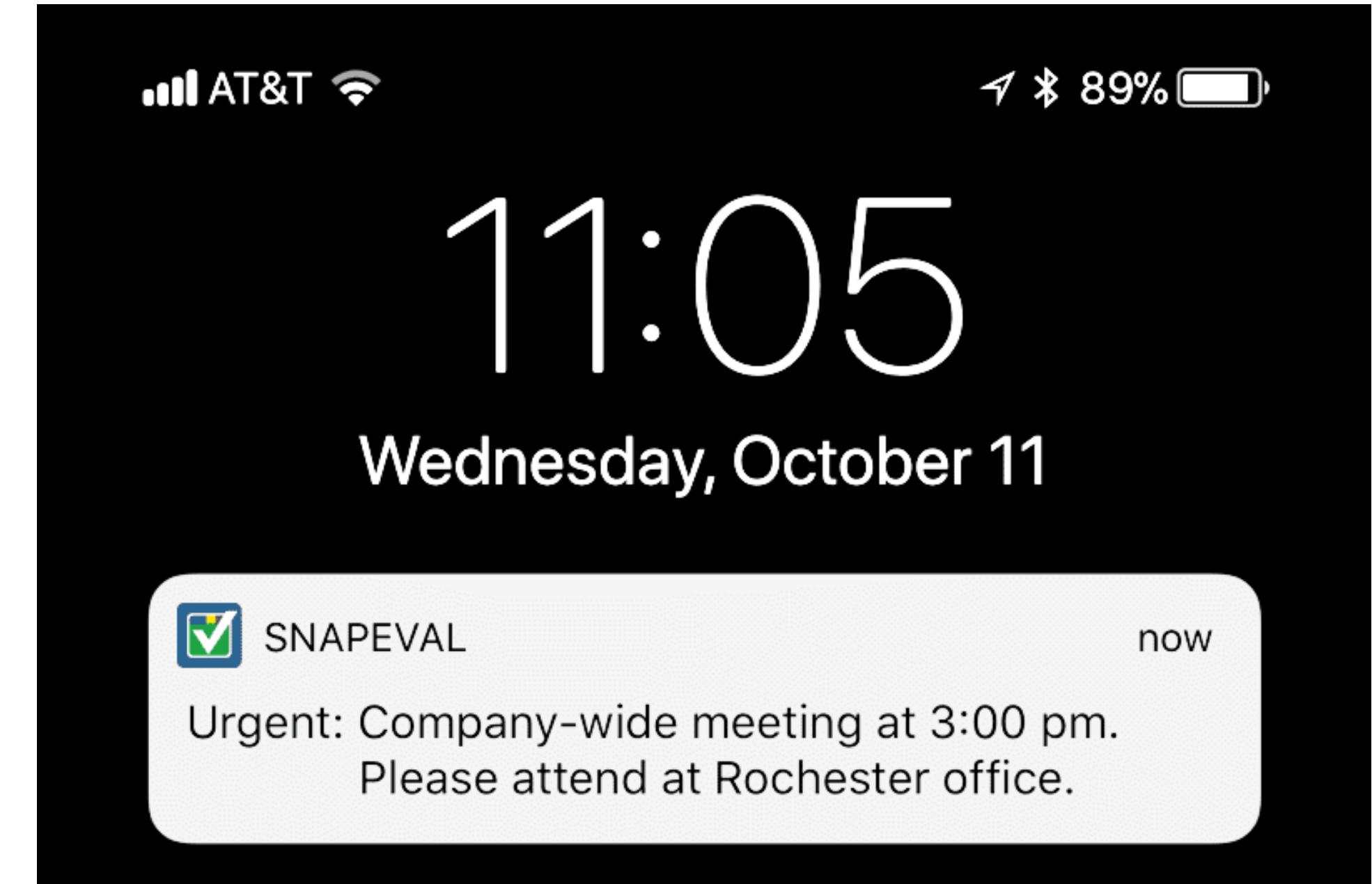
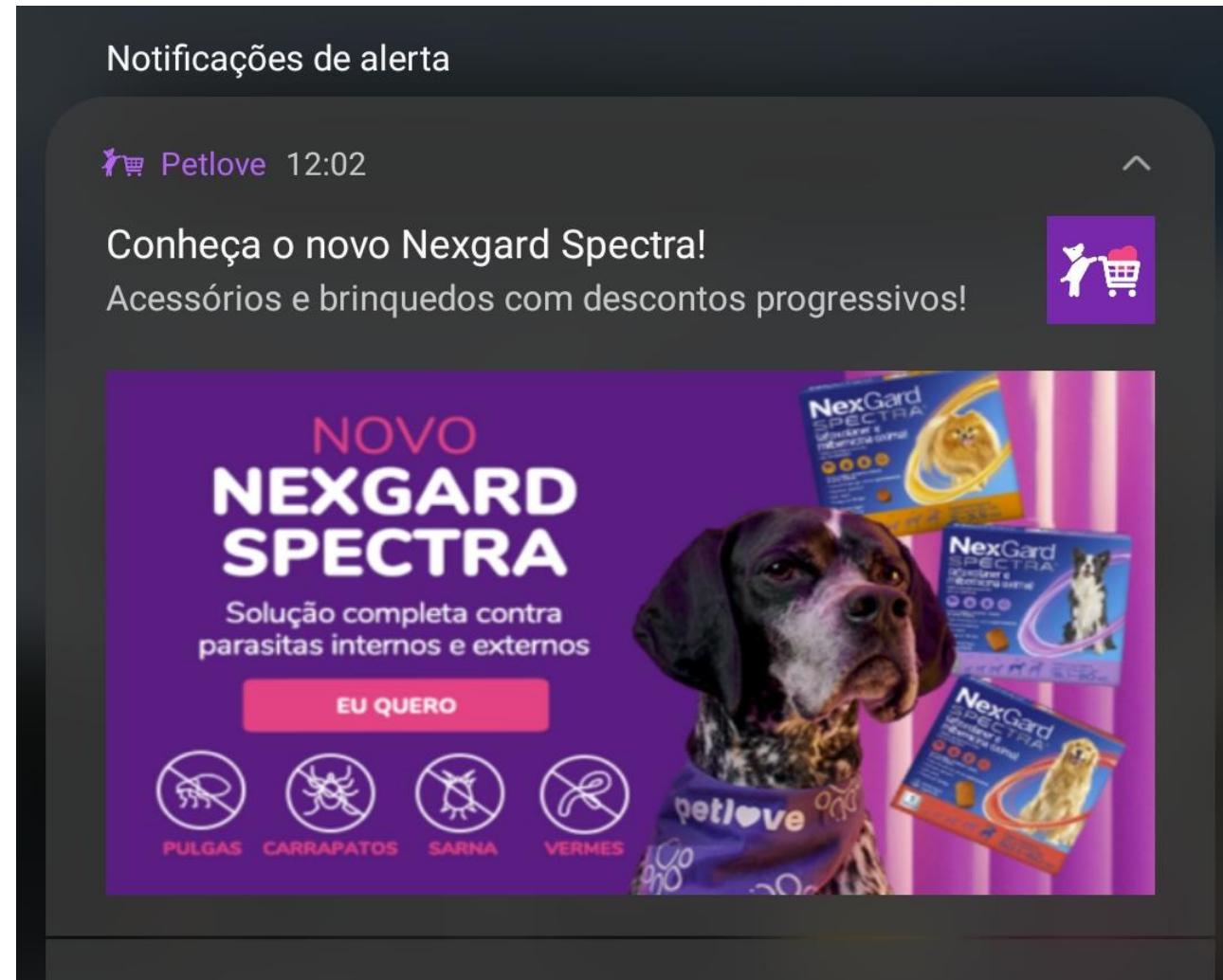
- Entregue na tela do celular, em tempo real;
- Na média, a abertura é o dobro do email;
- Não existe spam / entregabilidade;
- Não precisa de warm-up ou sunset;
- Permite ações de geolocalização;



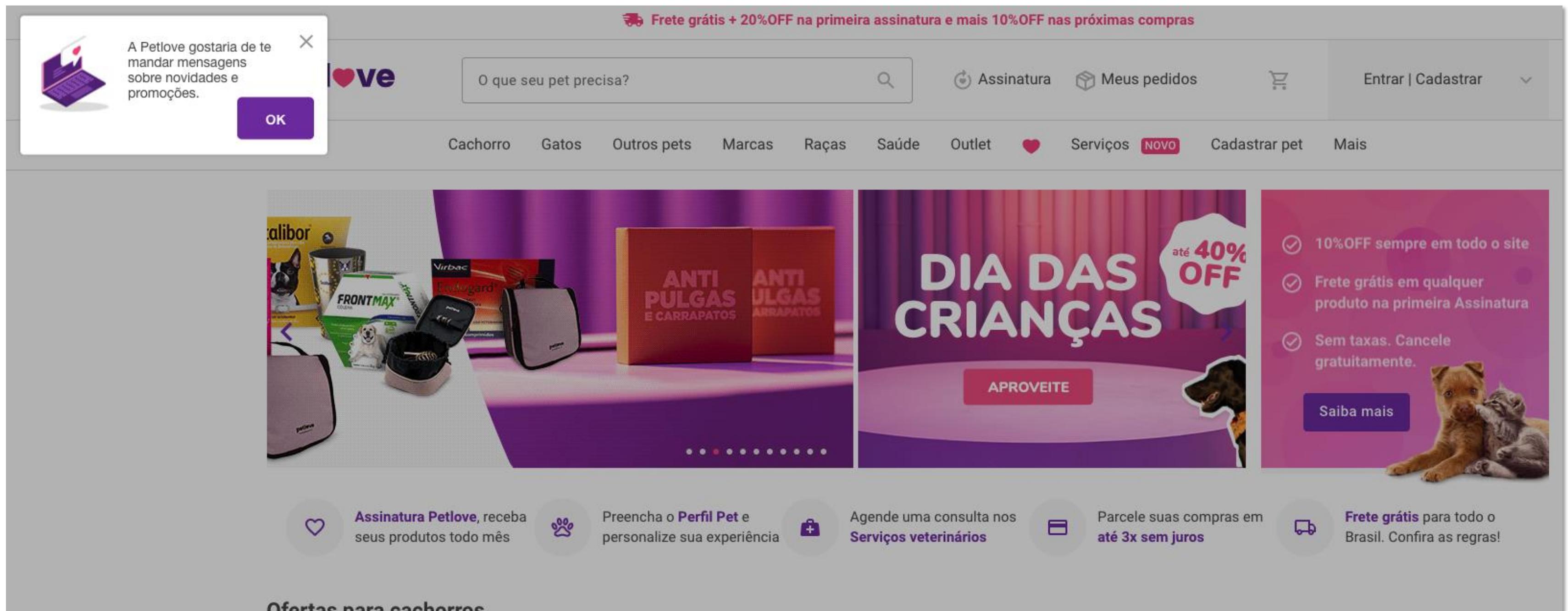
## Pontos Fracos

- Espaço mais limitado para o conteúdo em relação ao email;
- O usuário precisa ter o app instalado, e muitos desinstalam;
- Você pode ter suas notificações recusadas no iOS sem ao menos ter tido a chance de mostrar seu conteúdo;

# App Push



# Web Push



**Frete grátis + 20%OFF na primeira assinatura e mais 10%OFF nas próximas compras**

A Petlove gostaria de te mandar mensagens sobre novidades e promoções.

OK

O que seu pet precisa?

Assinatura  Entrar | Cadastrar

Cachorro Gatos Outros pets Marcas Raças Saúde Outlet Serviços **NOVO** Cadastrar pet Mais

**DIA DAS CRIANÇAS** **até 40% OFF** **APROVEITE**

10%OFF sempre em todo o site  
Frete grátis em qualquer produto na primeira Assinatura  
Sem taxas. Cancele gratuitamente.

Saiba mais

Assinatura Petlove, receba seus produtos todo mês  
Preencha o Perfil Pet e personalize sua experiência  
Agende uma consulta nos Serviços veterinários  
Parcele suas compras em até 3x sem juros  
Frete grátis para todo o Brasil. Confira as regras!

