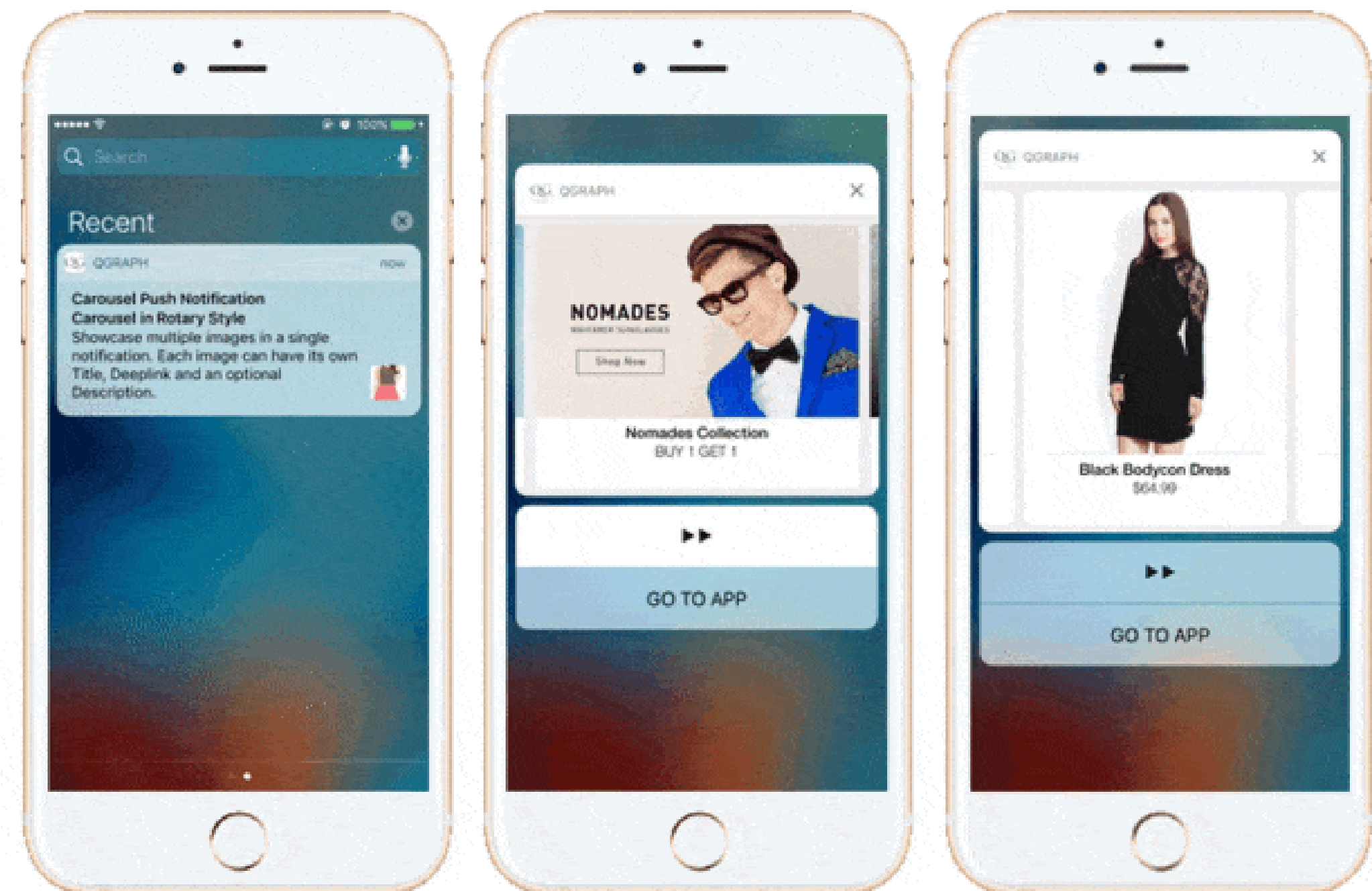


Canais e Campanhas – Parte 2

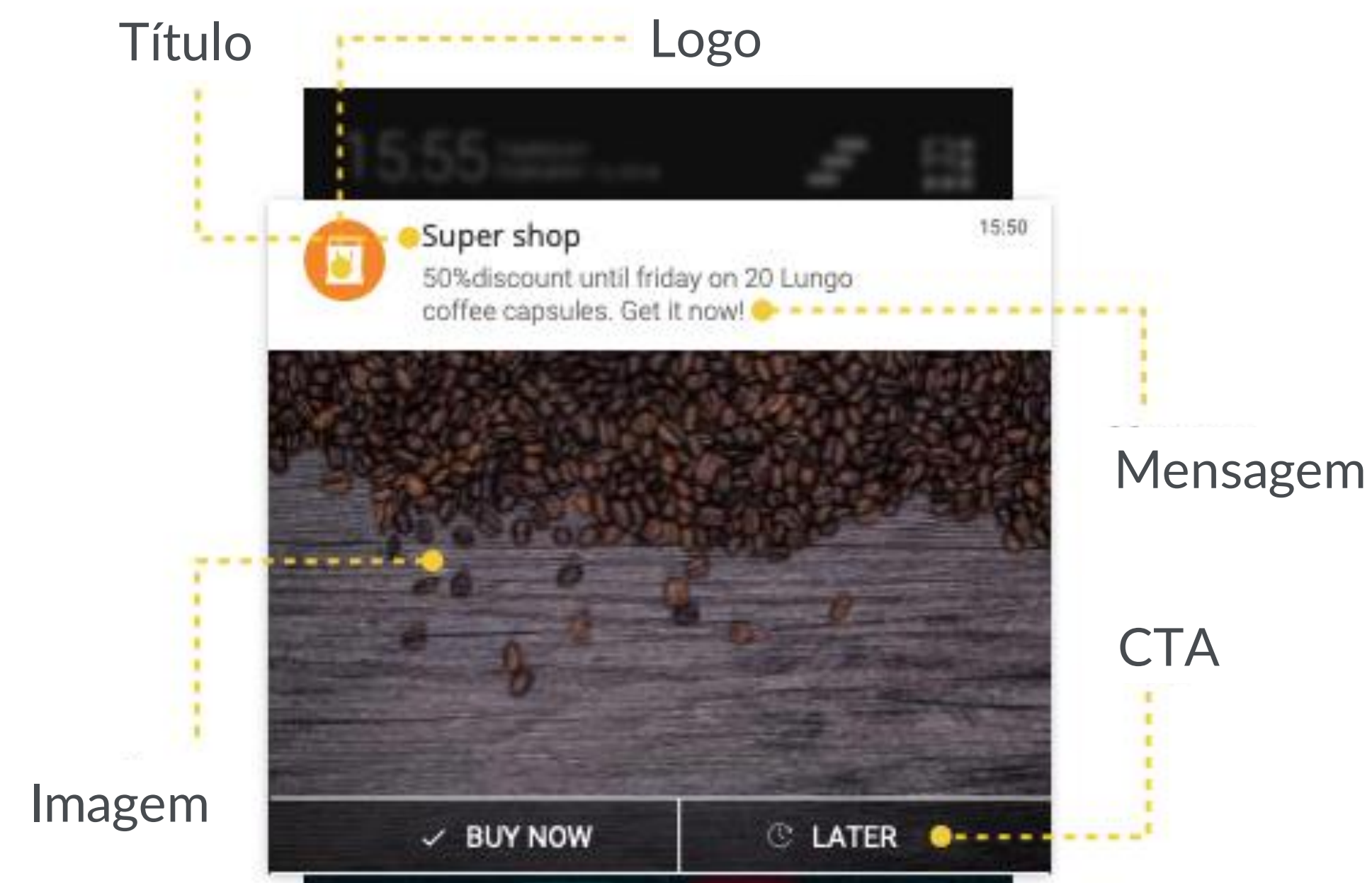
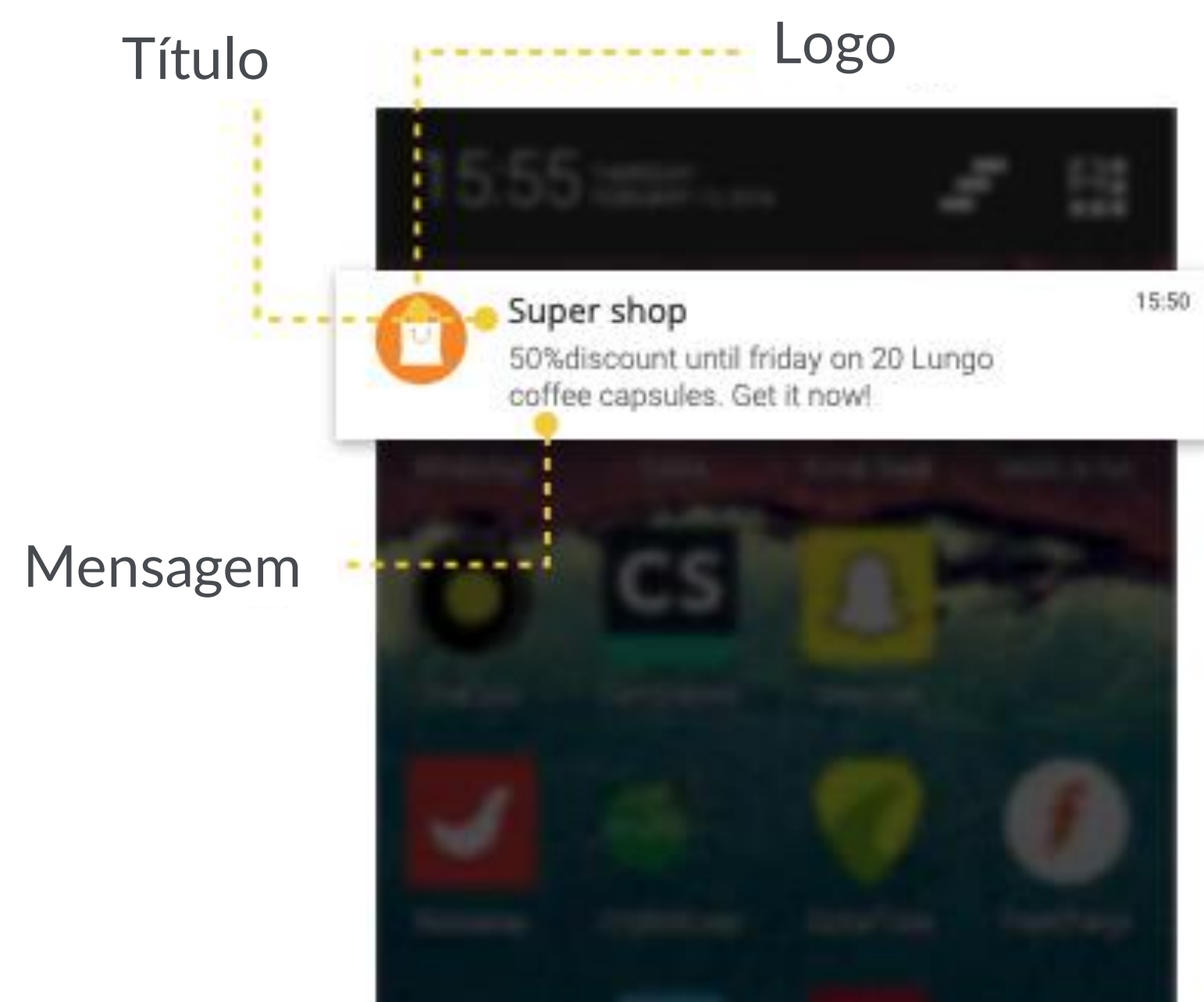
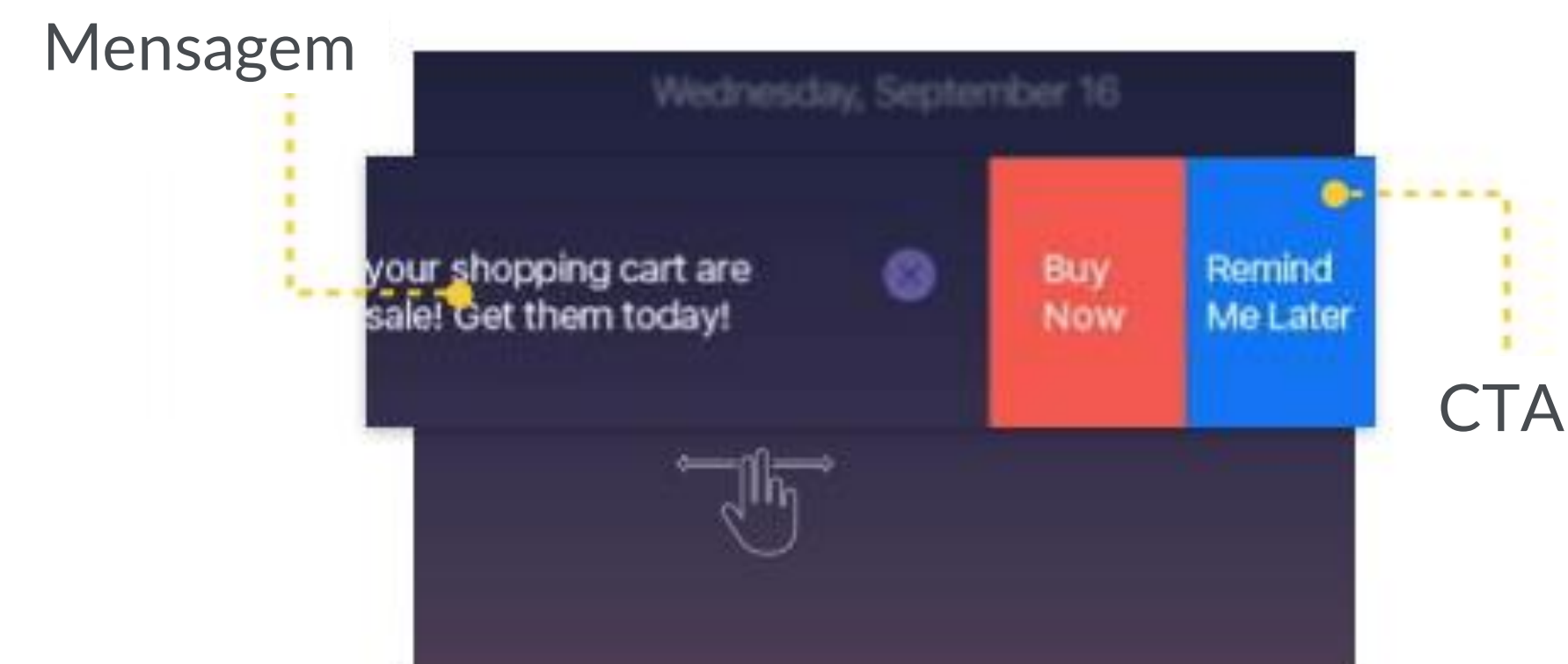
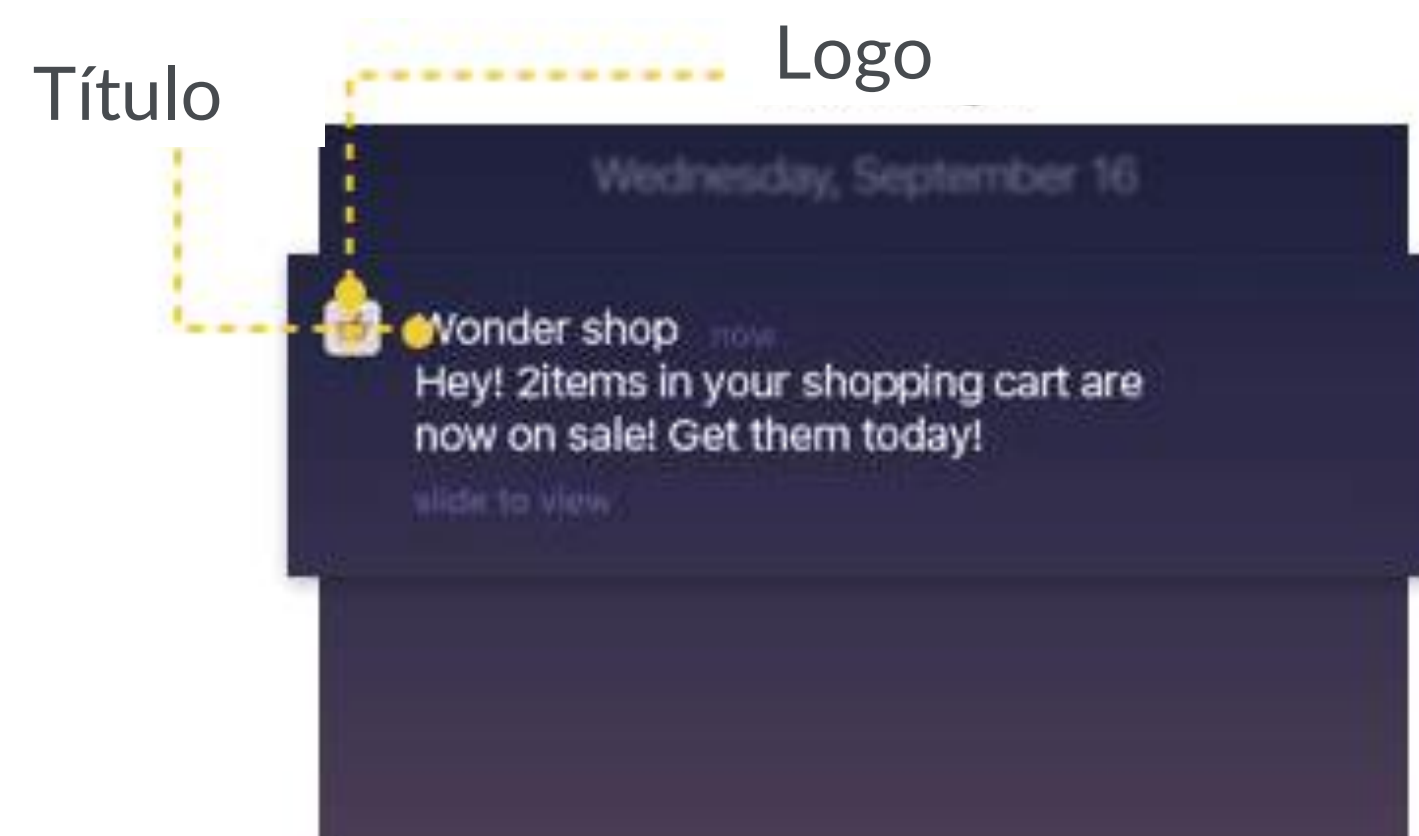
# Push, SMS e WhatsApp