**Ofertas para cachorros**

**VITAMINAS E SUPLEMENTOS com até 20% OFF** **EU QUERO**

**COMPRE MAIS SACHÉS E PETISCOS POR MENOS** **EU QUERO**

**PRÉ-VENDA | Tempo limitado!** Compre Galaxy Note9 e ganhe Gear 360 [shop.samsung.com](http://shop.samsung.com)

**COMPRE um Galaxy Note9 GANHE uma câmera Gear 360** [Compre agora](#)

**COMPRE um Galaxy Note9 GANHE uma câmera Gear 360** [Compre agora](#)

**PRÉ-VENDA | Tempo limitado!** Compre Galaxy Note9 e ganhe Gear 360. [Google Chrome • shop.samsung.com](http://shop.samsung.com)




# SMS: Short Message Service

---

Serviço de enviar texto através de celulares, muito útil em cenários onde o cliente não tem o app instalado ou email engajado/válido.

## ★ Pontos Fortes

- Não precisa de internet para ser entregue;
- Praticamente todo mundo tem um número celular;
- Processo da entrega é bem mais simples, é mais difícil ser bloqueado pelos provedores de telefonia;
- A entrega é praticamente instantânea;
- A taxa de abertura tende a ser maior e mais rápida;
- Permite uma conversa de 2 vias com o usuário;

## ! Pontos Fracos

- Limitado a 160 caracteres;
- Não é possível saber a taxa de abertura;
- Seu conteúdo costuma ser descartável;
- Alto custo por envio;

Funciona bem para lembretes, alertas, confirmações, e notificações!

# SMS: Boas Práticas

---

Além dos mesmos pontos sobre os subjects de email e mensagens de push:

- 01 Peça consentimento;
- 02 Assine a mensagem, se identifique;
- 03 Coloque um CTA com link;
- 04 Opte por um short code dedicado.

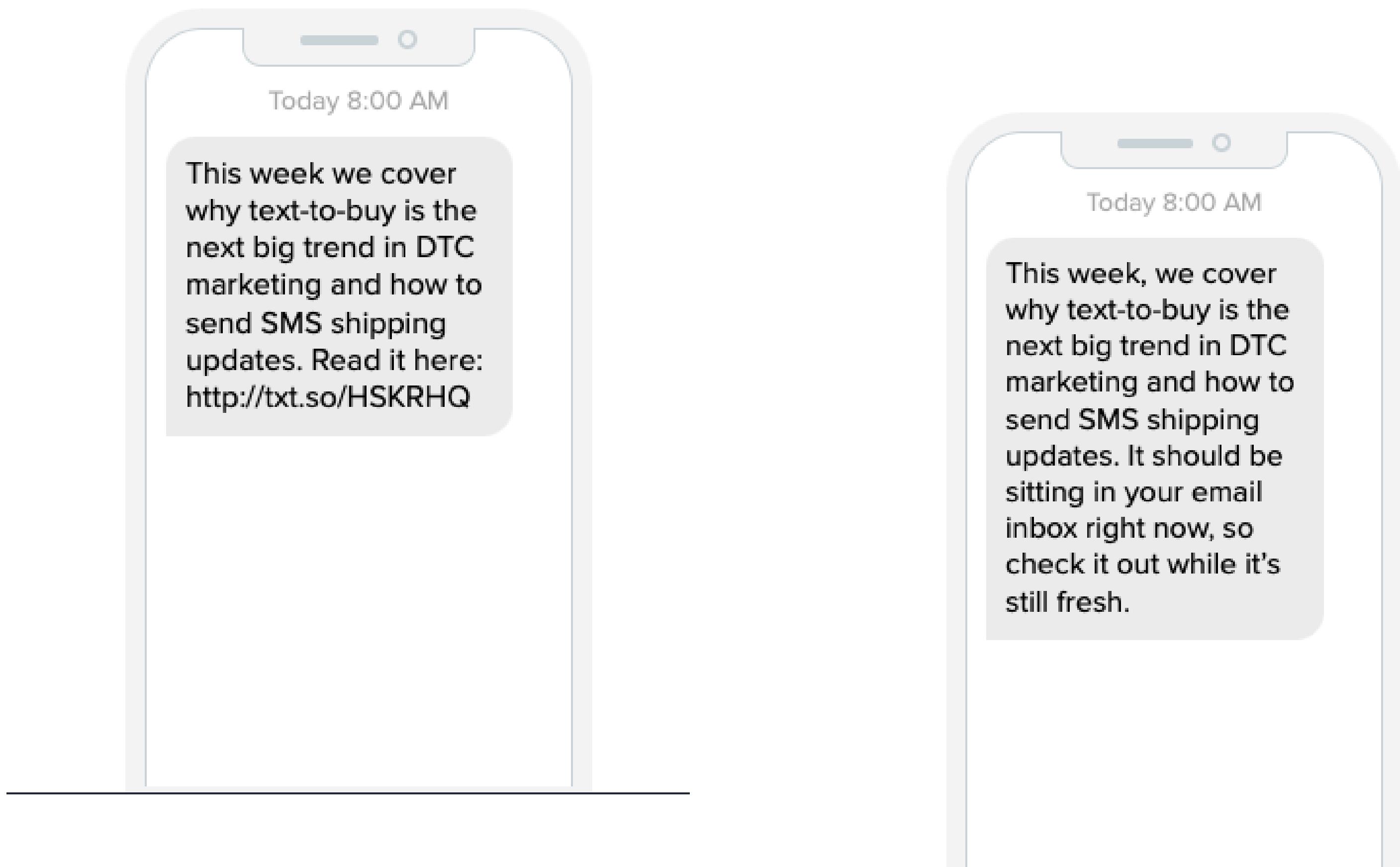


# SMS + Email

---

A melhor forma de usar SMS é potencializando seus e-mails, e não os substituindo. Eles se completam.

Ex: SMS para avisar o usuário sobre sua nova edição da newsletter, trazendo um rápido resumo do conteúdo e um link para ler todo o conteúdo.



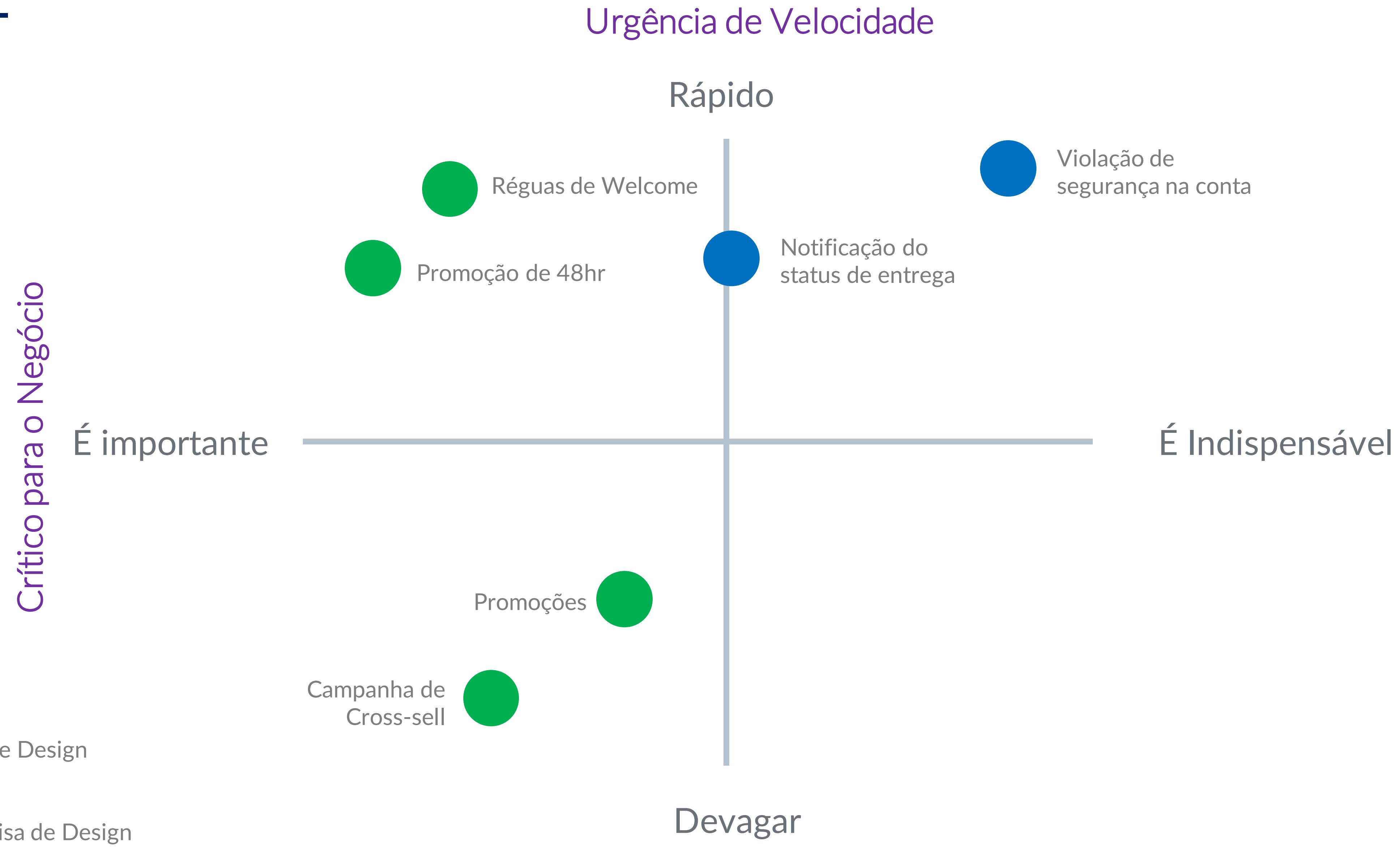
# SMS + Email

---

A recomendação de como determinar como incluir SMS na sua estratégia de comunicação é fazendo as seguintes perguntas:

- 01 Quão rápido o usuário precisa receber essa mensagem?
- 02 Quão crítico para o negócio é o conteúdo dessa mensagem?
- 03 Quanto de imagens e design essa mensagem precisa ter?

# SMS + Email



# WhatsApp Business

---



 API do WhatsApp Business

Desenvolvida para empresas de médio e grande porte, a API do WhatsApp Business possibilita uma comunicação eficiente com clientes em todo o mundo através do WhatsApp, sempre de maneira simples, segura e confiável.

Quer alcançar o mercado com a API do WhatsApp Business? Faça uma parceria com um de nossos provedores globais de soluções de negócios para a comunicação com clientes. [Pesquise o diretório de Parceiros do Facebook](#).

Saiba mais sobre [soluções para pequenas empresas](#).