# 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



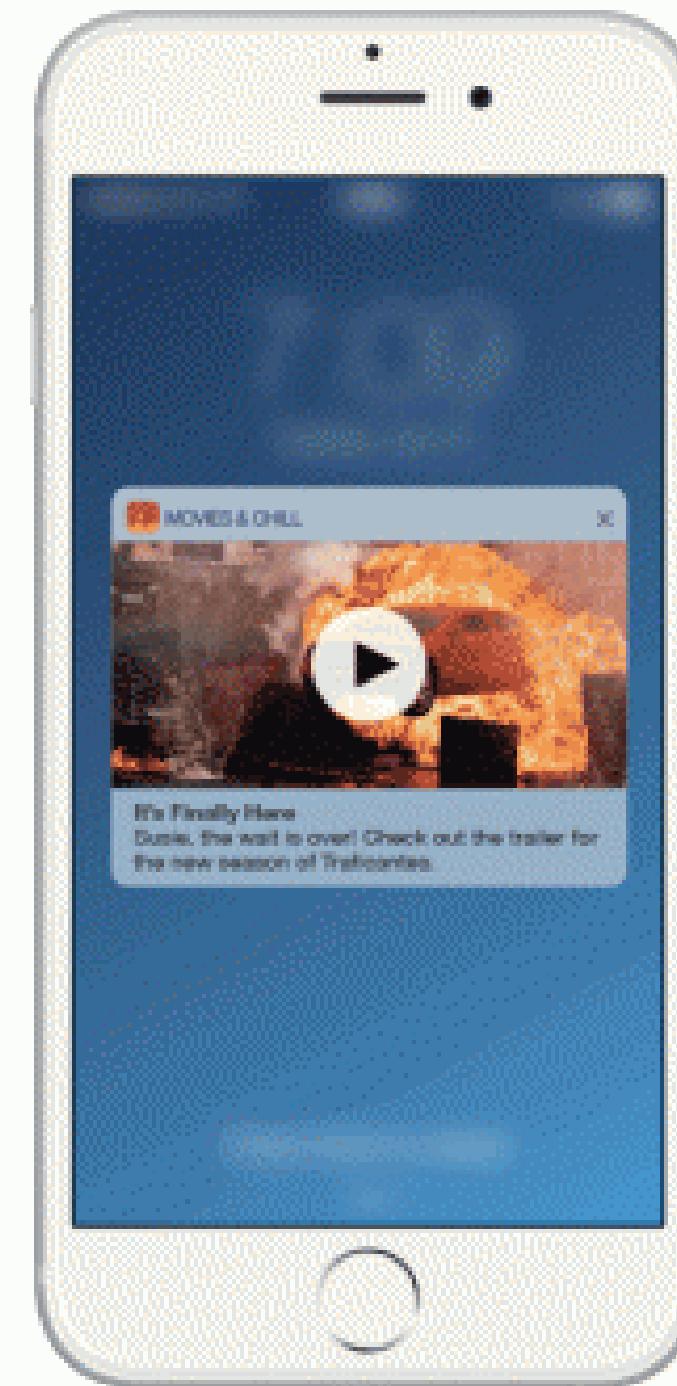
# App Push: Diferentes Formatos



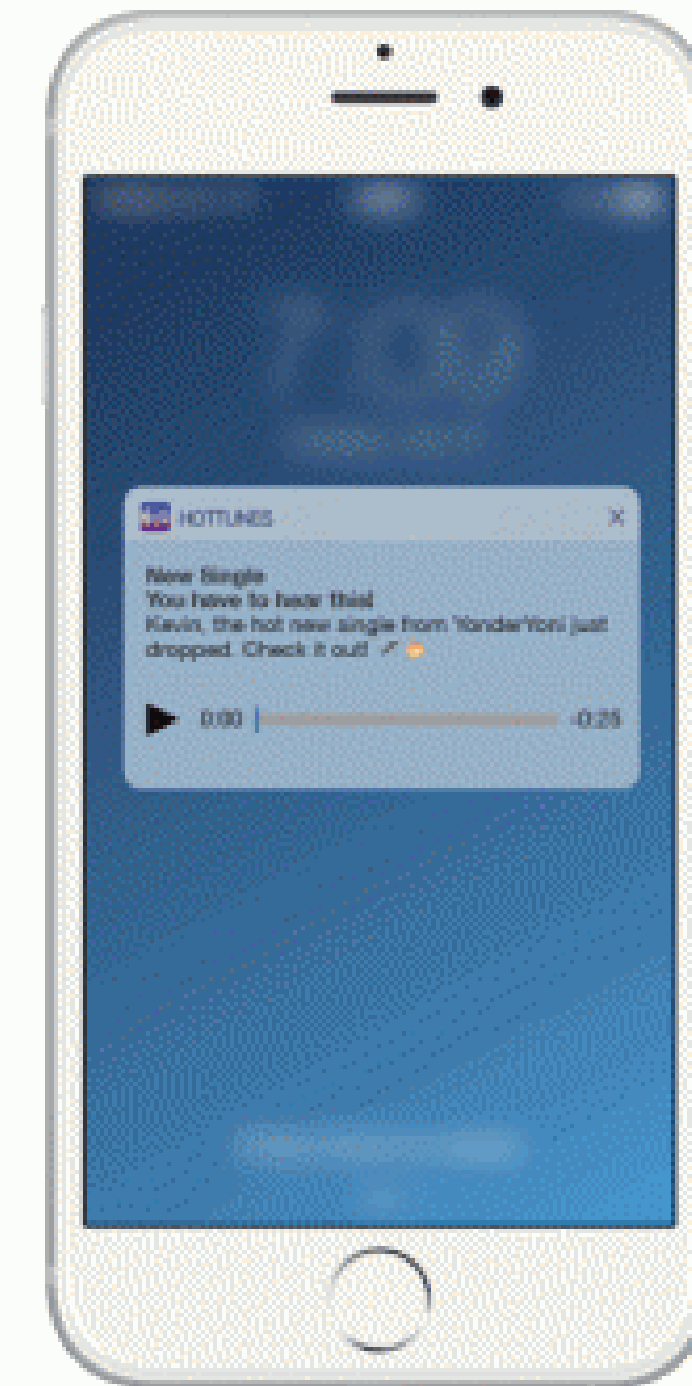
FOTO



GIF



VIDEO

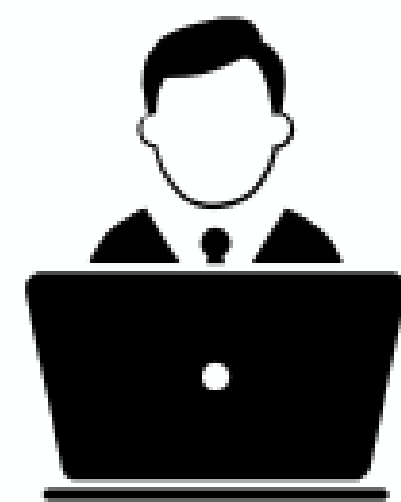


ÁUDIO

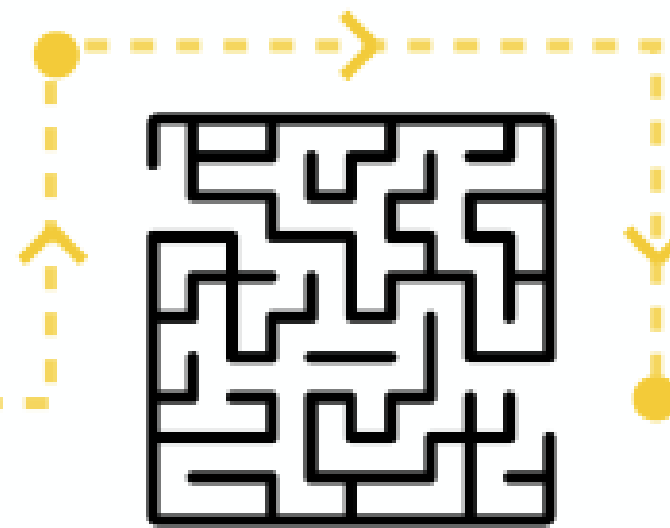


# App Push

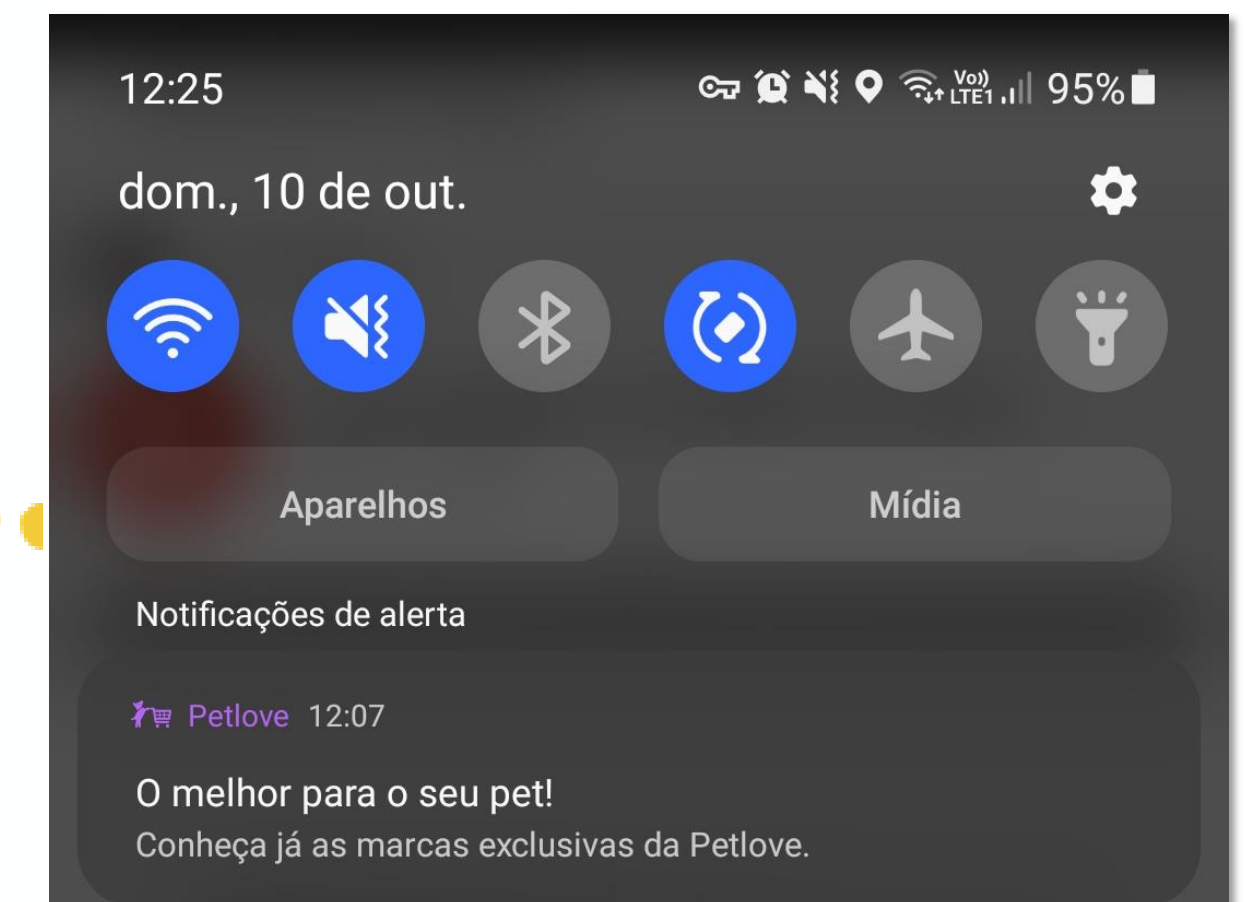
É um canal bem mais efetivo que o email, uma vez que não existe “spam” e todo o conceito de entregabilidade.