[COMEÇAR](#)

<https://www.whatsapp.com/legal/business-policy>

<https://developers.facebook.com/docs/whatsapp/overview>

# WhatsApp Business

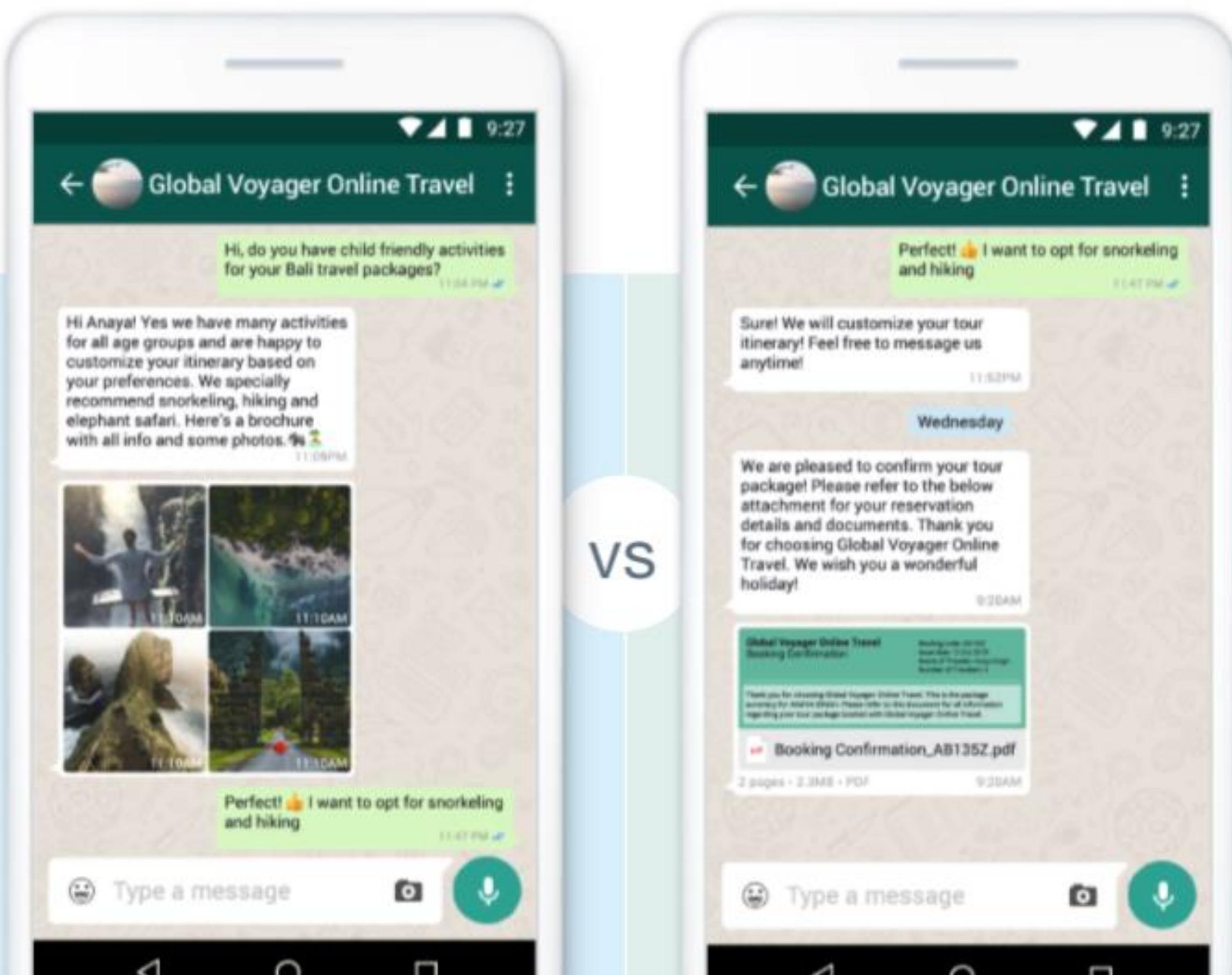
Existem duas formas de envio:



## Usuário inicia a conversa

O usuário/cliente começa a conversa enviando uma mensagem para a empresa.

- Não precisa de opt-in
- As respostas não tem custo se respondidas em até 24hr.
- É possível usar respostas automatizadas ou humanizadas;
- Você pode enviar uma oferta ou recomendação.





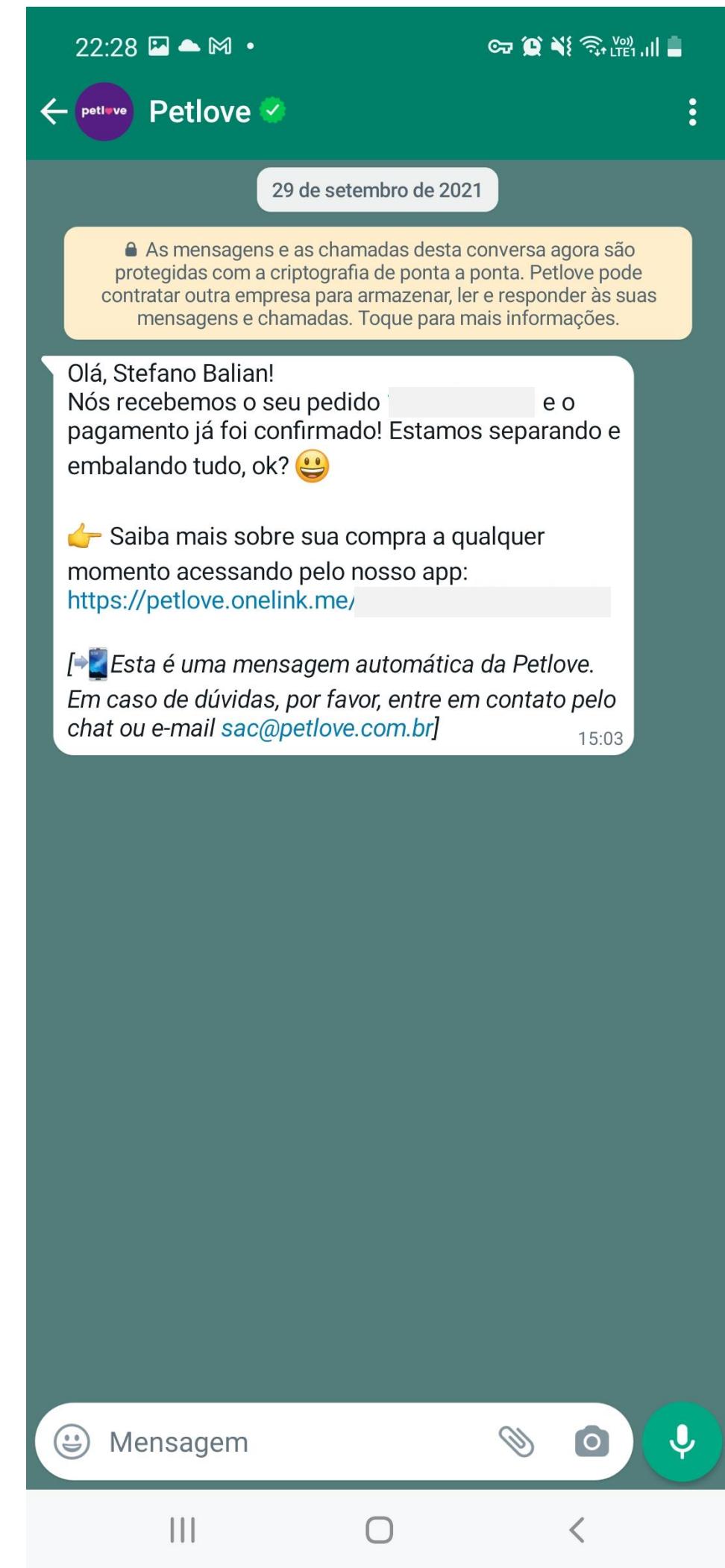
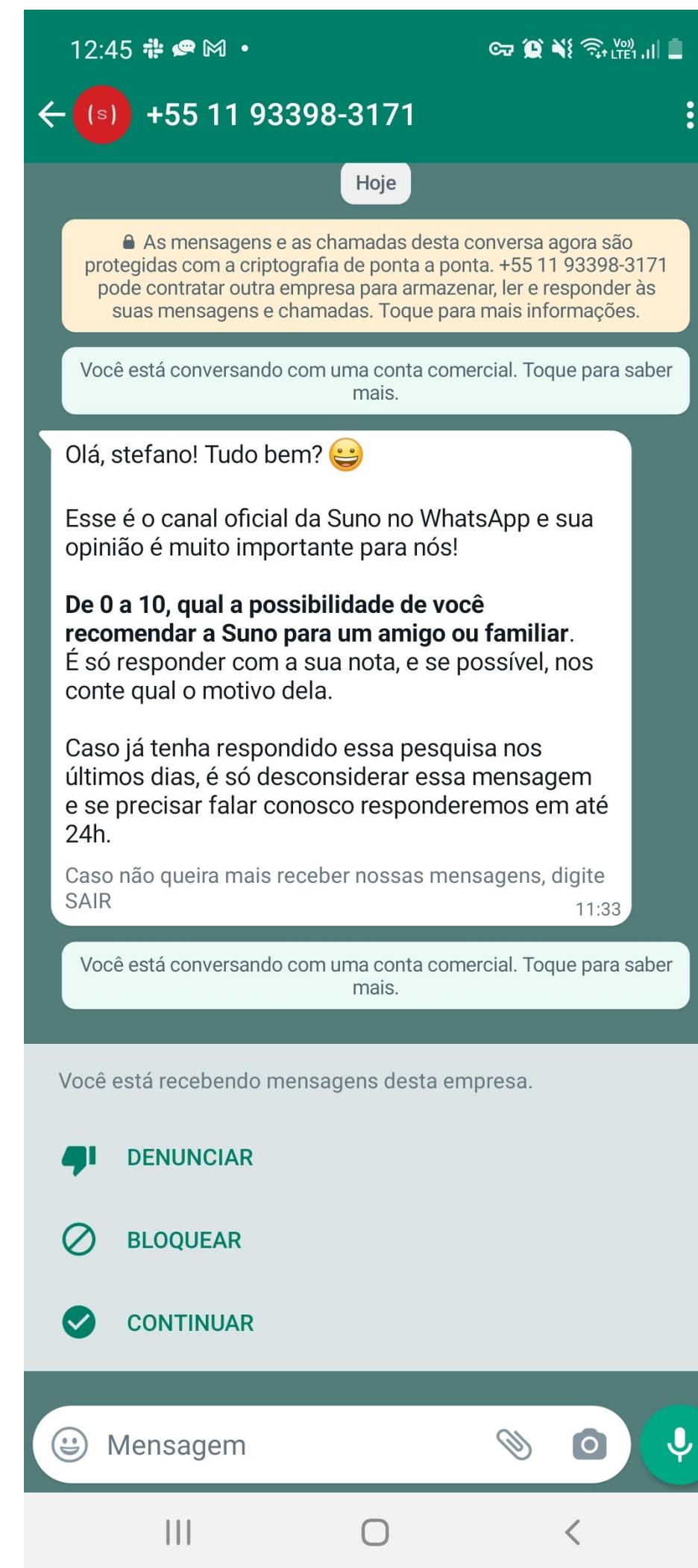
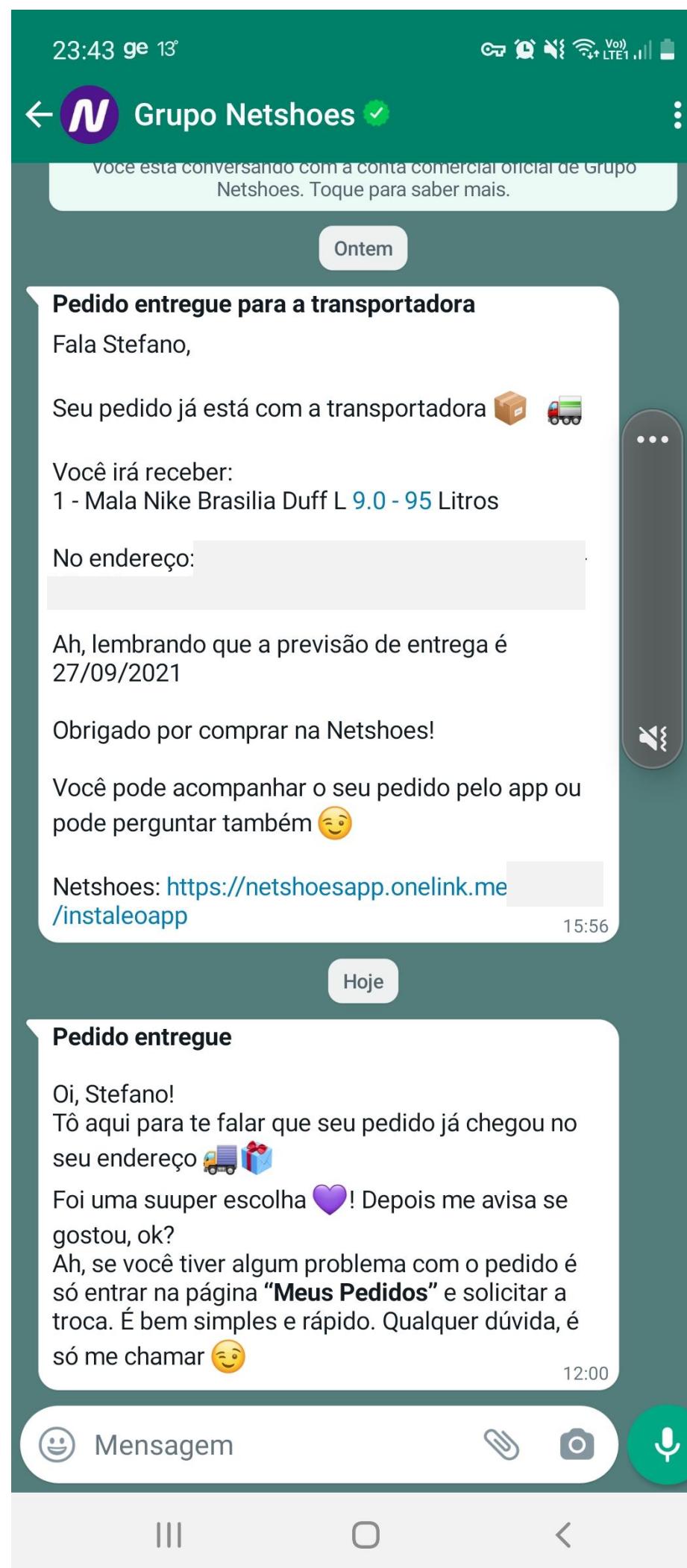
## Empresa inicia a conversa

A empresa começa a conversa enviando uma mensagem para o usuário/cliente.

- A mensagem precisa passar por pré-aprovação;
- Precisa de Opt-in do usuário;
- Cada disparo é cobrado;
- Restrições promocionais;

# WhatsApp Business

Transacional, lembretes, notificações.



# WhatsApp Business

---

## ★ Pontos Fortes

- Canal mais usado pelos usuários;
- Altas taxas de leitura;
- Muito útil para lembretes e notificações – caracter mais funcional/transacional ;
- Permite uma conversa de 2 vias com o usuário;
- Sem cobranças adicionais se a resposta for em até 24hr;

## ⚠ Pontos Fracos

- Mensagens necessitam de pré-aprovação;
- Restrições para mensagens promocionais;
- Alto custo por envio;
- Suscetível a mudanças constantes nas políticas e termos de uso

# Impressos e Mala Direta

**APROVEITE  
20% DE DESCONTO**  
em ração Super Premium  
Escaneie o QRCode  
abaixo e use o cupom

**petlove**  
Ração Super Premium:  
os melhores alimentos  
para cães e gatos

Acesse  
[www.petlove.com.br](http://www.petlove.com.br)  
ou baixe nosso app.



7 899973 906012



Ração Super Premium:  
os melhores alimentos  
para cães e gatos

GUABI NATURAL PRO PLAN  
genesis FÓRMULA NATURAL  
Finotratô SUPREME

**CURIOSIDADE**

**MAIS NUTRITIVO**  
proporcionando uma refeição com todos os nutrientes necessários

**OTIMIZAÇÃO DA SAÚDE**  
Com ingredientes especialmente selecionados a fim de prevenir problemas de saúde

**ALTA DIGESTIBILIDADE**  
Facilitando a absorção dos nutrientes e diminuindo a quantidade de fezes

Em cada etapa da vida, seu pet necessita de um tipo específico de alimento. Os níveis de proteína, gordura, fibras, vitaminas e minerais encontrados nas rações Super Premium visam o essencial para uma dieta balanceada de acordo com o porte, idade, raça e fase de vida do pet.

**Por que escolher as rações Super Premium?**

As rações Super Premium são as melhores opções para a saúde dos pets, pois são especialmente elaboradas com ingredientes de excelente qualidade que auxiliam na manutenção da saúde do seu filho de quatro patas.

**Benefícios Rações Super Premium**

Cupom válido para pacoteiras até 6kg  
Limitado a 1 uso por CPF e compra de uma unidade