Dono do app



Complexidade da  
Entregabilidade



Mensagem foi entregue

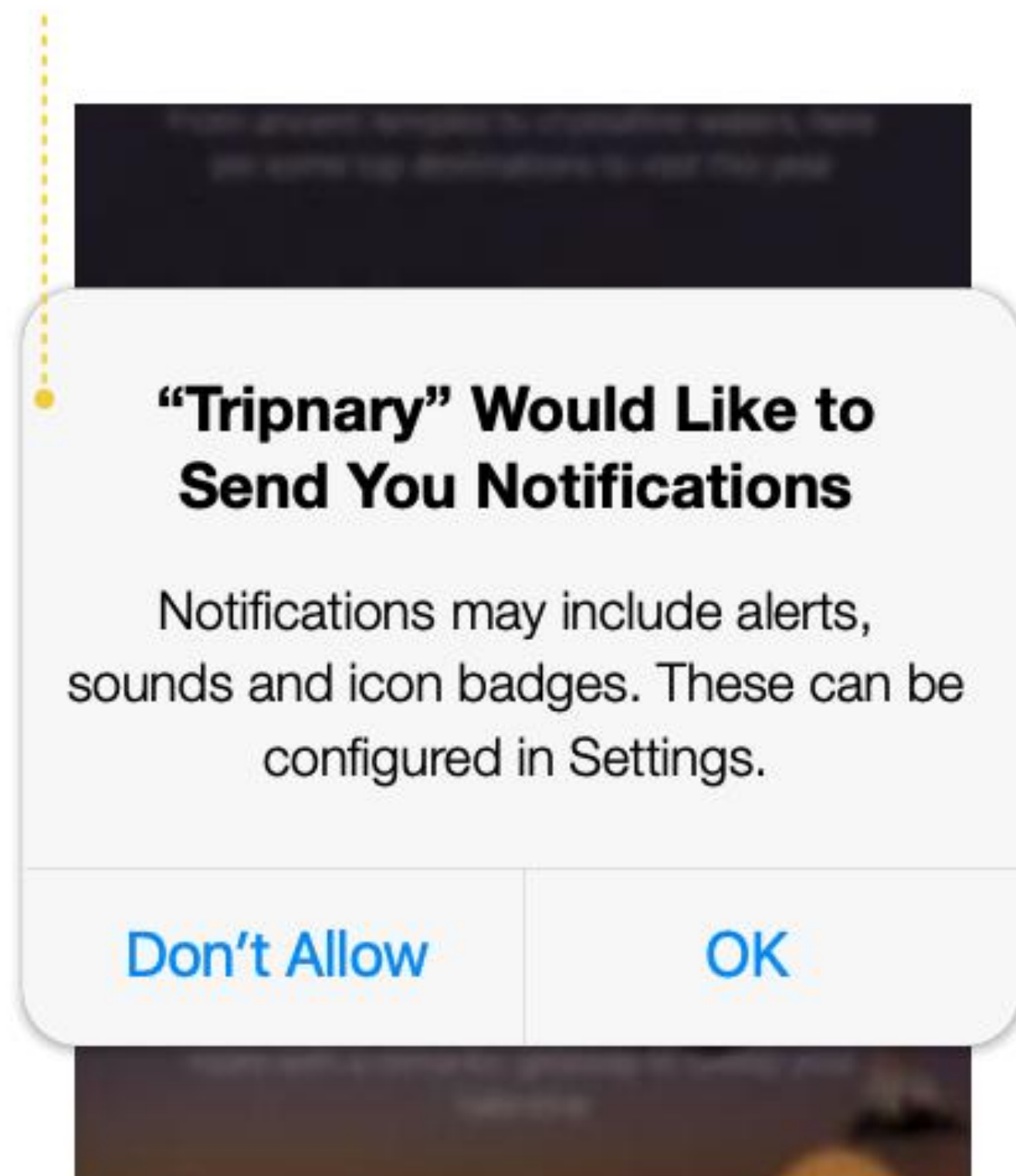
# App Push

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



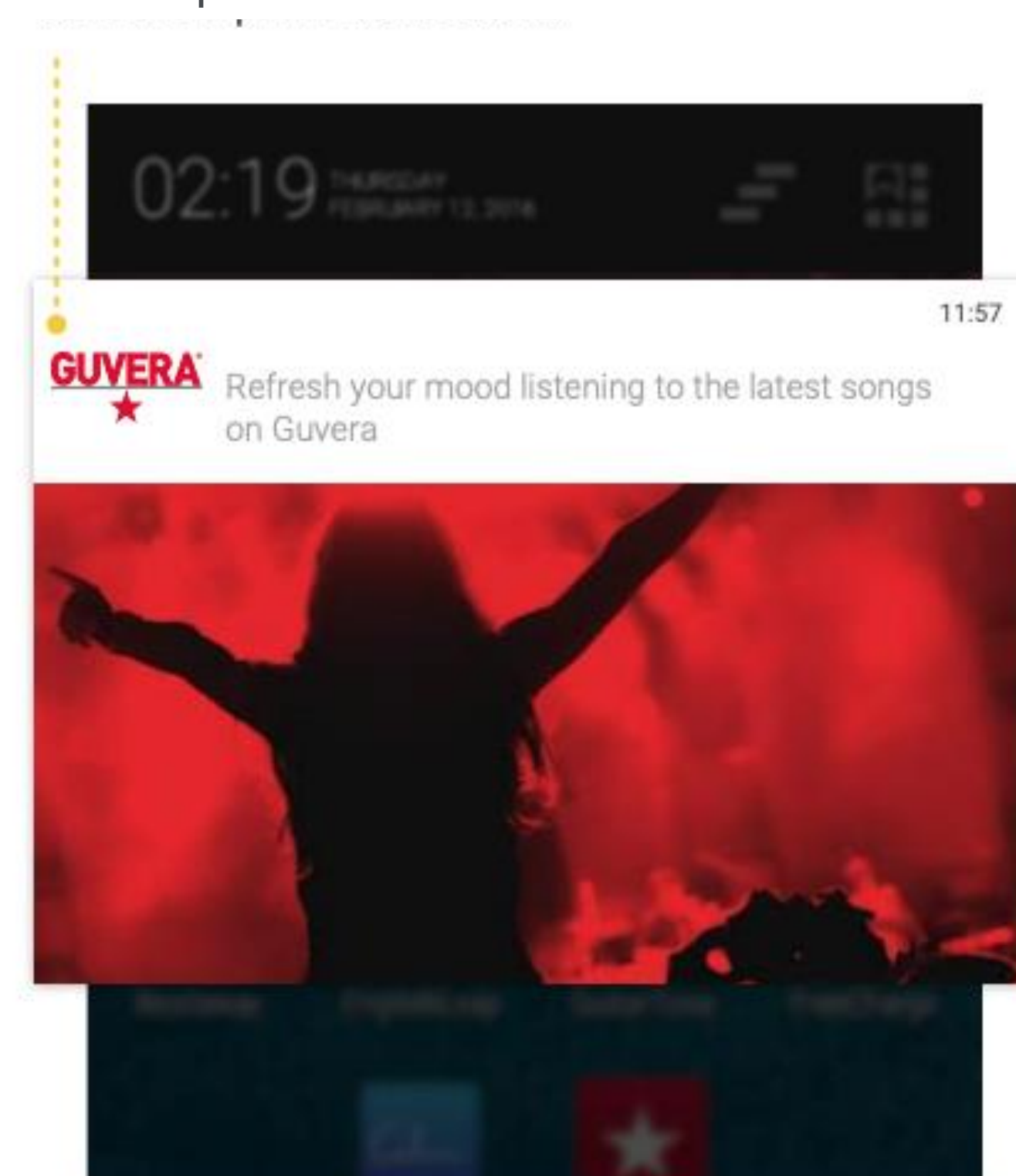
# App Push: Opt-In (permissão/consentimento do usuário)

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



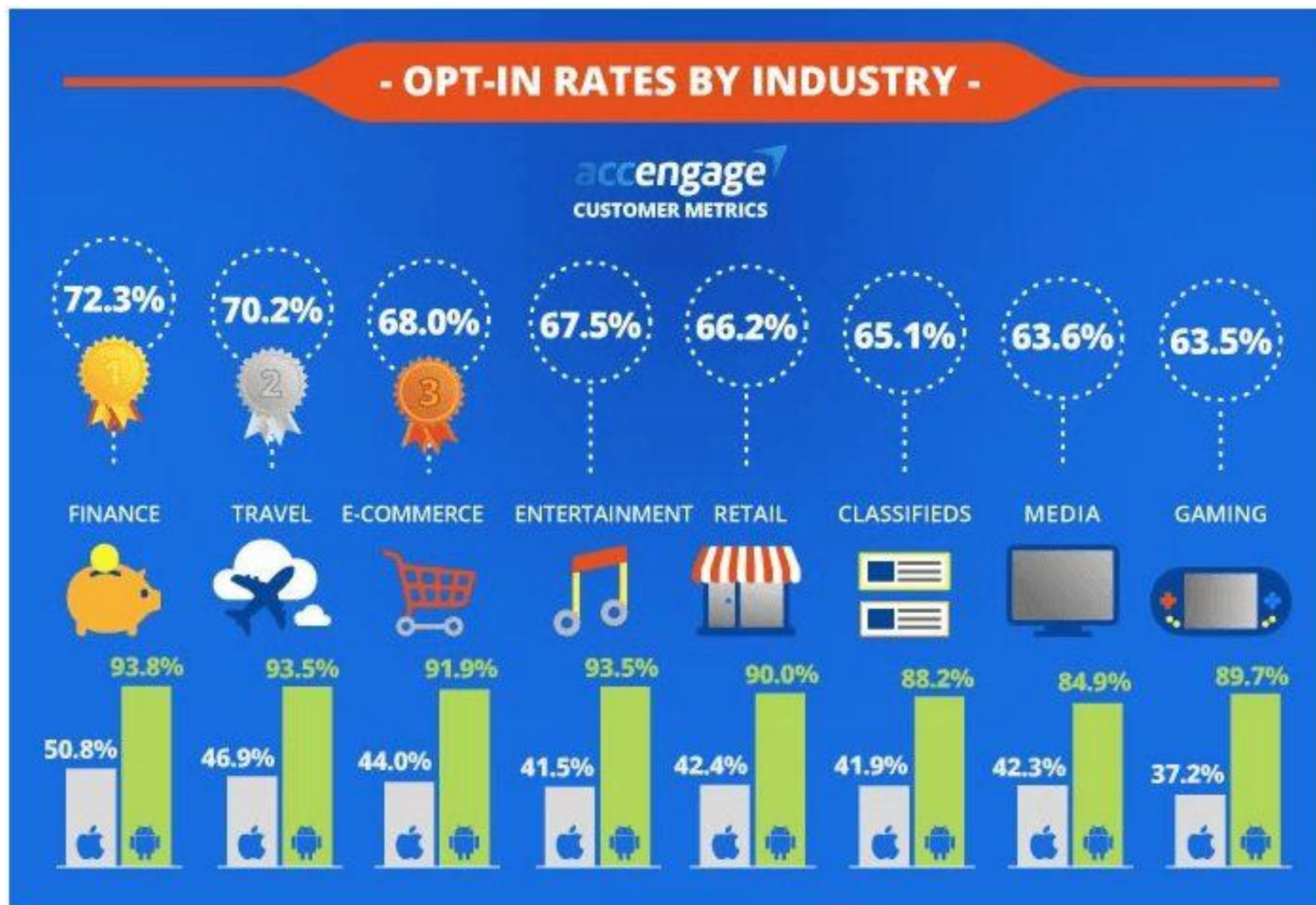
Média: 44%

**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%**

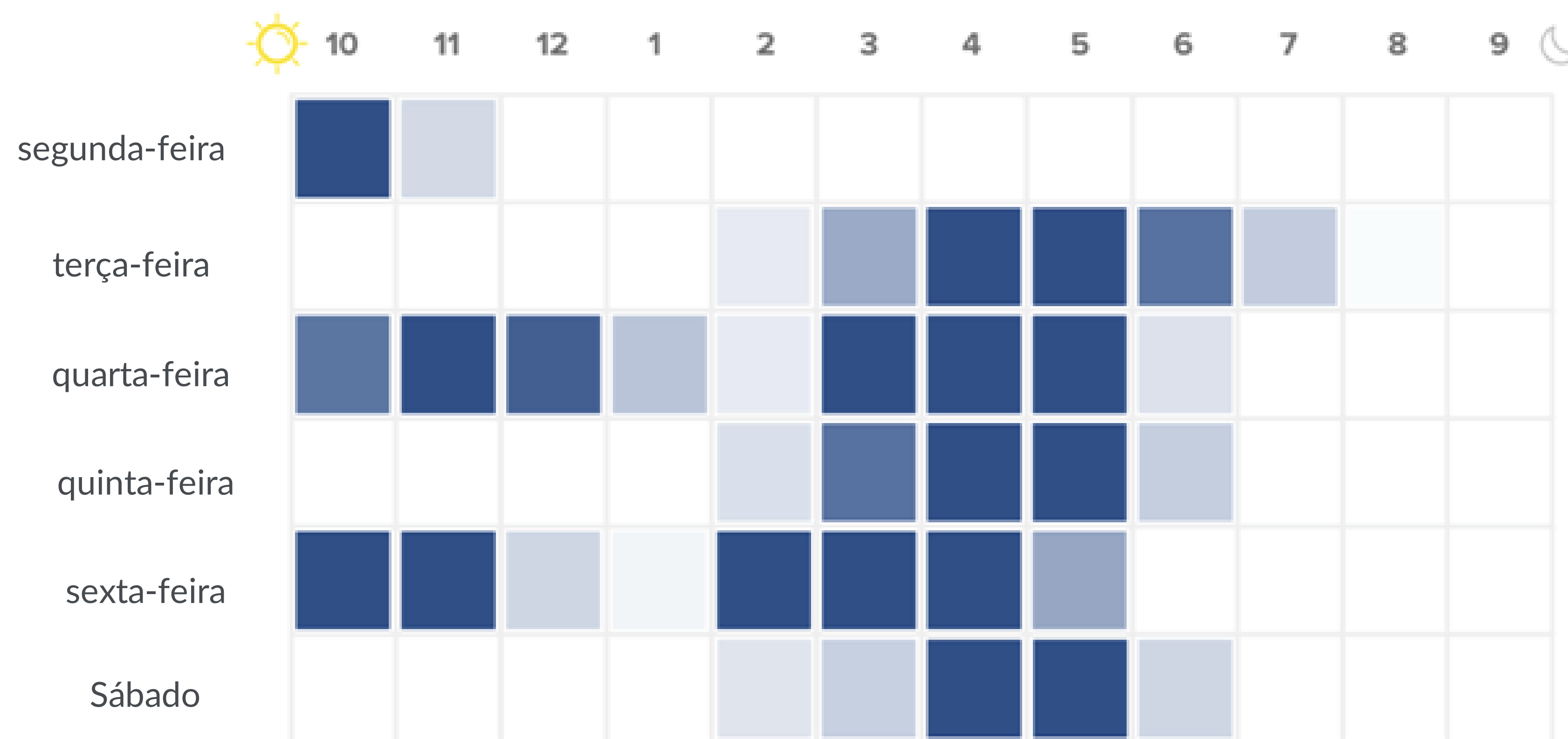
11-20  
palavras

**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;





# Web Push



O que seu pet precisa?

Assinatura Meus pedidos Entrar | Cadastrar

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

**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

**DIAS 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 SACHÊS E PETISCOS POR MENOS**

EU QUERO

**brinde**

**SAMSUNG**

PRÉ-VENDA | Tempo limitado!

Compre Galaxy Note9 e ganhe Gear 360

shop.samsung.com

**COMPRE** um Galaxy Note9  
**GANHE** uma câmera Gear 360

Compre agora

**SAMSUNG**

PRÉ-VENDA | Tempo limitado!

Compre Galaxy Note9 e ganhe Gear 360.

Google Chrome • 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;

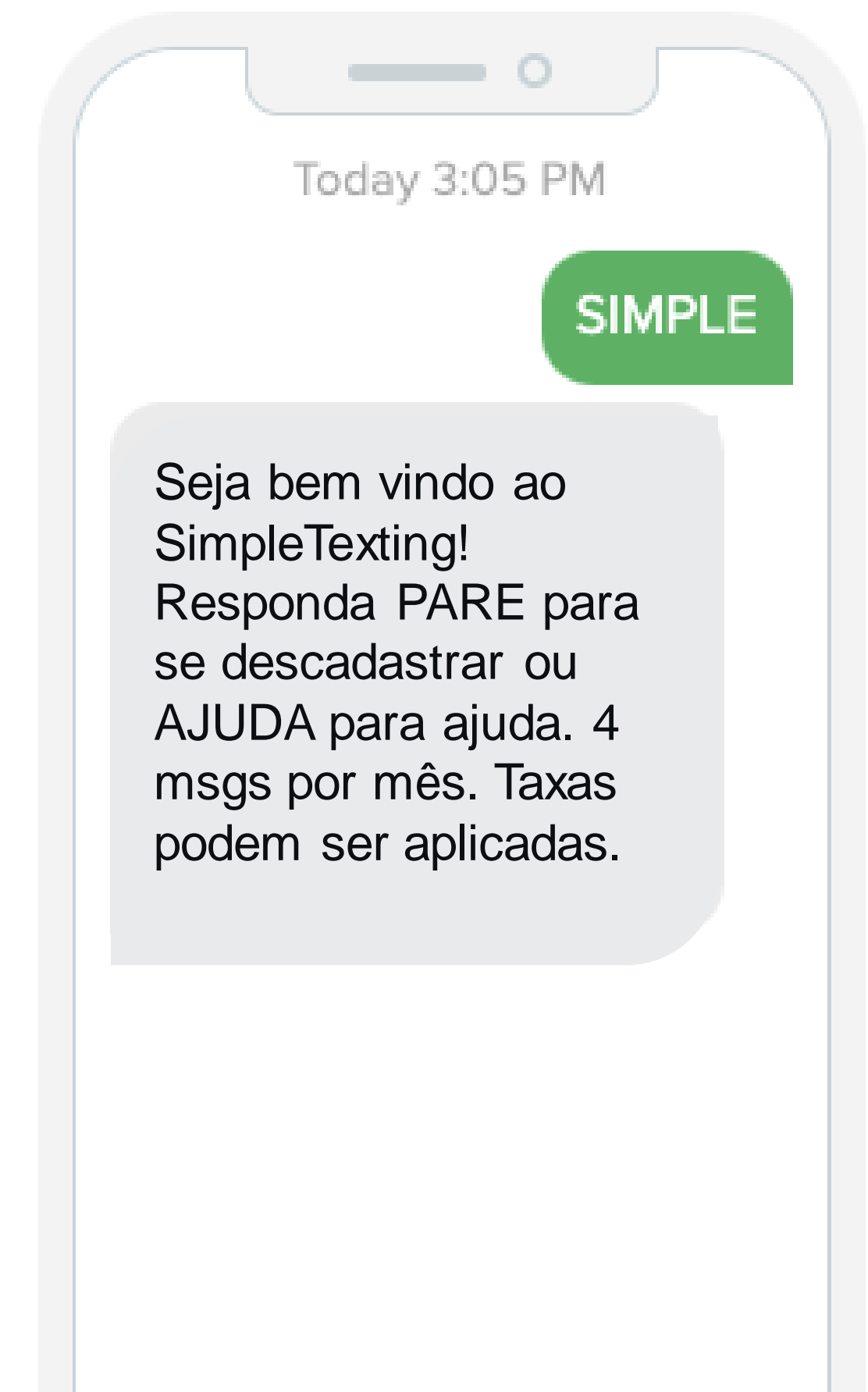
Funciona bem para lembretes,  
alertas, confirmações, e  
notificações!

# 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.

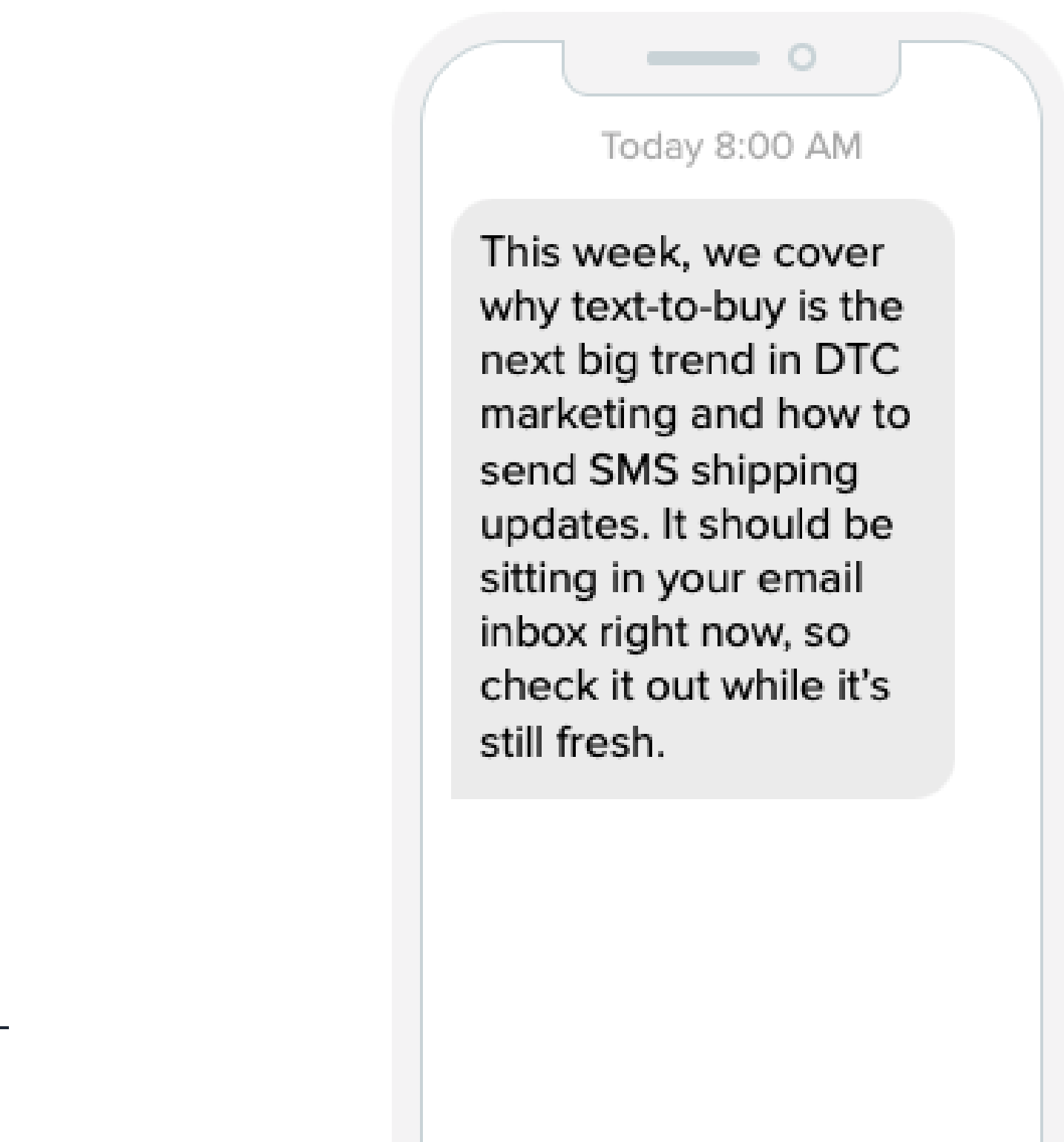
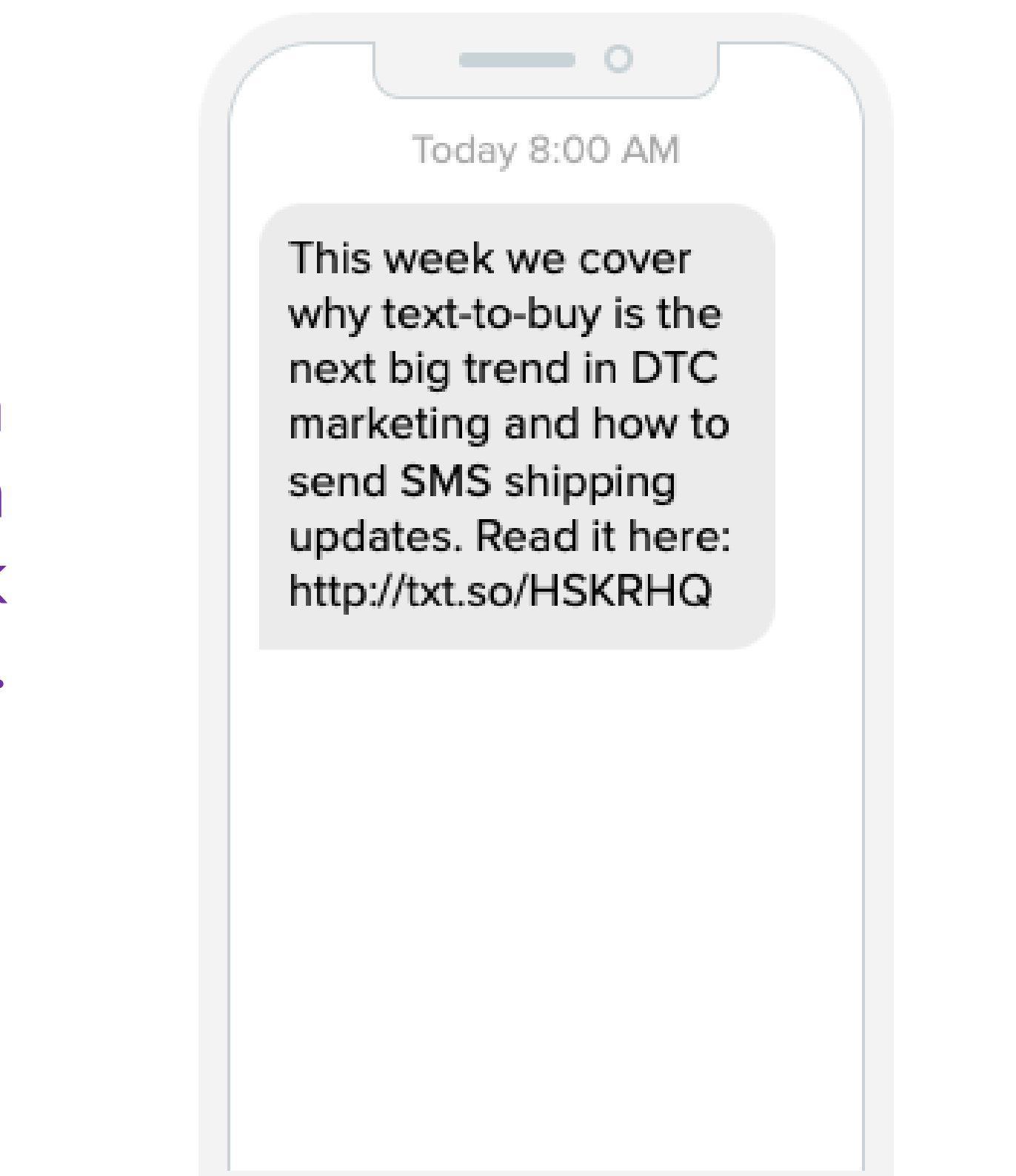


# SMS + Email

---

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.