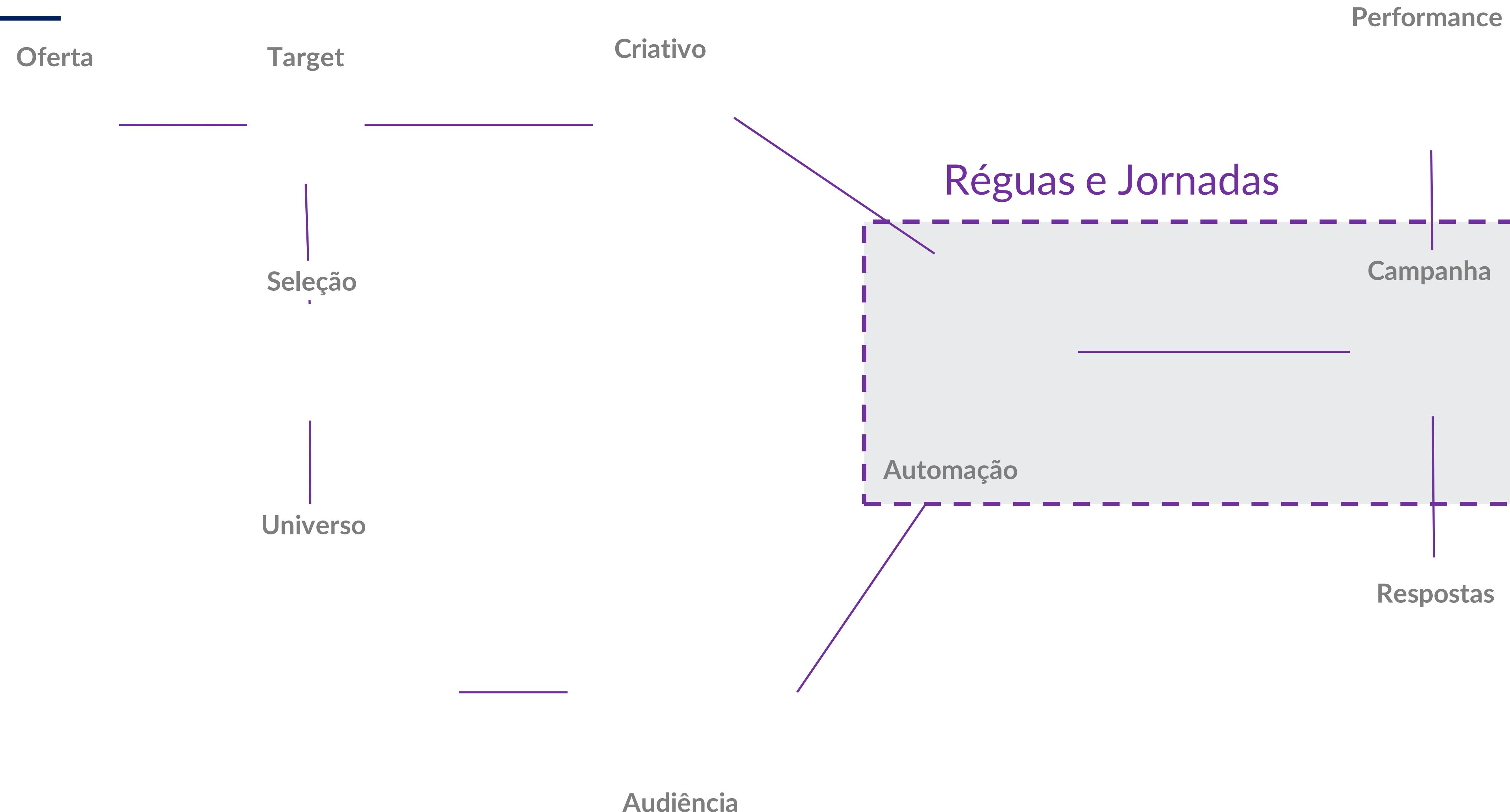


Canais e Campanhas – Parte 2

# Jornadas e Réguas de Relacionamento

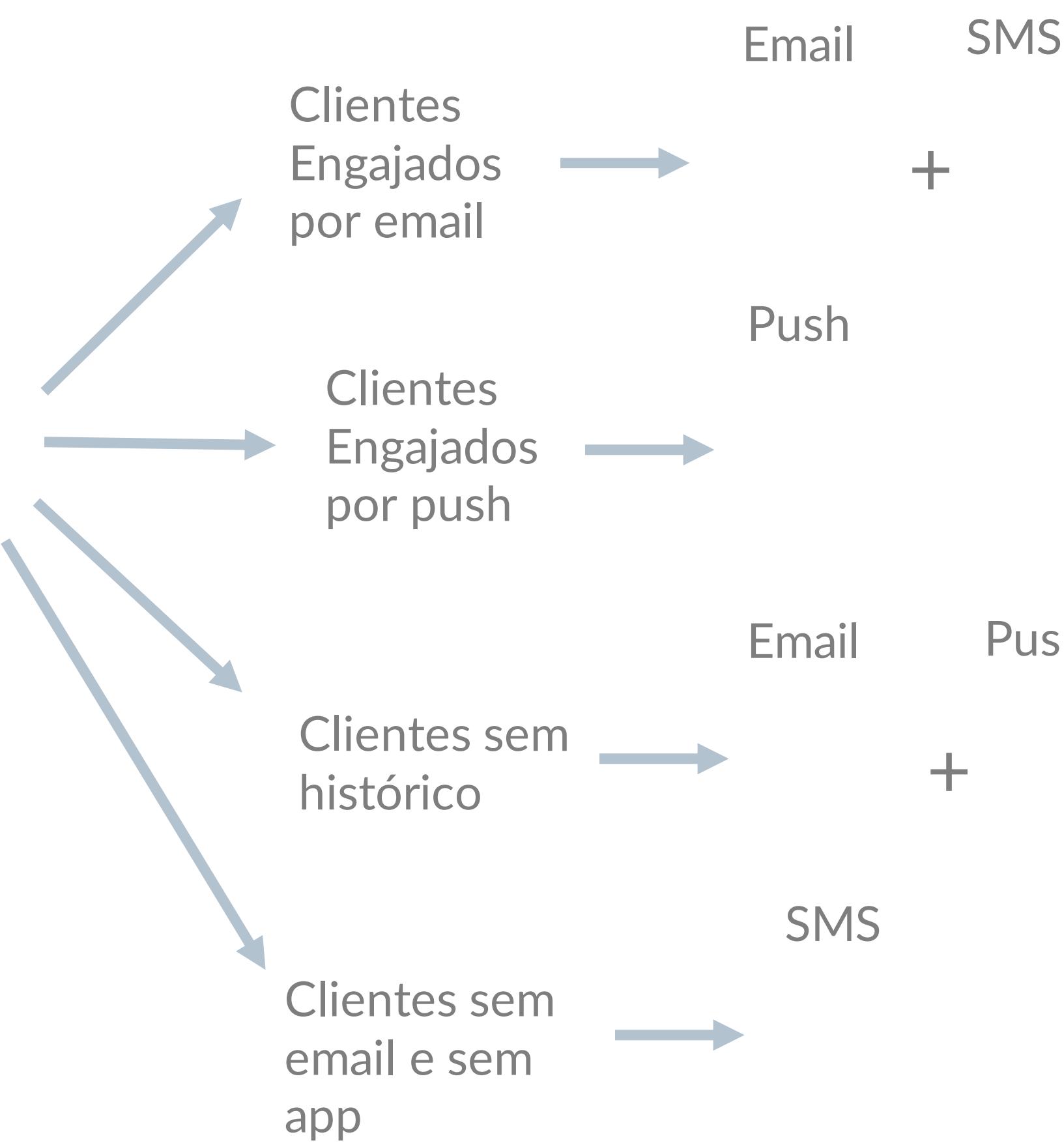


# Gestão de Campanha



# Campanha Multicanais

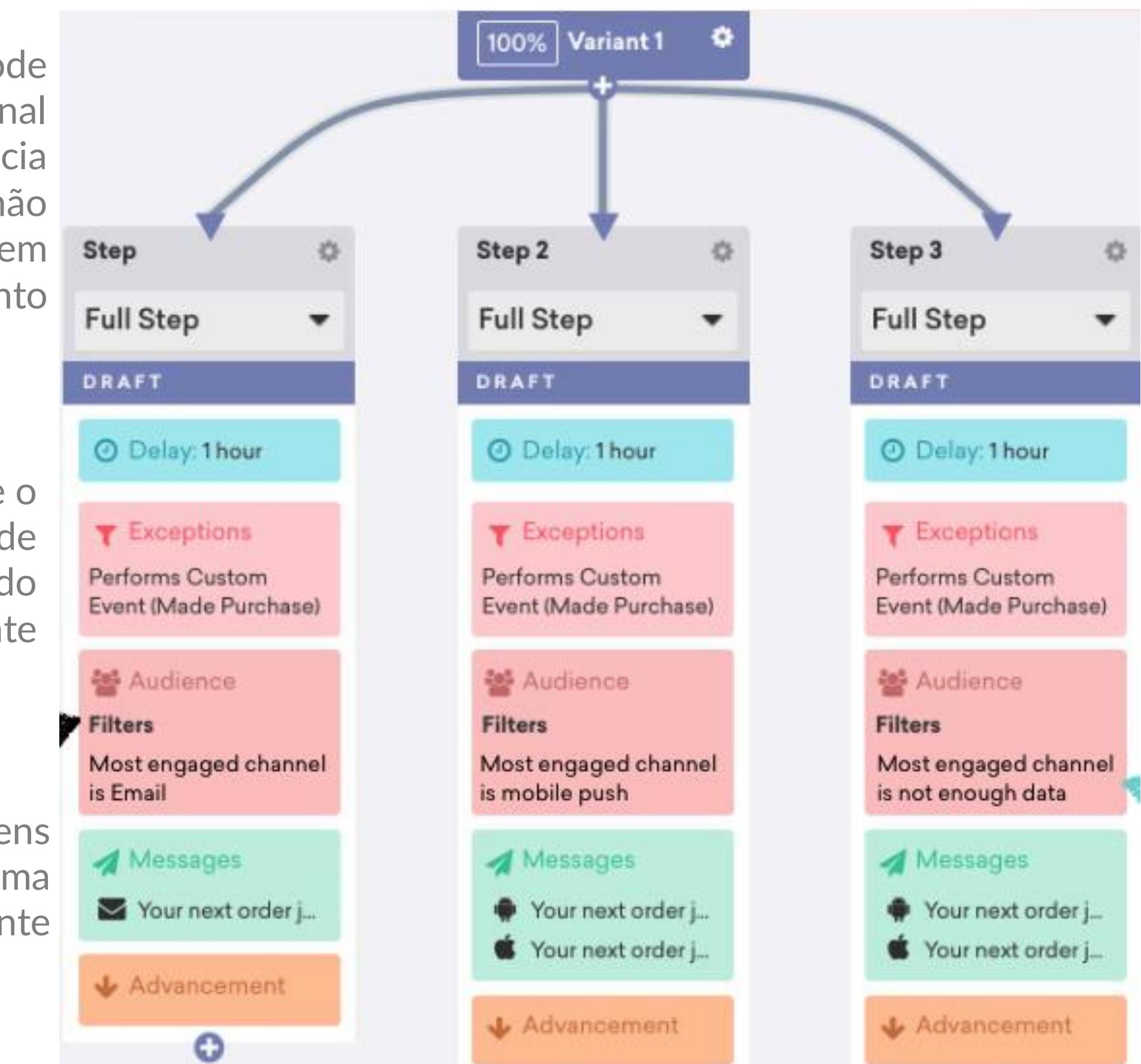
Cientes usam mais de um canal; as empresas deveriam usar também → usar um canal é efetivo, mas nada vence uma estratégia multicanais.



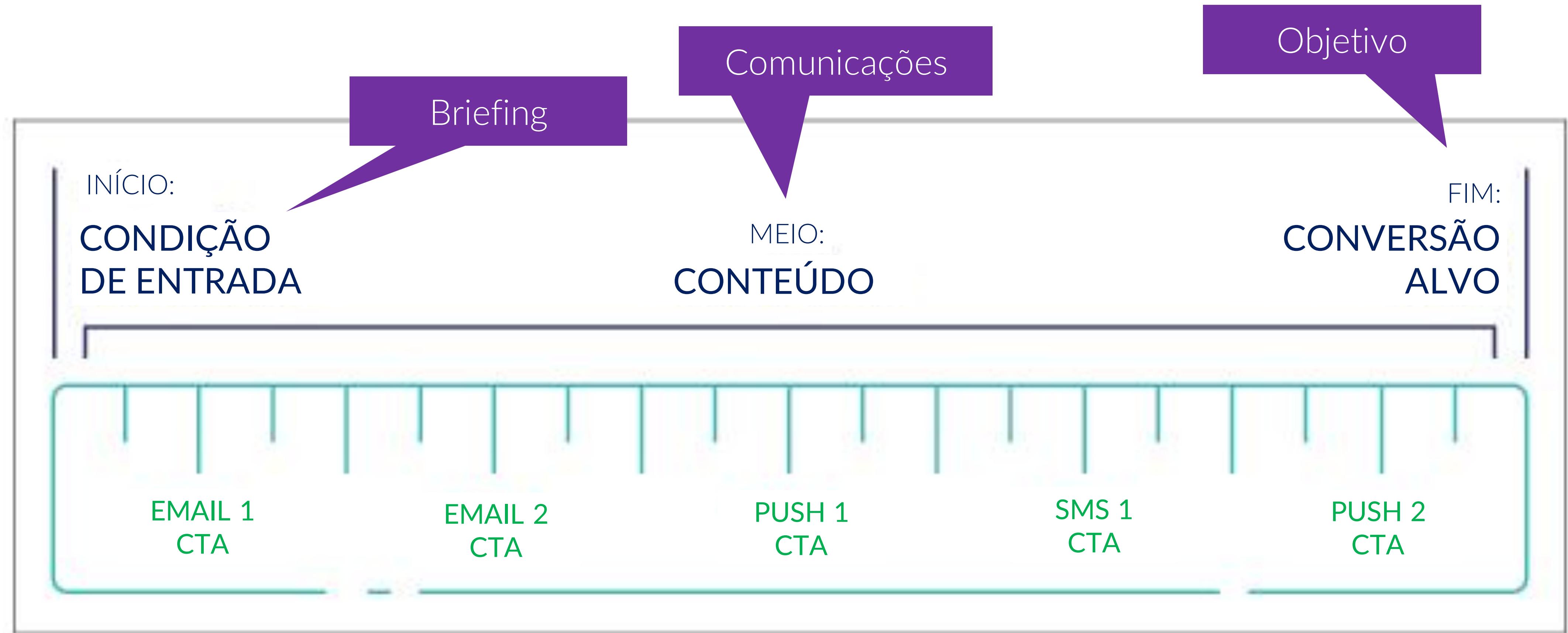
Você pode escolher o canal de preferência para quem não tem engajamento

Escolhe o canal e o horário de preferência do cliente

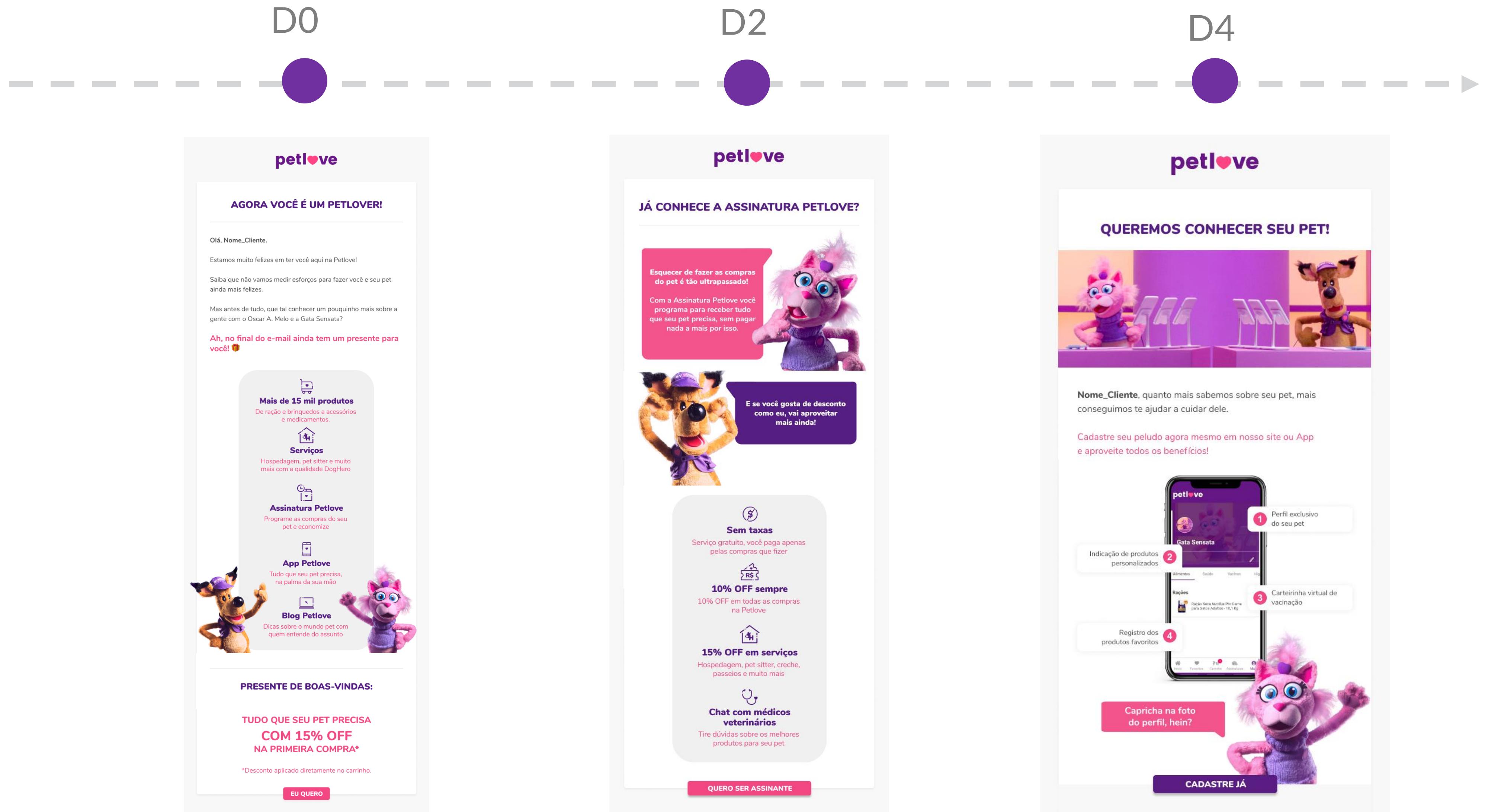
Aborta mensagens se o cliente fez uma compra recente