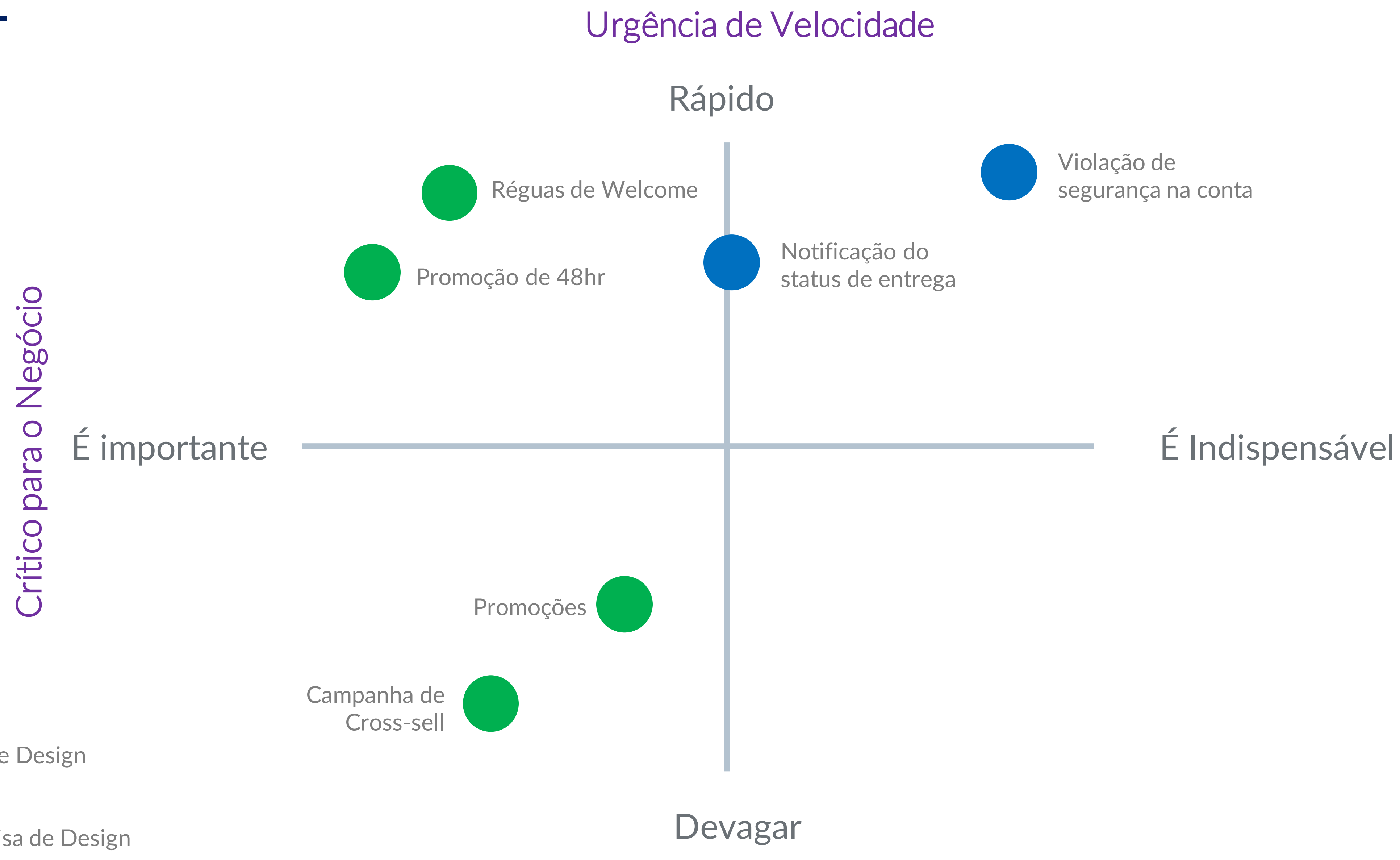
# SMS + Email

---

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

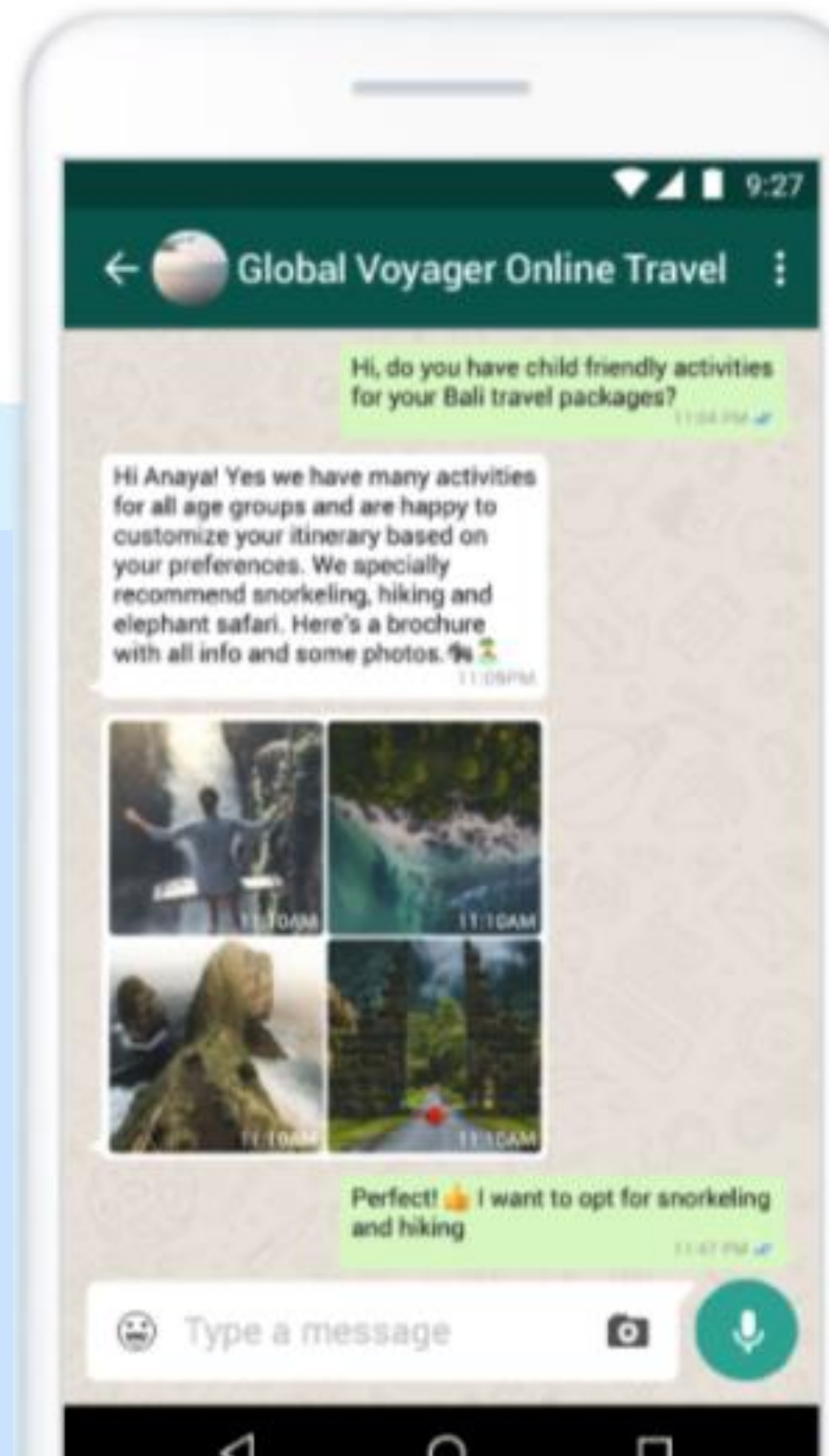
Existem duas formas de envio:



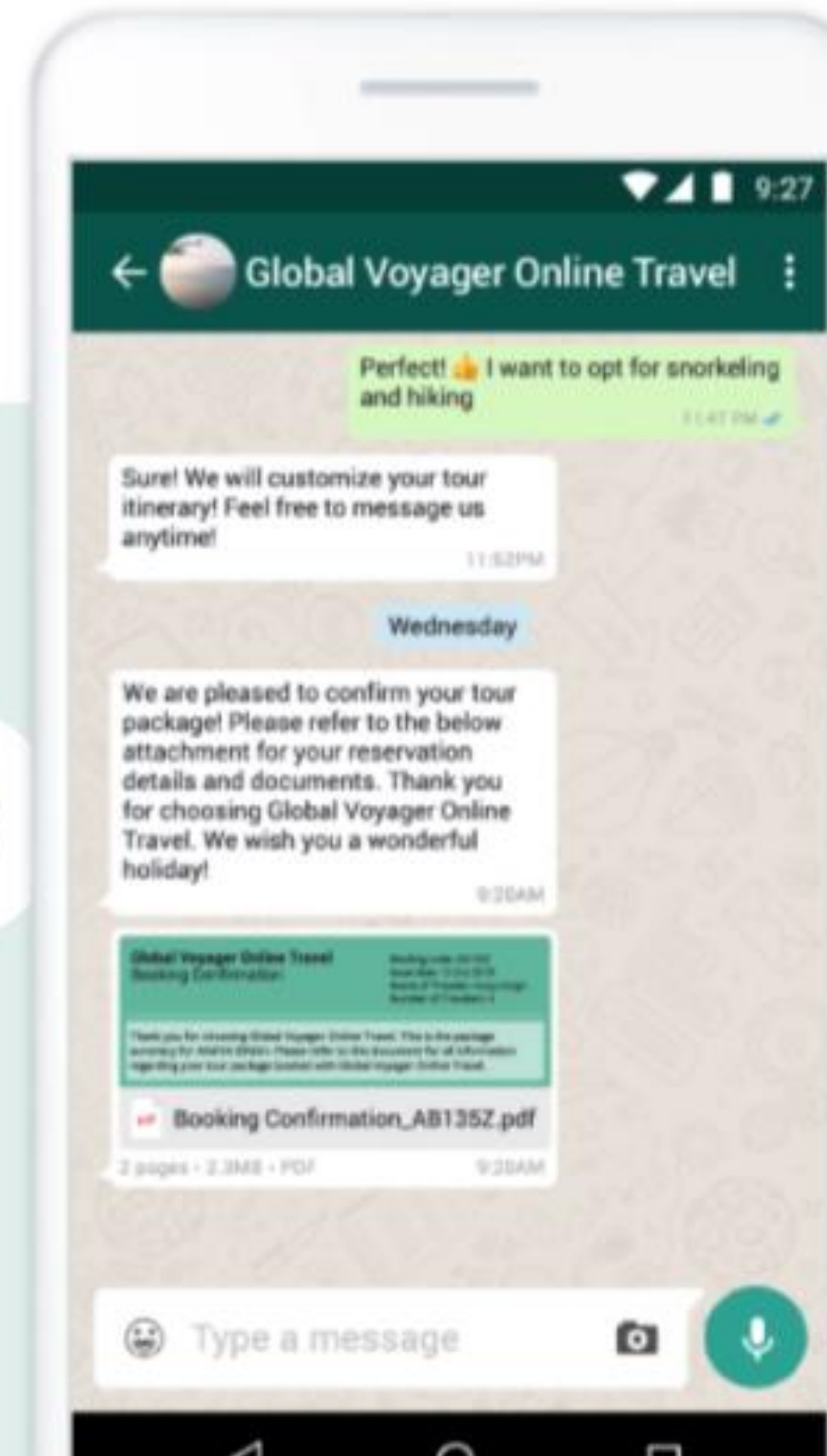
## Usuário inicia a conversa

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.



VS



## Empresa inicia a conversa

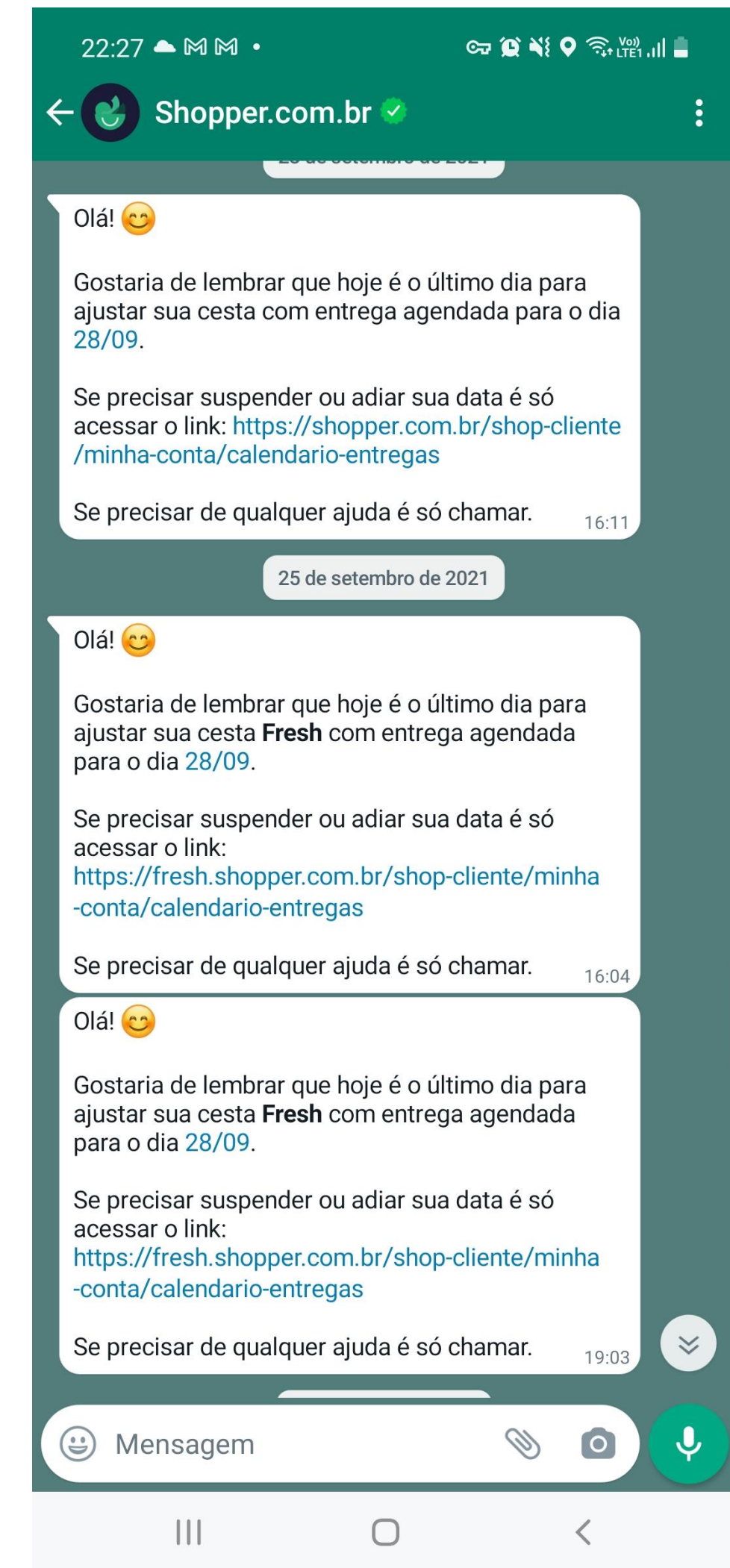
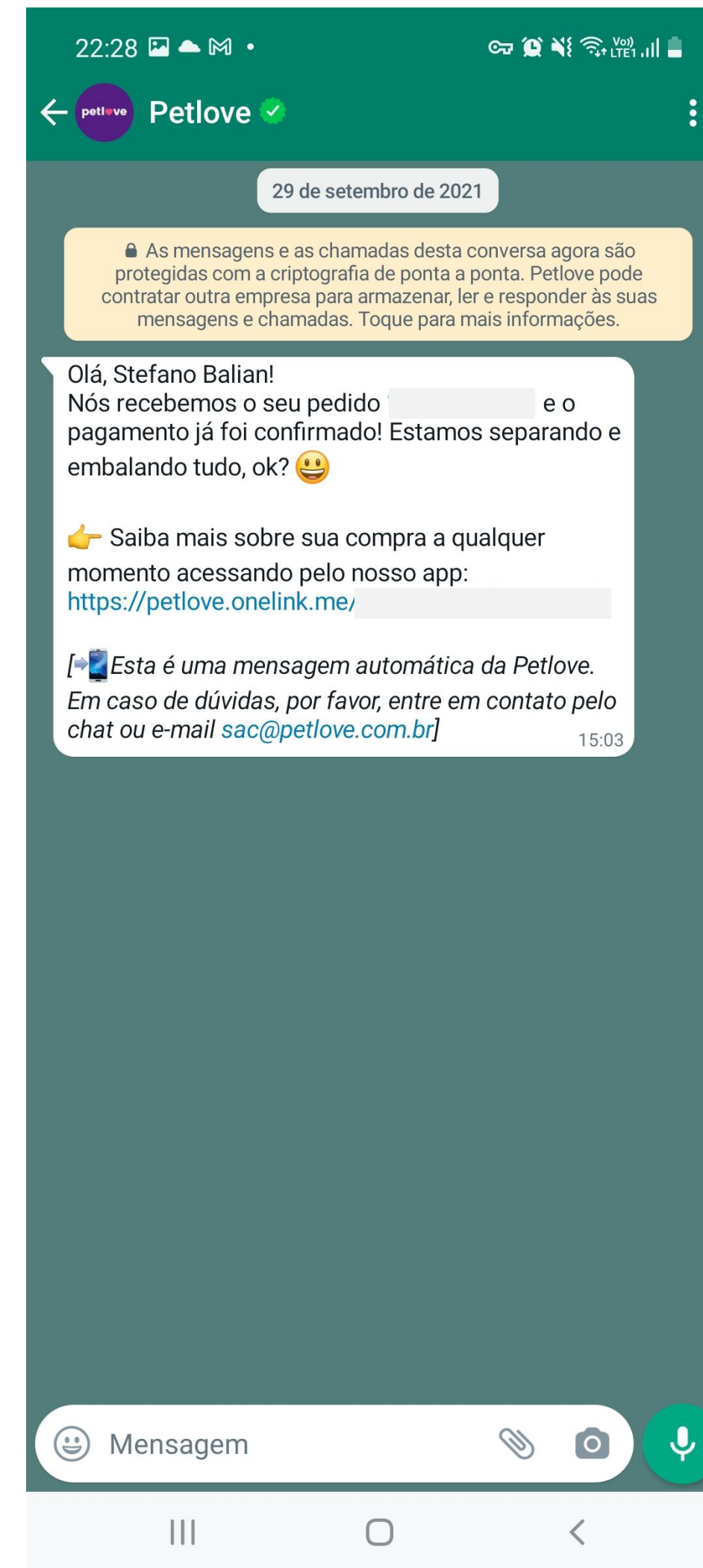
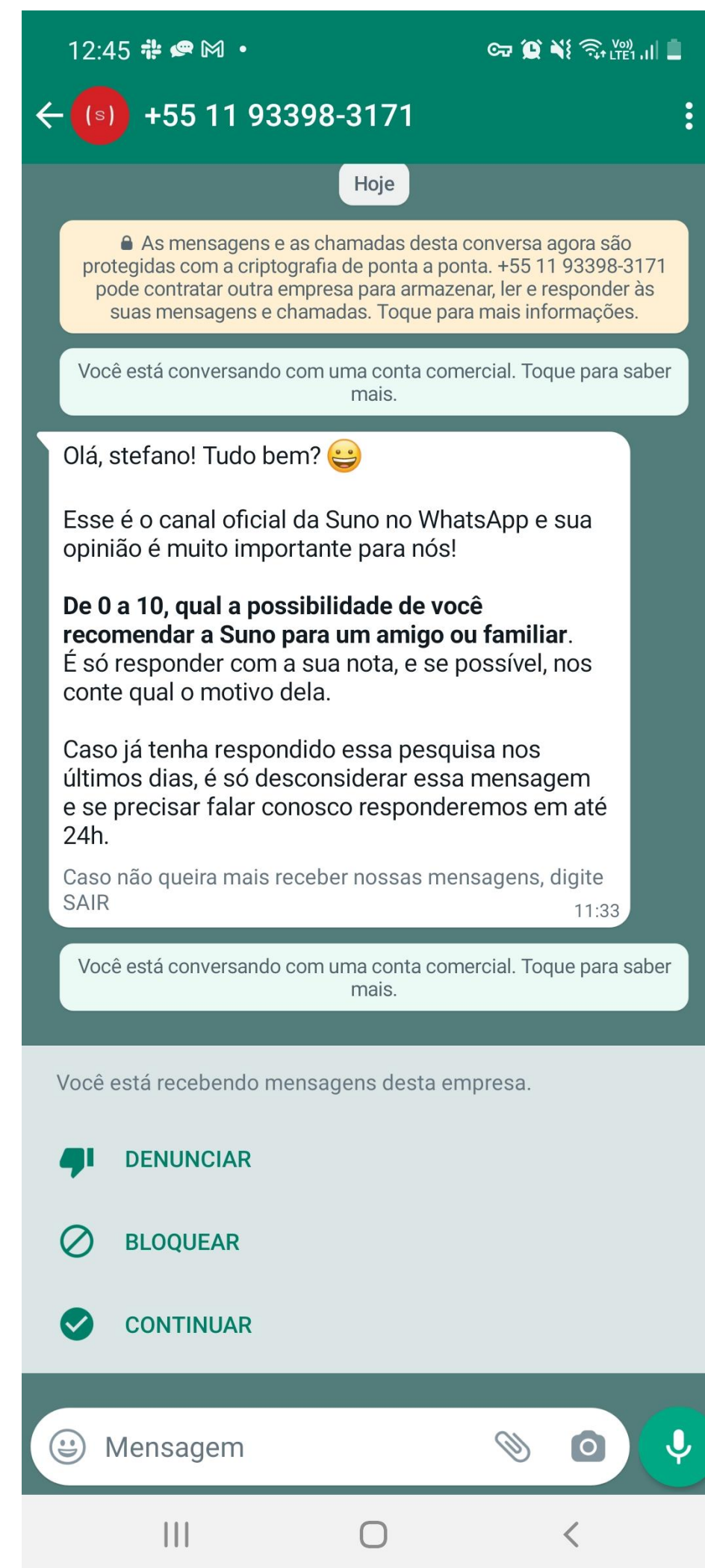
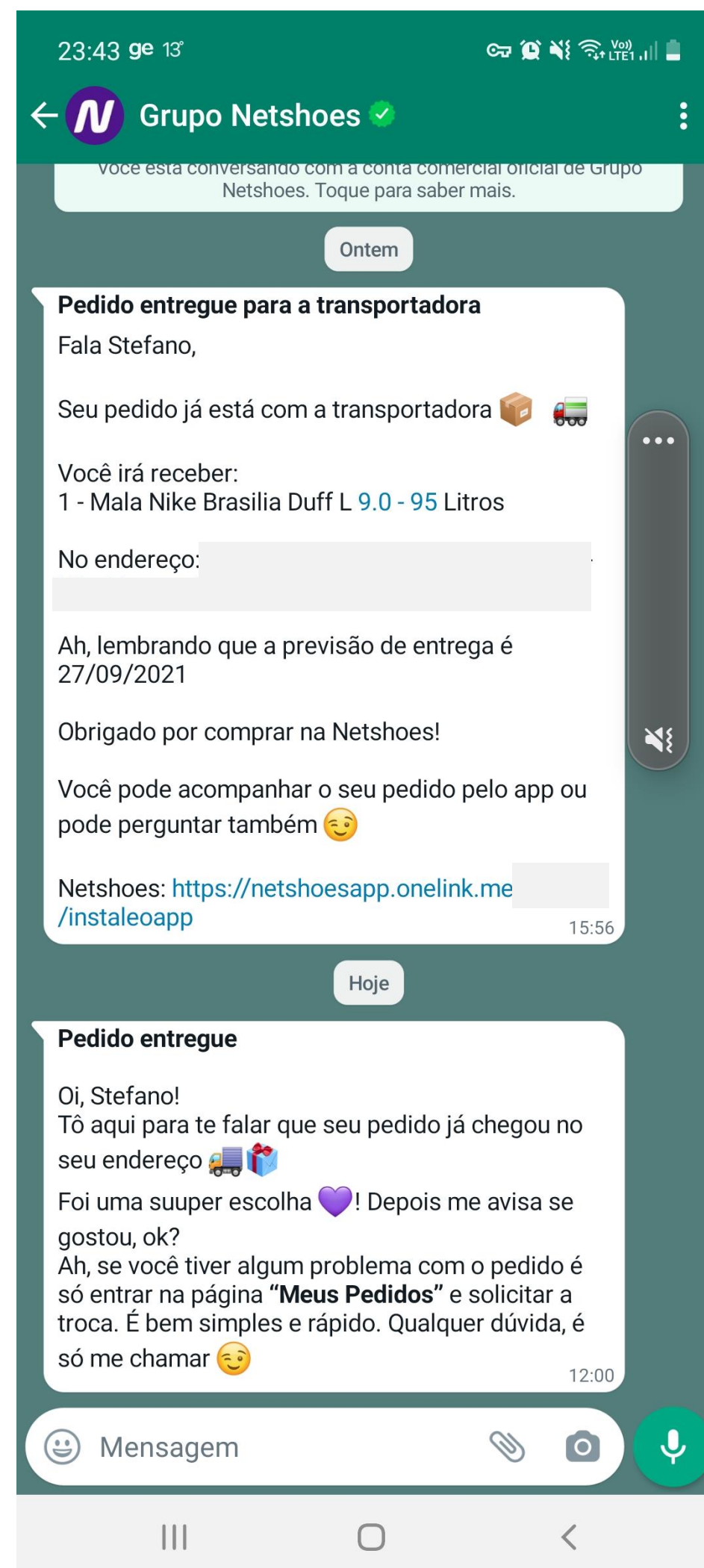
A empresa começa a conversa enviando uma mensagem para o usuário/cliente.