# Régua de Relacionamento



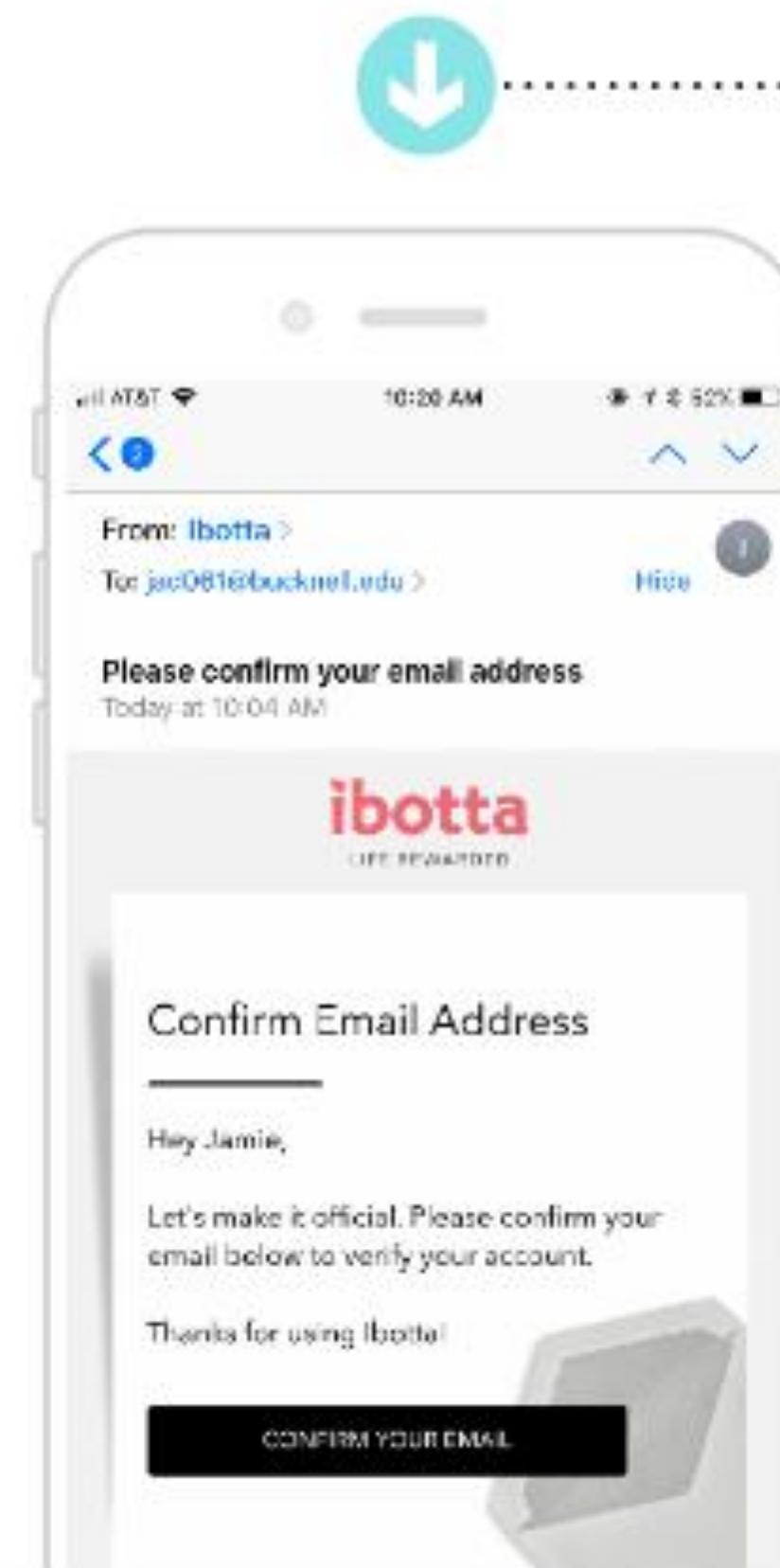
# Réguas de Relacionamento: Welcome



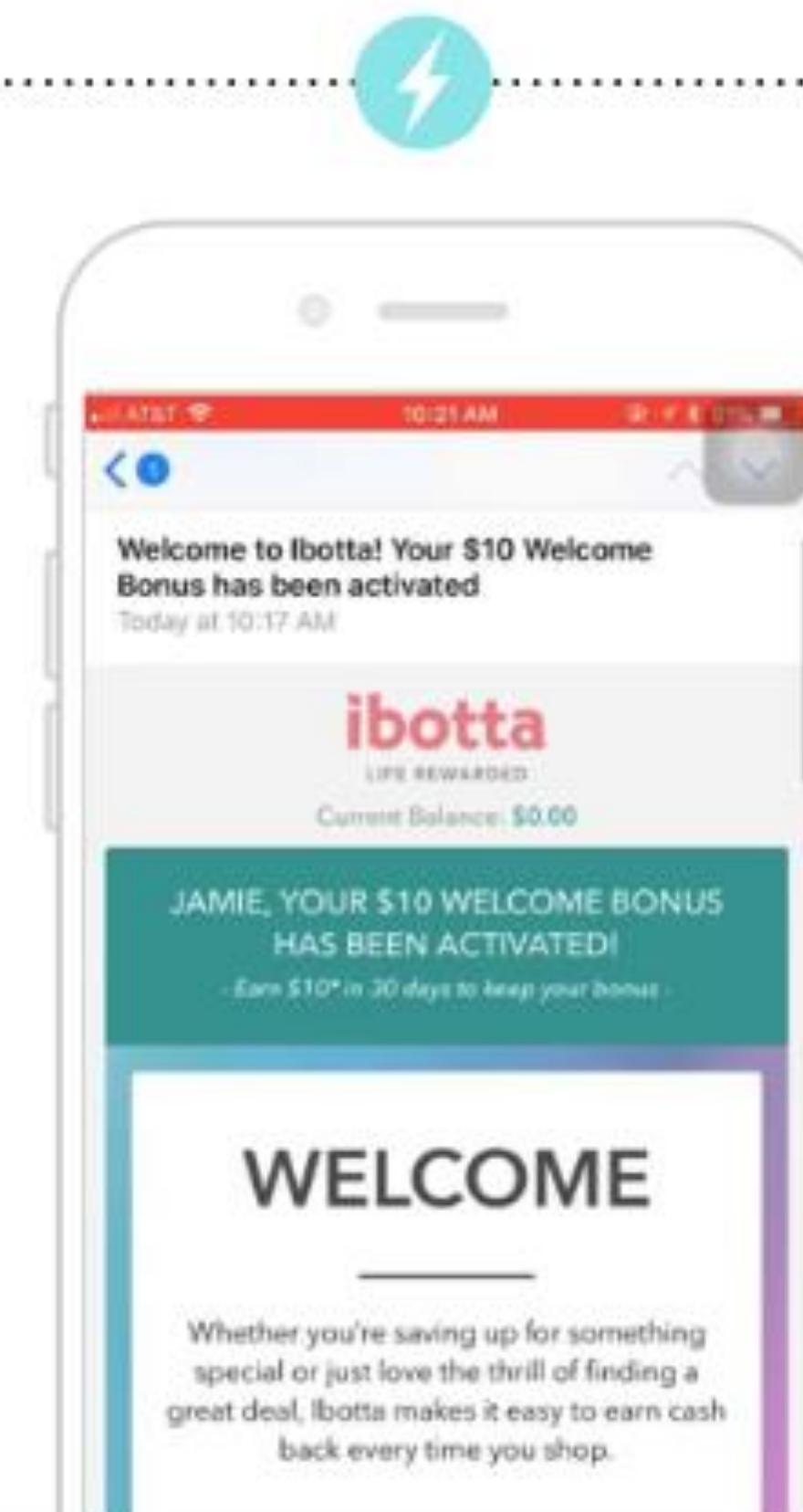
# Welcome: Ibotta

---

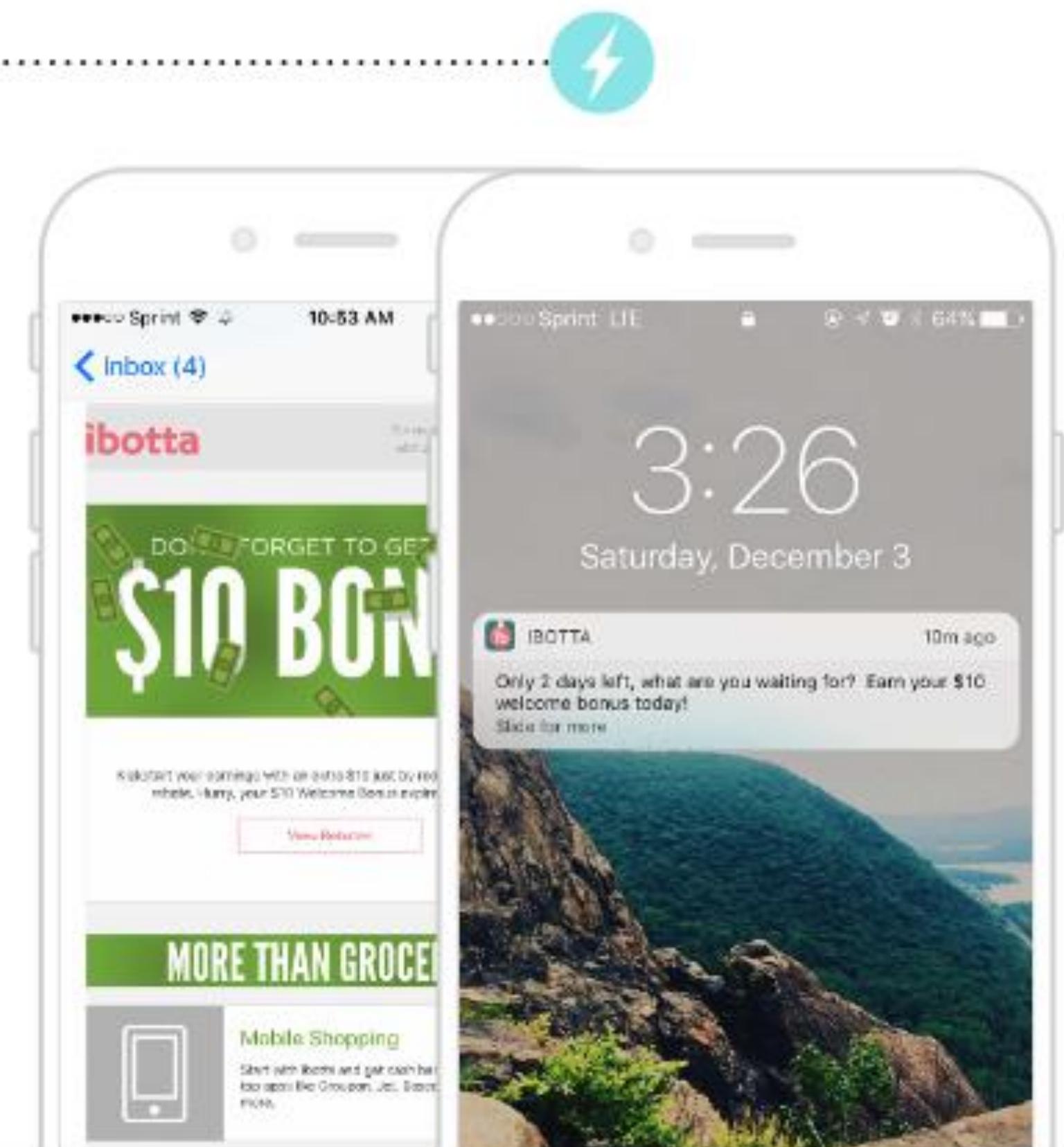
## Cadastro Confirmação de email



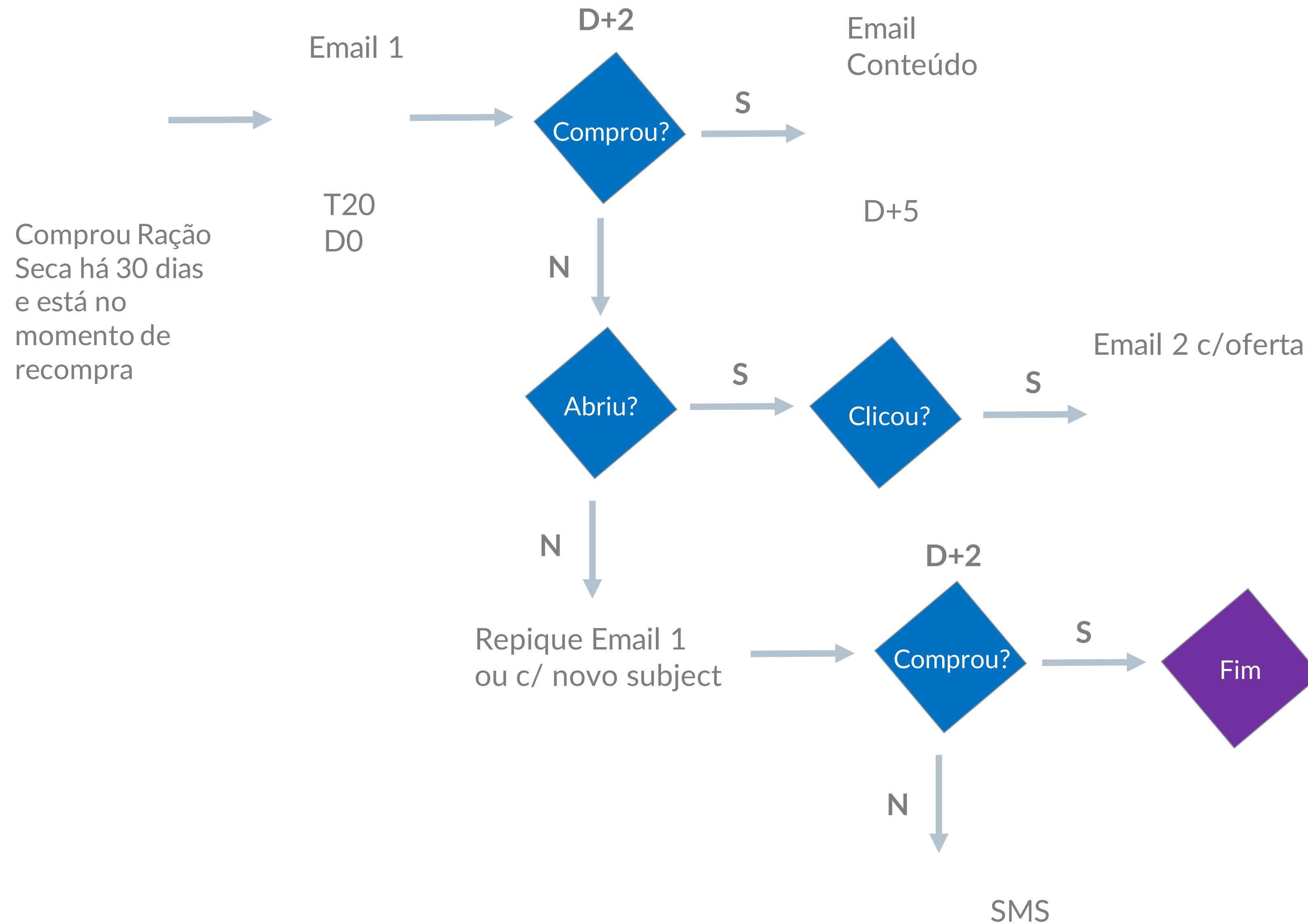
## Welcome Boas vindas e apresentação de produtos



## Welcome Promocional Fomentar e incentivar a compra

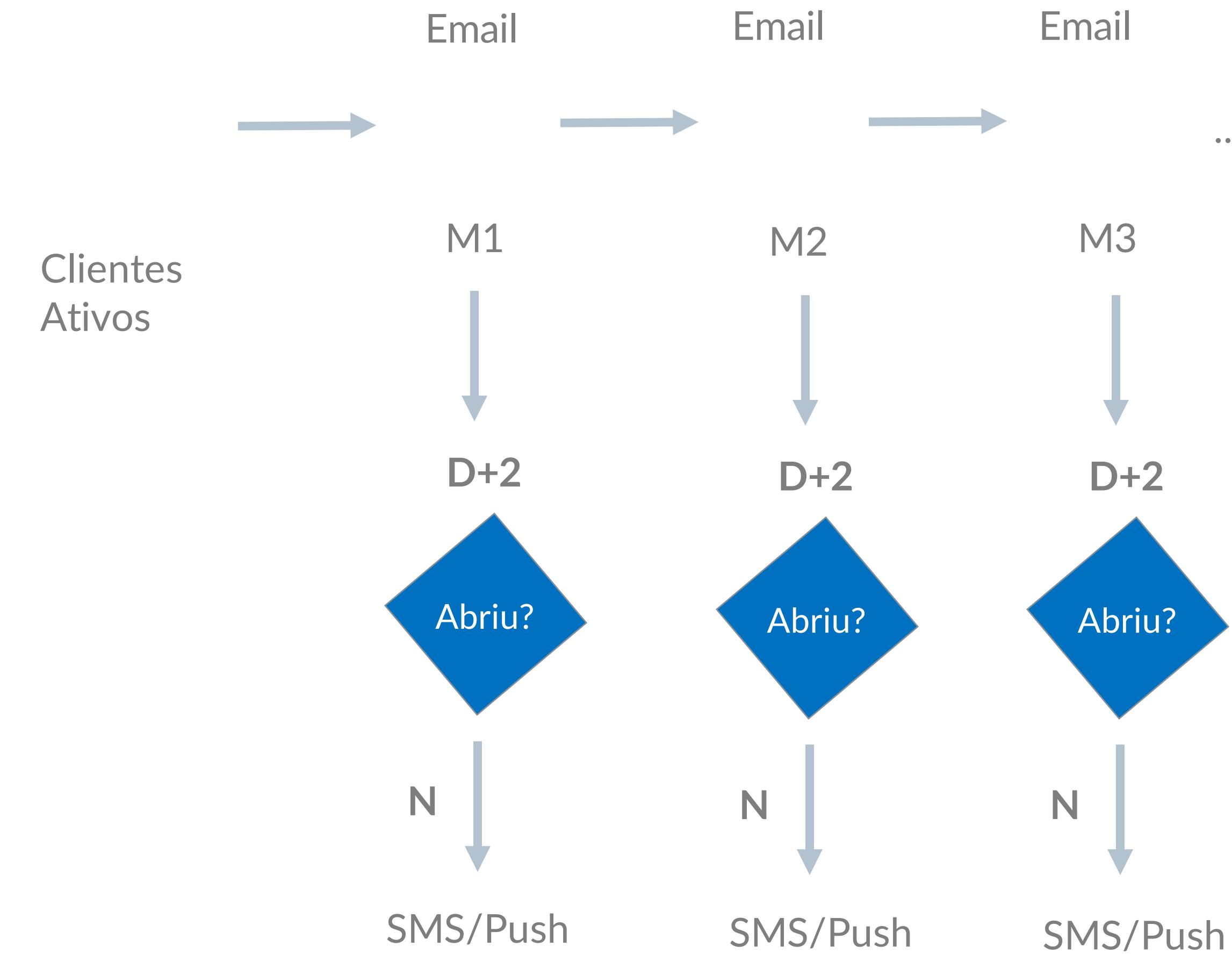


# Recompra



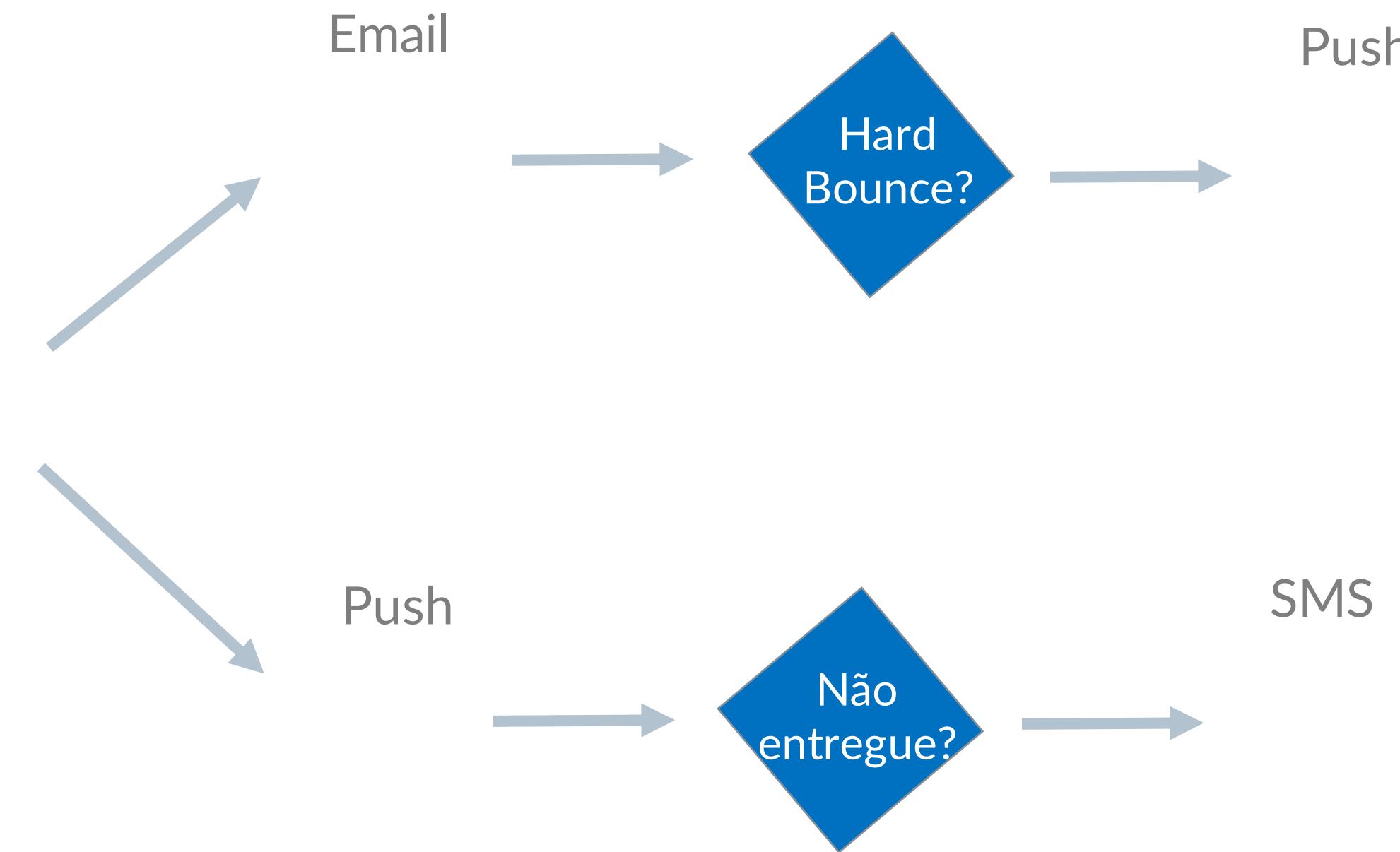
# Newsletter

---

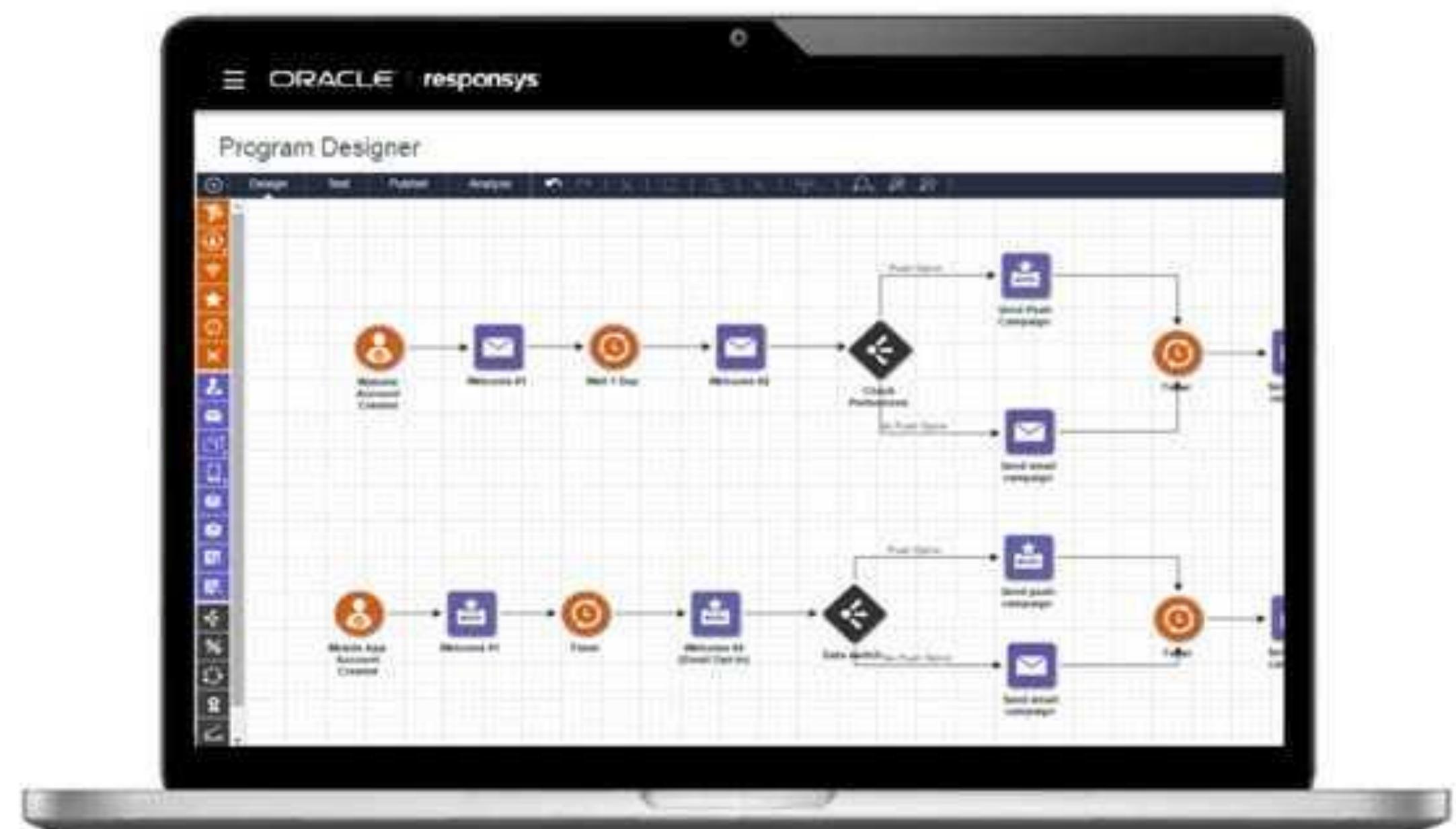
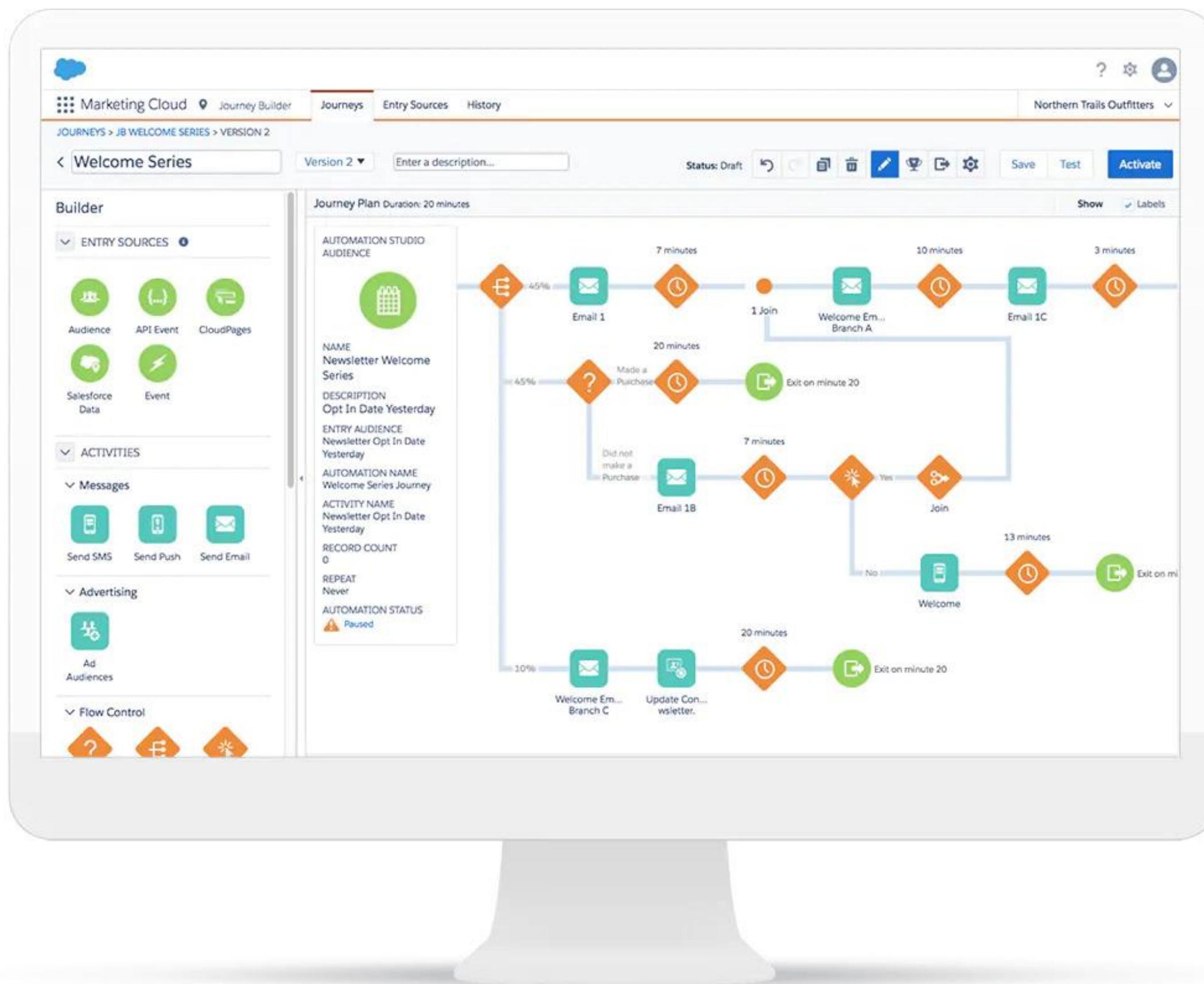


# Use o bounce a seu favor

---



# As ferramentas de CRM automatizam as réguas



# Calendário de Disparos

Canais e Campanhas – Parte 2

# Ferramentas de CRM

# RFP (Request For Proposal / Pedido de Proposta)

---

É um documento / processo de solicitar uma proposta financeira para potenciais novos fornecedores ou prestadores de serviço, com o objetivo de avaliar e escolher a melhor opção.

## 1. Defina o escopo

- Defina os objetivos do seu CRM, quais são as métricas e metas que você pretende alcançar;
- Defina os casos de uso e funcionalidades desejadas;
- Alinhe com todas as partes interessadas (ex: times de tecnologia, comercial, mkt, etc) os objetivos e o processo da RFP.

## 2. Monte o documento da RFP

- Pode ser um documento em texto ou uma apresentação

Deve conter:

- Histórico da empresa, contexto, visão futura;
- Apresentação do time e pontos de contato;
- Objetivos e metas da empresa;
- Objetivos e metas do CRM;
- Principais desafios a serem enfrentados;
- Diagnóstico atual e o que motivou a concorrência;
- Casos de Uso / funcionalidades desejadas;
- Data desejada para definição do parceiro;
- Empresas participantes no processo (opcional)

# RFP (Request For Proposal / Pedido de Proposta)

---

## 3. Faça um estudo prévio das ferramentas

- Estude os sites, blogs e conteúdos das empresas;
- Busque indicações ou referências;
- Empresas como a Gartner e Forrester divulgam análises comparativas entre ferramentas e softwares.

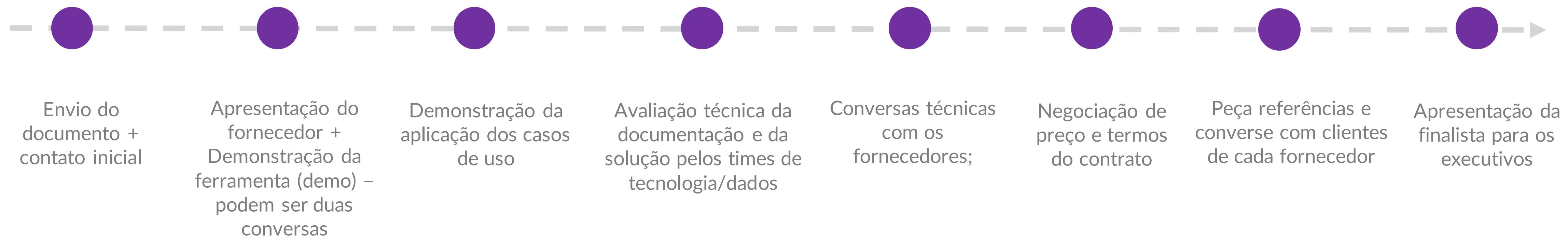
## 4. Convide pelos menos 3 fornecedores

- Entre em contato com pelo menos 3 potenciais fornecedores de soluções de CRM.



# Sugestão de Calendário

É interessante fechar com as empresas qual será o calendário e a pauta de cada reunião.



**Precificação:** as empresas tem formas diferentes de especificar, mas normalmente vão pedir informações como: total de clientes ativos/ano, total de clientes únicos ativos no site/app, total de emails/push/sms enviados (quando houver histórico), etc.

**POC (Proof of Concept/Prova de Conceito):** Processo usado em alguns casos para verificar se a ferramenta satisfaz alguns requisitos técnicos e de usabilidade. É uma espécie de teste, na prática (mas de forma bastante simplificada). Pode ser importante se o time técnico não estiver confiante com a documentação e conversas com o fornecedor.

# Tabela Comparativa

---

Crie uma forma justa de comparar todas as funcionalidades e capacidade de entregar os casos de uso.

Features / Casos de Uso	Peso (1-5)	Nota (0-3)* Fornecedor A	Total	Comentários	Nota (0-3*) Fornecedor B	Total	Comentários