- 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 rações 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



**CURIOSIDADE**

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

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

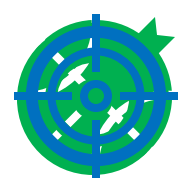
**OTIMIZAÇÃO DA SAÚDE**  
Com ingredientes especialmente selecionados a fim de prevenir problemas de saúde

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



Canais e Campanhas – Parte 2

# Jornadas e Réguas de Relacionamento



# Gestão de Campanha

Performance

Oferta

Target

Criativo

Réguas e Jornadas

Seleção

Campanha

Universo

Automação

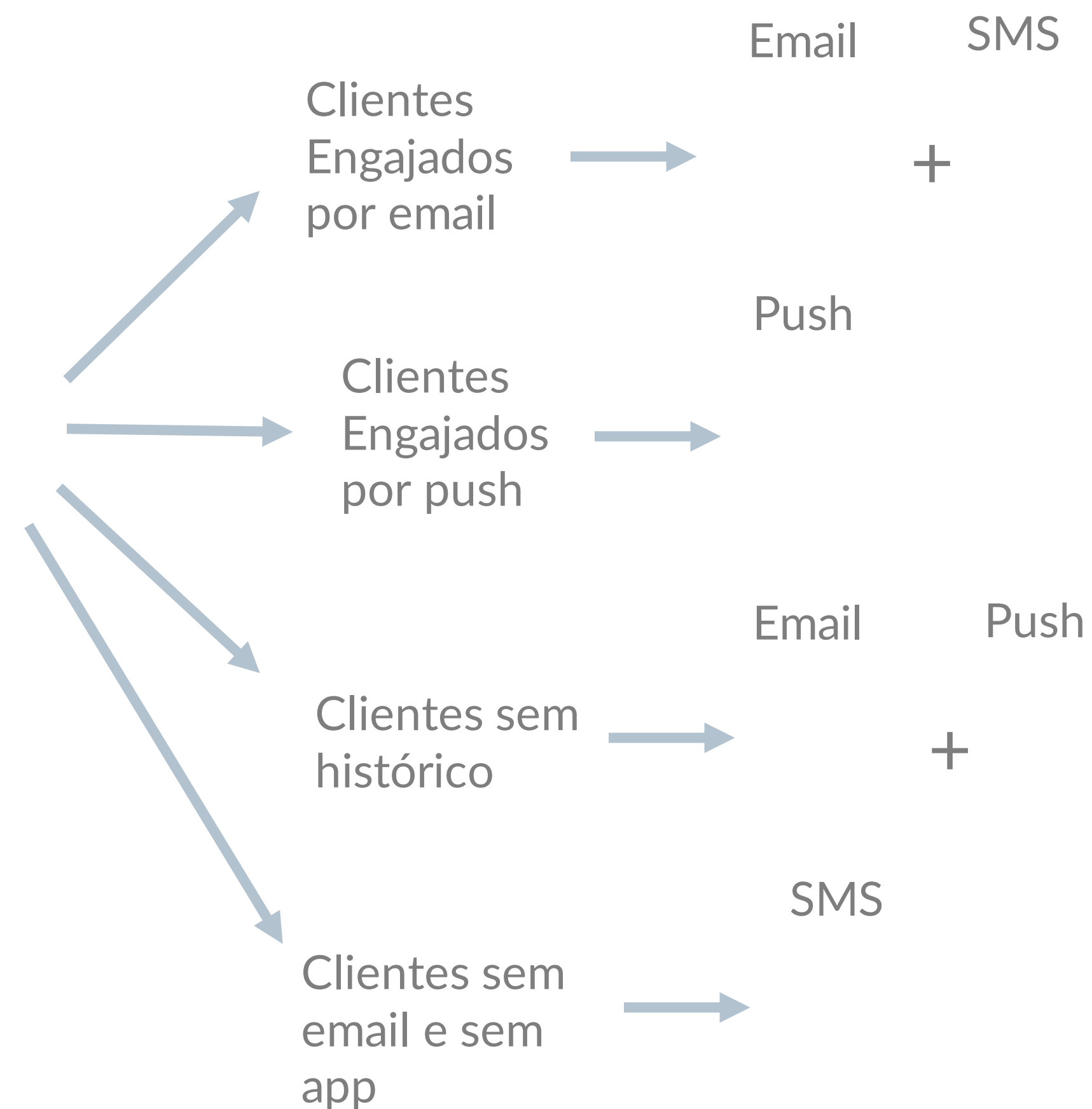
Respostas

Audiência



# Campanha Multicanais

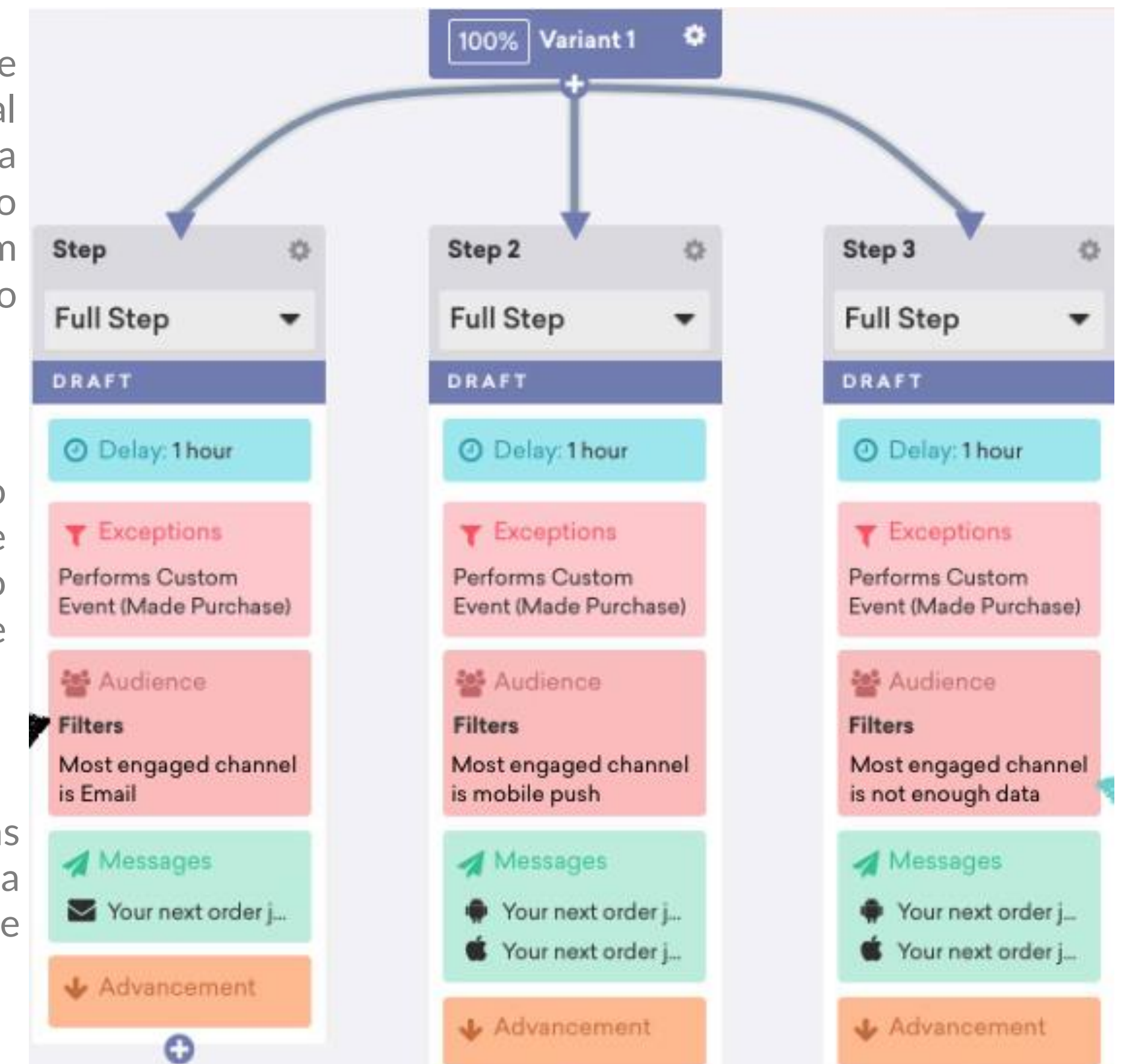
Clientes usam mais de um canal; as empresas deveriam usar também → usar um canal é efetivo, mas nada vence uma estratégia multicanais.



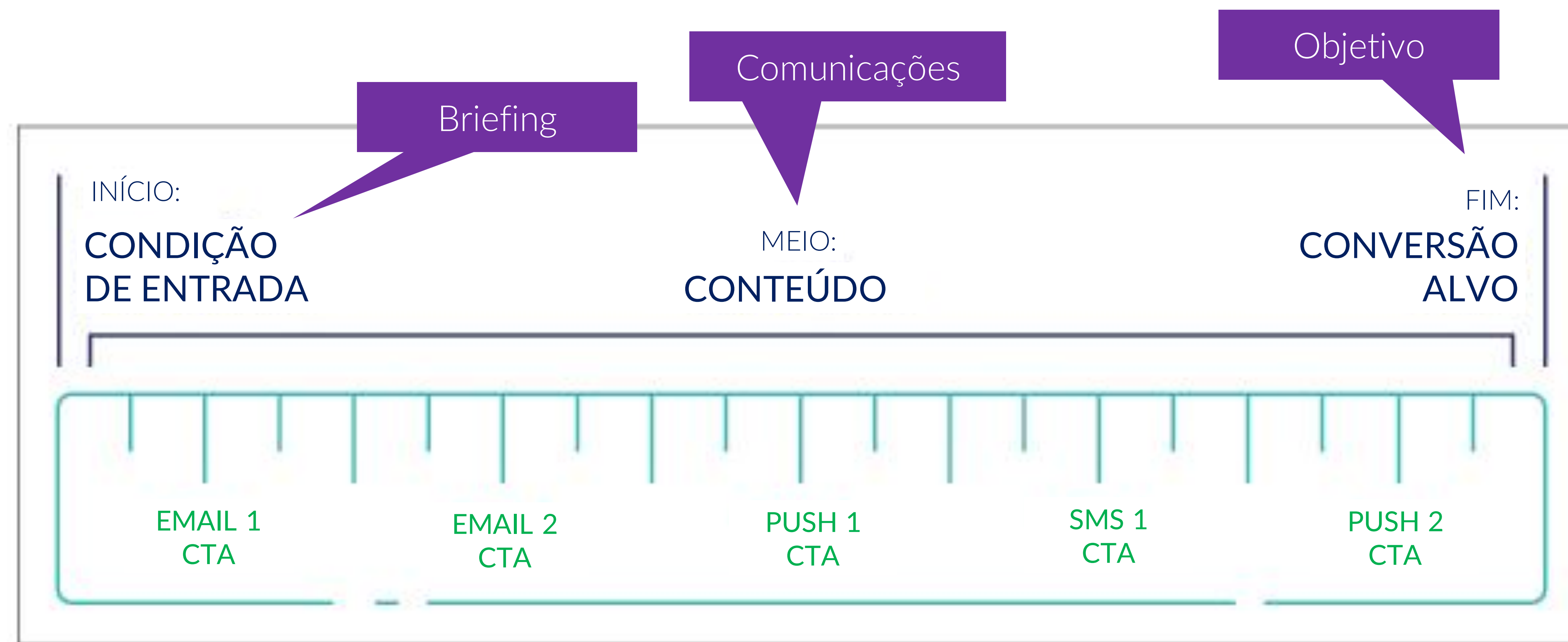
Você pode escolher o canal de preferência para quem não tem engajamento

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

D0

D2

D4

**petlove**

**AGORA VOCÊ É UM PETLOVER!**

Olá, Nome\_Cliente.

Estamos muito felizes em ter você aqui na Petlove!

Saiba que não vamos medir esforços para fazer você e seu pet ainda mais felizes.

Mas antes de tudo, que tal conhecer um pouquinho mais sobre a gente com o Oscar A. Melo e a Gata Sensata?

Ah, no final do e-mail ainda tem um presente para você! 🐾

**Mais de 15 mil produtos**  
De ração e brinquedos a acessórios e medicamentos.

**Serviços**  
Hospedagem, pet sitter e muito mais com a qualidade DogHero

**Assinatura Petlove**  
Programa as compras do seu pet e economize

**App Petlove**  
Tudo que seu pet precisa, na palma da sua mão

**Blog Petlove**  
Dicas sobre o mundo pet com quem entende do assunto

**PRESENTE DE BOAS-VINDAS:**

**TUDO QUE SEU PET PRECISA  
COM 15% OFF  
NA PRIMEIRA COMPRA\***

\*Desconto aplicado diretamente no carrinho.

**EU QUERO**

**petlove**

**JÁ CONHECE A ASSINATURA PETLOVE?**

Esquecer de fazer as compras do pet é tão ultrapassado!

Com a Assinatura Petlove você programa para receber tudo que seu pet precisa, sem pagar nada a mais por isso.

E se você gosta de desconto como eu, vai aproveitar mais ainda!

**Sem taxas**  
Serviço gratuito, você paga apenas pelas compras que fizer

**10% OFF sempre**  
10% OFF em todas as compras na Petlove

**15% OFF em serviços**  
Hospedagem, pet sitter, creche, passeios e muito mais

**Chat com médicos veterinários**  
Tire dúvidas sobre os melhores produtos para seu pet

**QUERO SER ASSINANTE**

**petlove**

**QUEREMOS CONHECER SEU PET!**

Nome\_Cliente, quanto mais sabemos sobre seu pet, mais conseguimos te ajudar a cuidar dele.

Cadastre seu peludo agora mesmo em nosso site ou App e aproveite todos os benefícios!

1 Perfil exclusivo do seu pet

2 Indicação de produtos personalizados

3 Carteirinha virtual de vacinação

4 Registro dos produtos favoritos

Capricha na foto do perfil, hein?