Caso de Uso 1	1	3	3		2	2	
Caso de Uso 2	5	2	10		1	5	
Funcionalidade A	3	0	0		2	6	
Funcionalidade B	2	1	2		3	6	
Preço	4	2	8		0	0	
Total	-	-	23		-	19	

\*0 = Não atende

1 = Atende Parcialmente

2 = Atende

3 – Supera Expectativas

Funcionalidades, casos de uso, preço, atendimento, complexidade de implantação, entre outros itens podem ser considerados na sua tabela comparativa.

## Dicas

---

- 01 Busque ferramentas que tenham todos os canais integrados;
- 02 Tenha certeza da complexidade de implantação, integrações e manutenção, e principalmente se haverá recursos disponíveis na sua empresa para tal.
- 03 Não deixe de buscar referências;
- 04 Cuidado com o foco só em preço;

# Tipos de Ferramentas

Alguns dos principais players globais:



RESPONSYS

[www.oracle.com/br/cx/marketing/campaign-management/](http://www.oracle.com/br/cx/marketing/campaign-management/)



marketing cloud

[www.salesforce.com/products/marketing-cloud/overview/](http://www.salesforce.com/products/marketing-cloud/overview/)



[www.braze.com/](http://www.braze.com/)



[br.hubspot.com/](http://br.hubspot.com/)



[useinsider.com/](http://useinsider.com/)



[mutant.com.br/](http://mutant.com.br/)

# Tipos de Ferramentas

---

Empresas brasileiras:



[allin.com.br/](http://allin.com.br/)



[akna.com](http://akna.com)

Pequenos Negócios:



[mailchimp.com/pt-br/](http://mailchimp.com/pt-br/)



[www.giver.com.br](http://www.giver.com.br)

SMS, WhatsApp:



<https://www.twilio.com/go/twilio-brand-sales-pt-1>

Pipeline de Vendas / Gestão de Leads

- Pipedrive
- RD Station
- Hubspot
- Omie (PME)

# Tipos de Ferramentas

---

Outras startups e ferramentas internacionais:

- Customer.io
- Klaviyo
- ActiveCampaign
- Rarelogic
- Kevy
- Aweber
- Omnisend

# Braze: Na prática

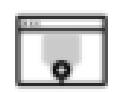
---



## THE BRAZE PLATFORM

**Create powerful customer engagement with ease, at any scale**

Orchestrate responsive, cross-channel experiences within a single interface



Enjoy trusted performance and reliability at scale



Stay compliant with world-class data security



Interagindo com seus clientes - Parte 1

# Tarefa

# Tarefa

---

Recupere o briefing que você montou no módulo anterior para a campanha de cross-sell da Petlove (incentivando quem só compra ração comprar também brinquedos).

Monte a régua de relacionamento, no formato de um fluxo, considerando se briefing e:

- Uma estratégia multicanal (email, app push e sms);
- “Respostas” para todas as ações dos clientes, em todos os canais (abertura, clique, compra, bounce);
- Quanto tempo entre cada disparo;

Monte o diagrama em um power point ou qualquer ferramenta a sua escolha, salve em PDF e suba na plataforma da EBAC para a revisão dos tutores.