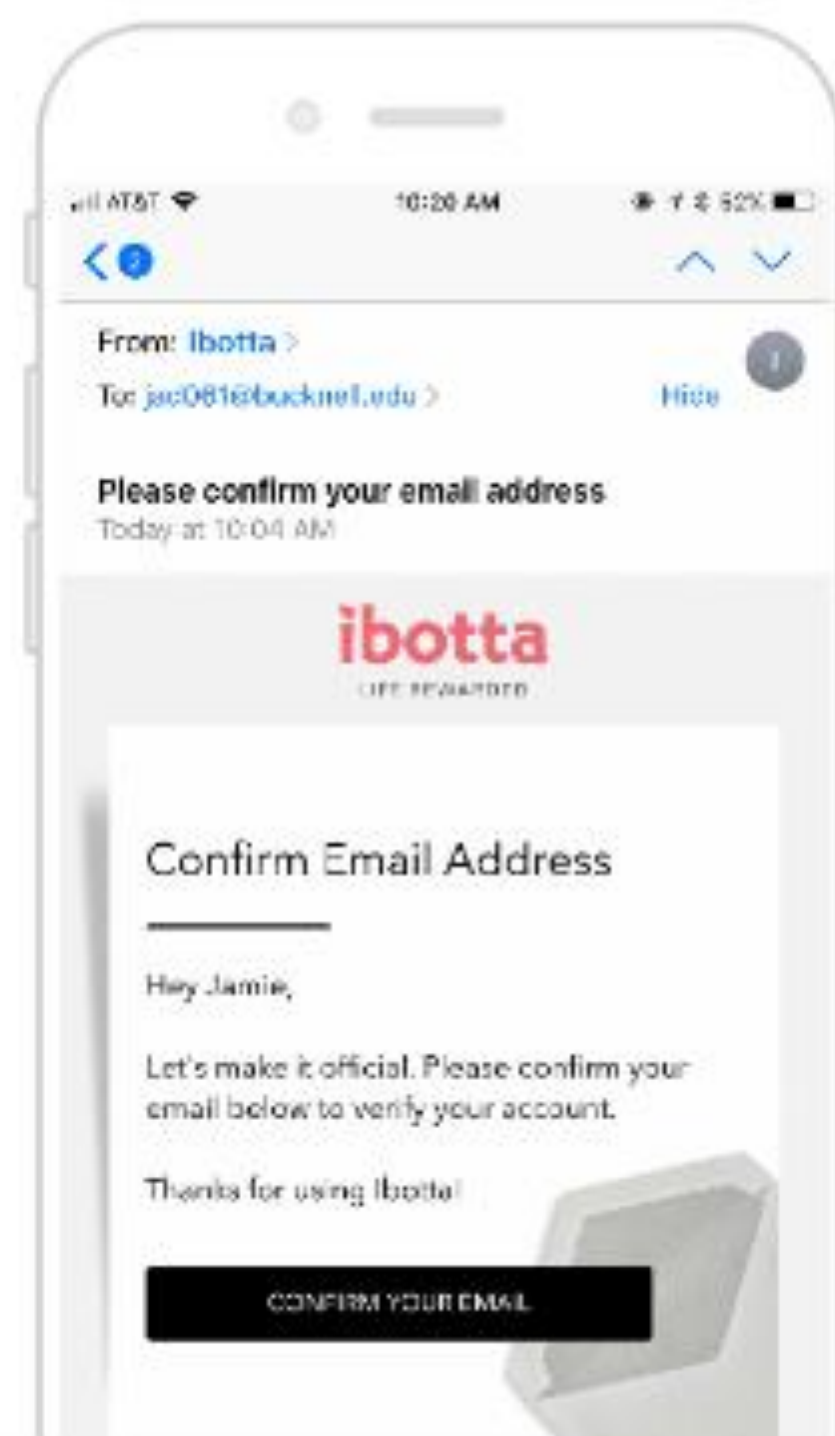
**CADASTRE JÁ**



# Welcome: Ibotta

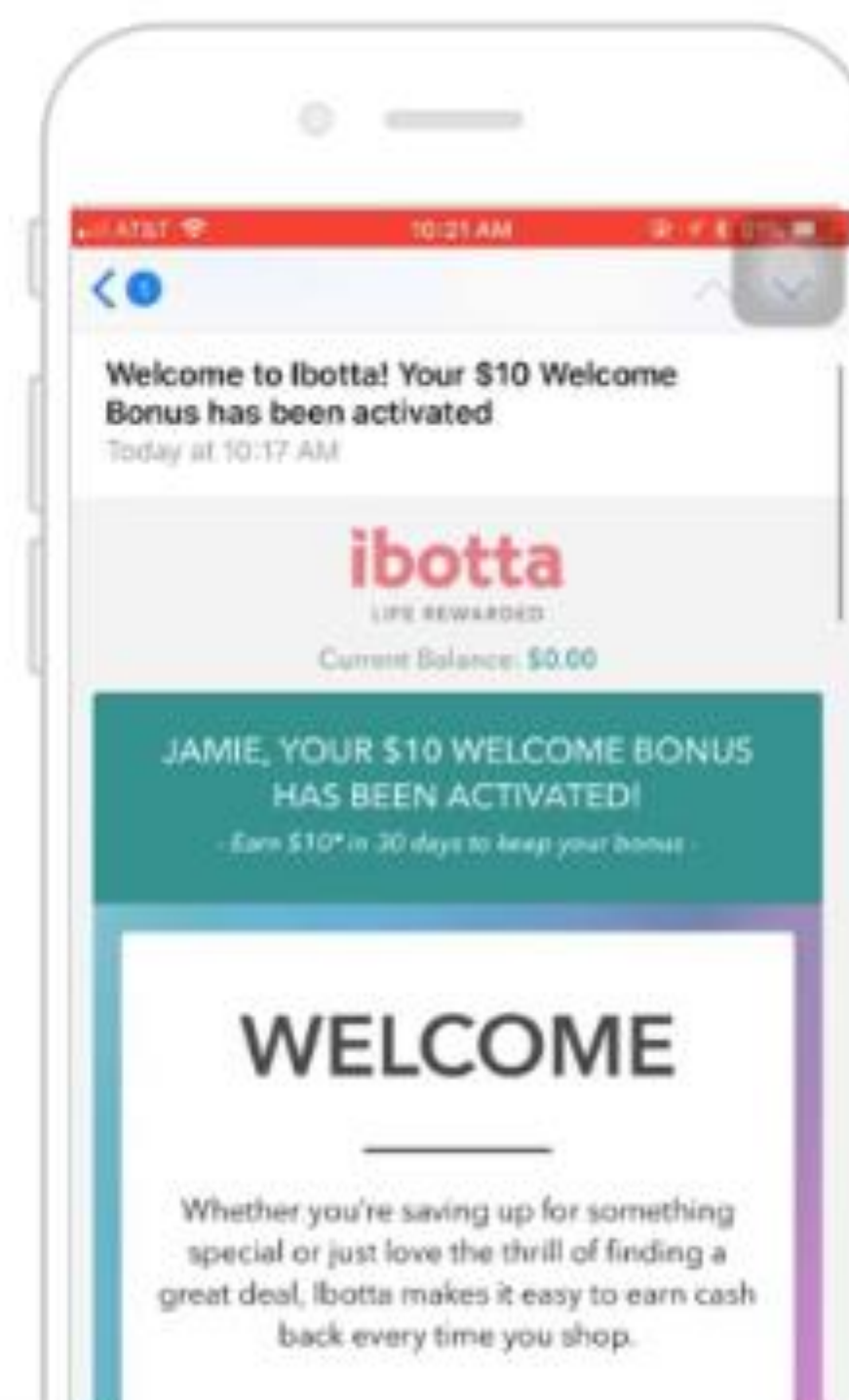
## Cadastro

Confirmação de email



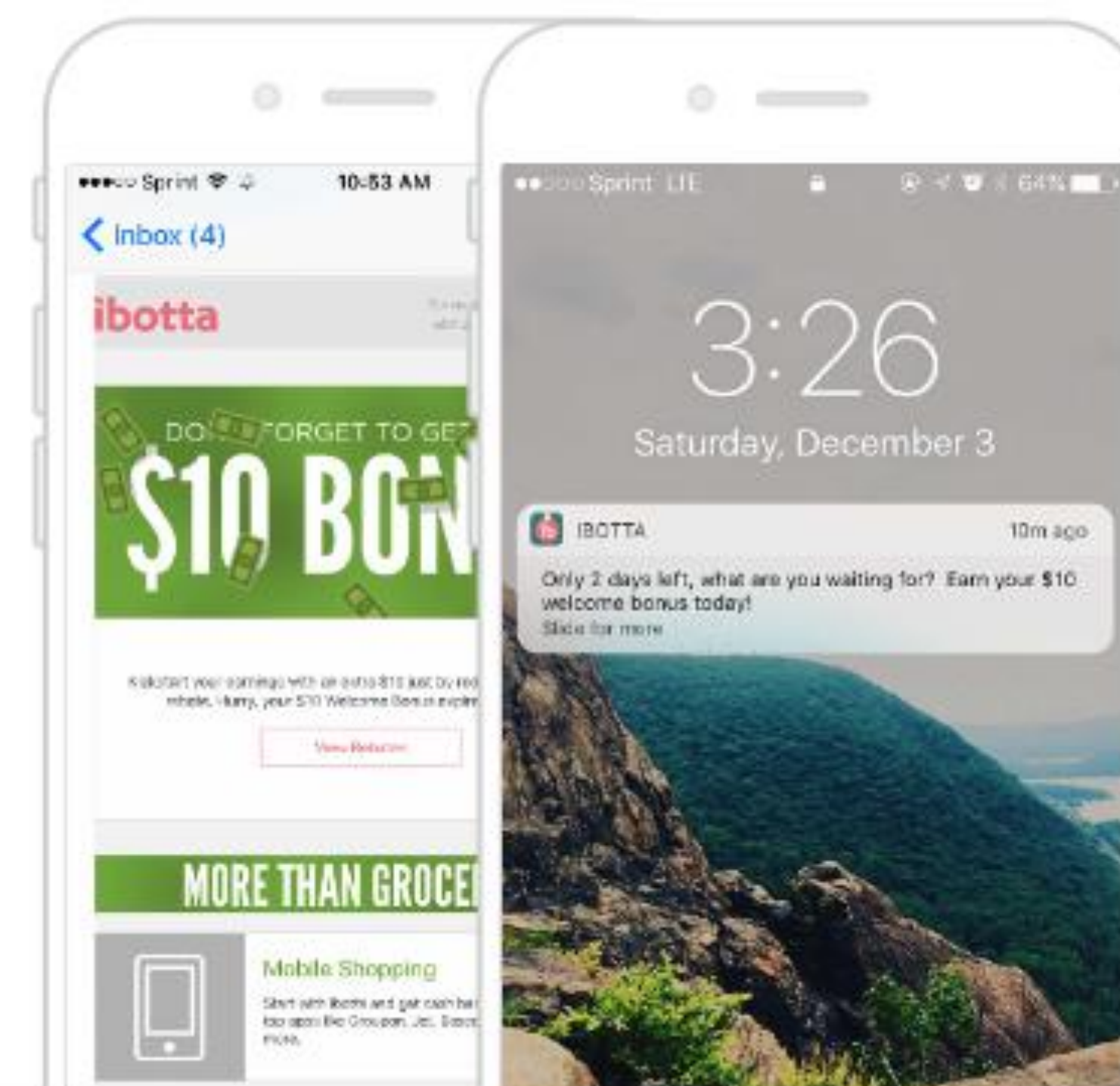
## Welcome

Boas vindas e apresentação  
de produtos



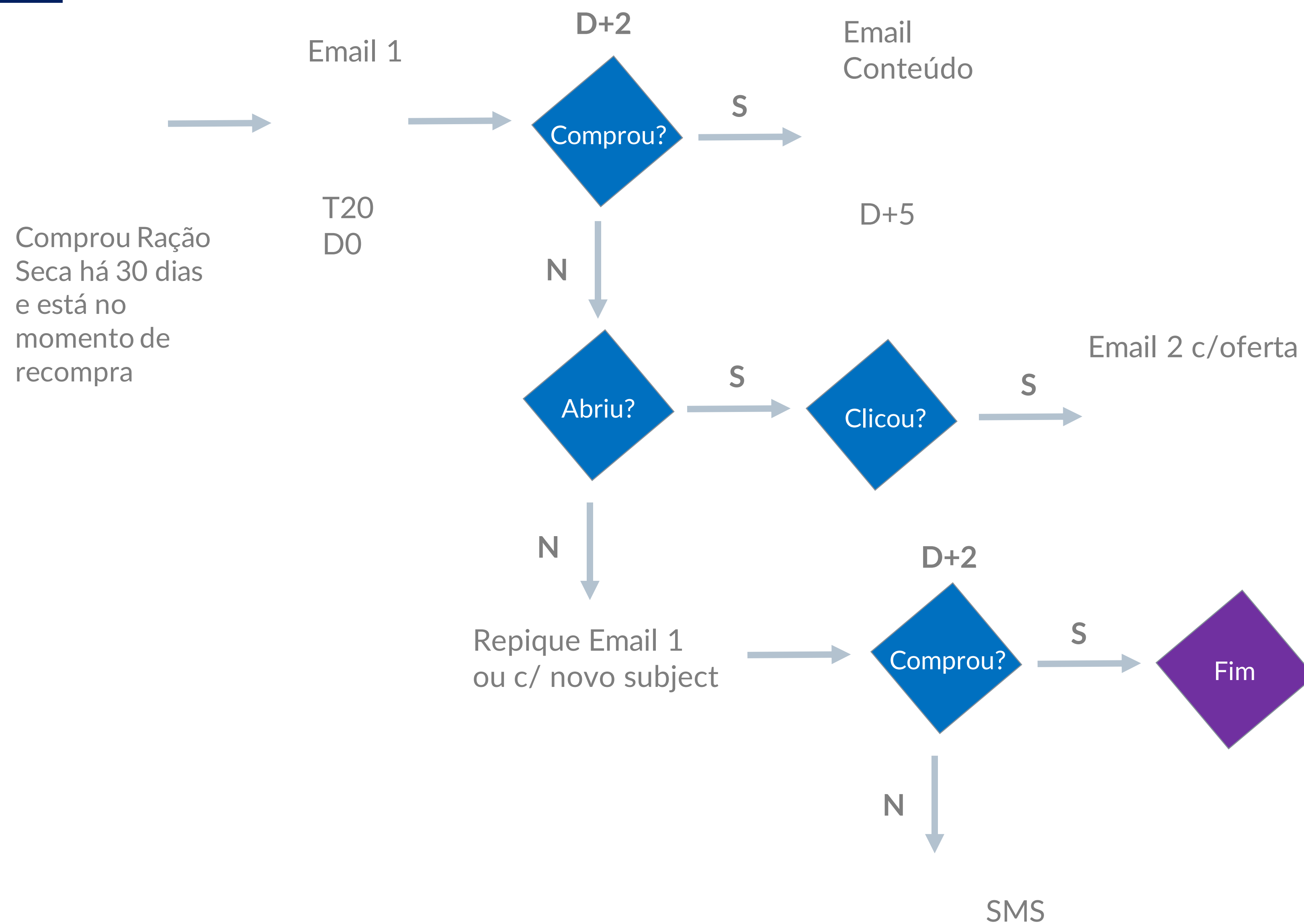
## Welcome Promocional

Fomentar e incentivar a  
compra



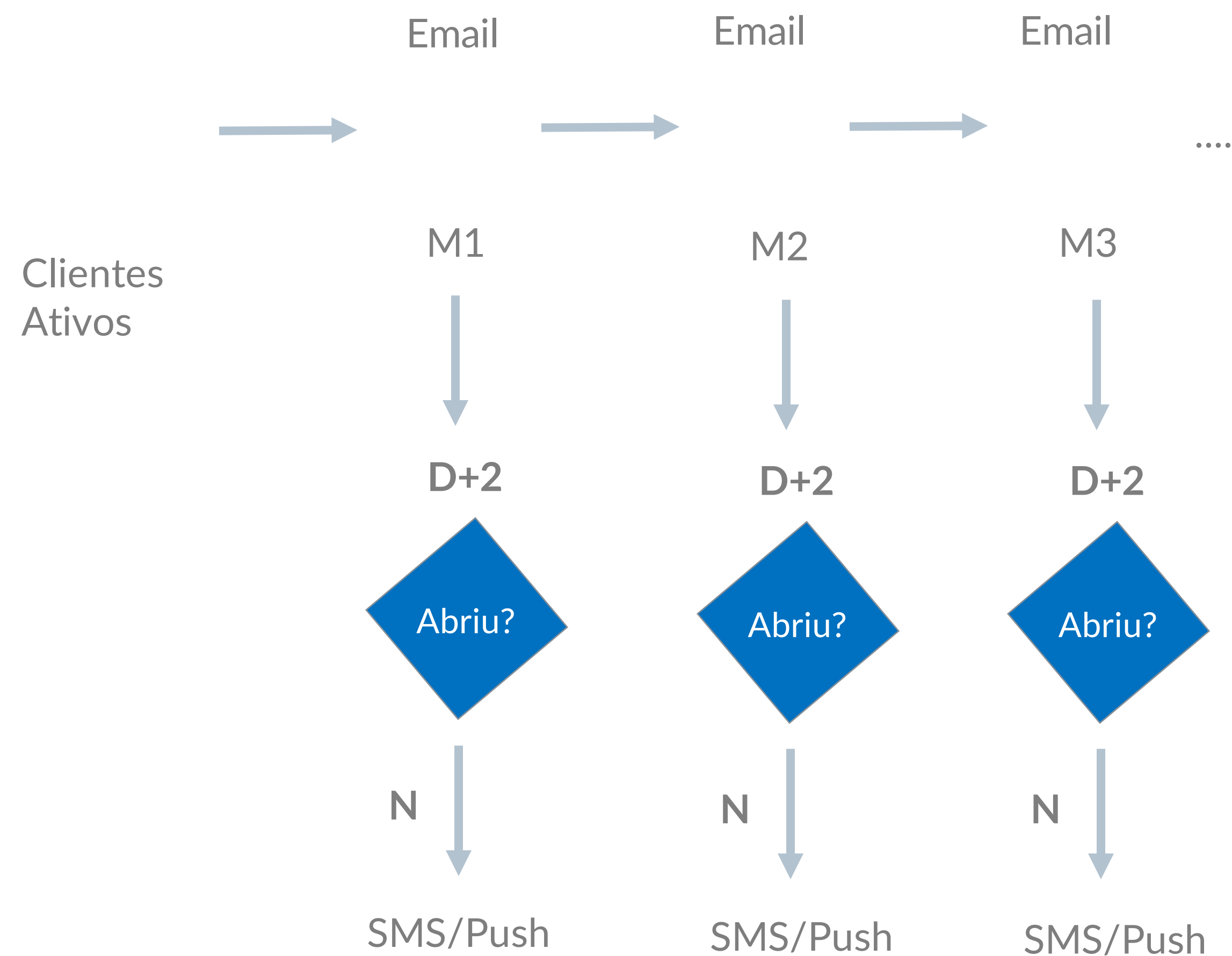


# Recompra





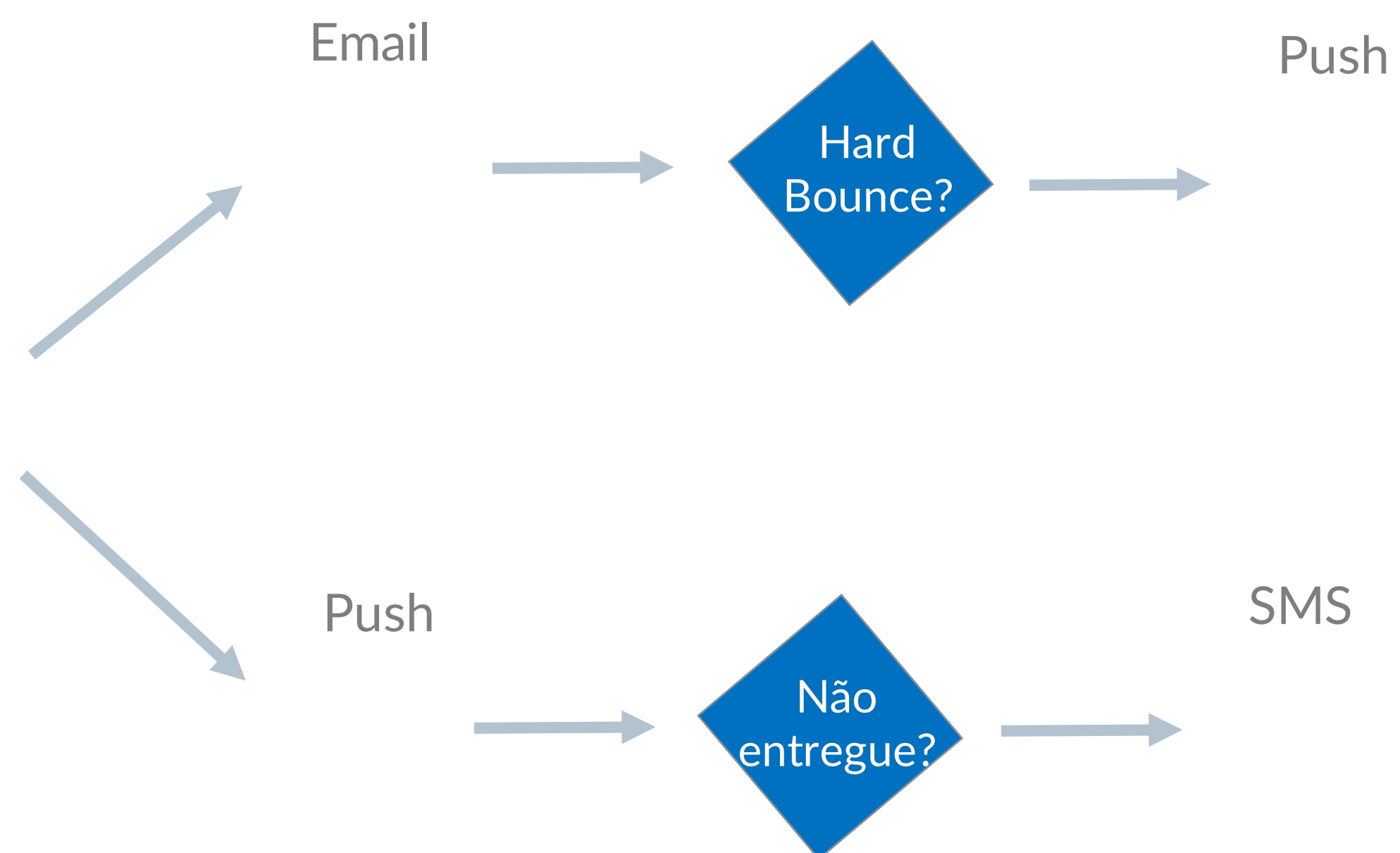
# Newsletter





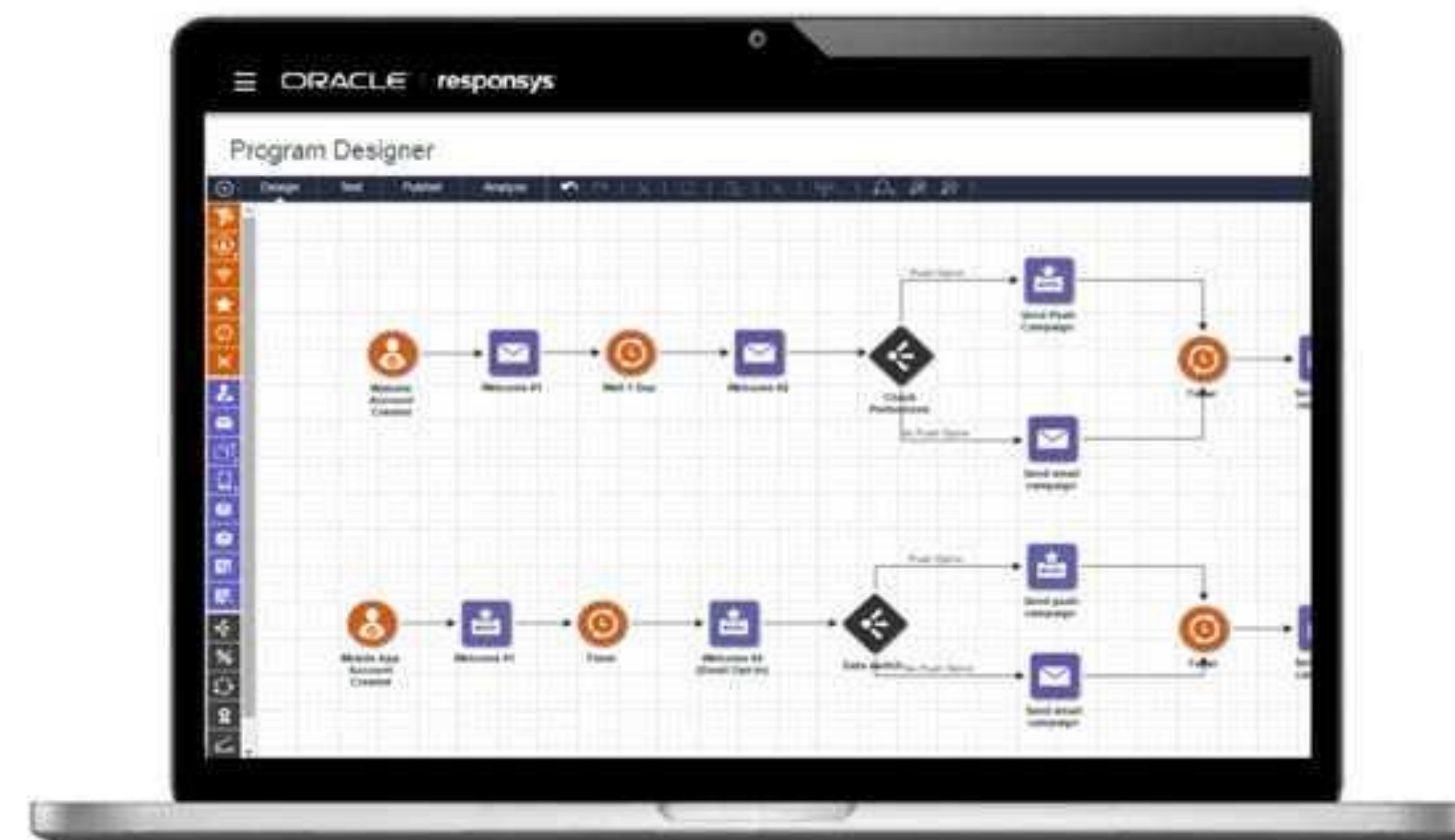
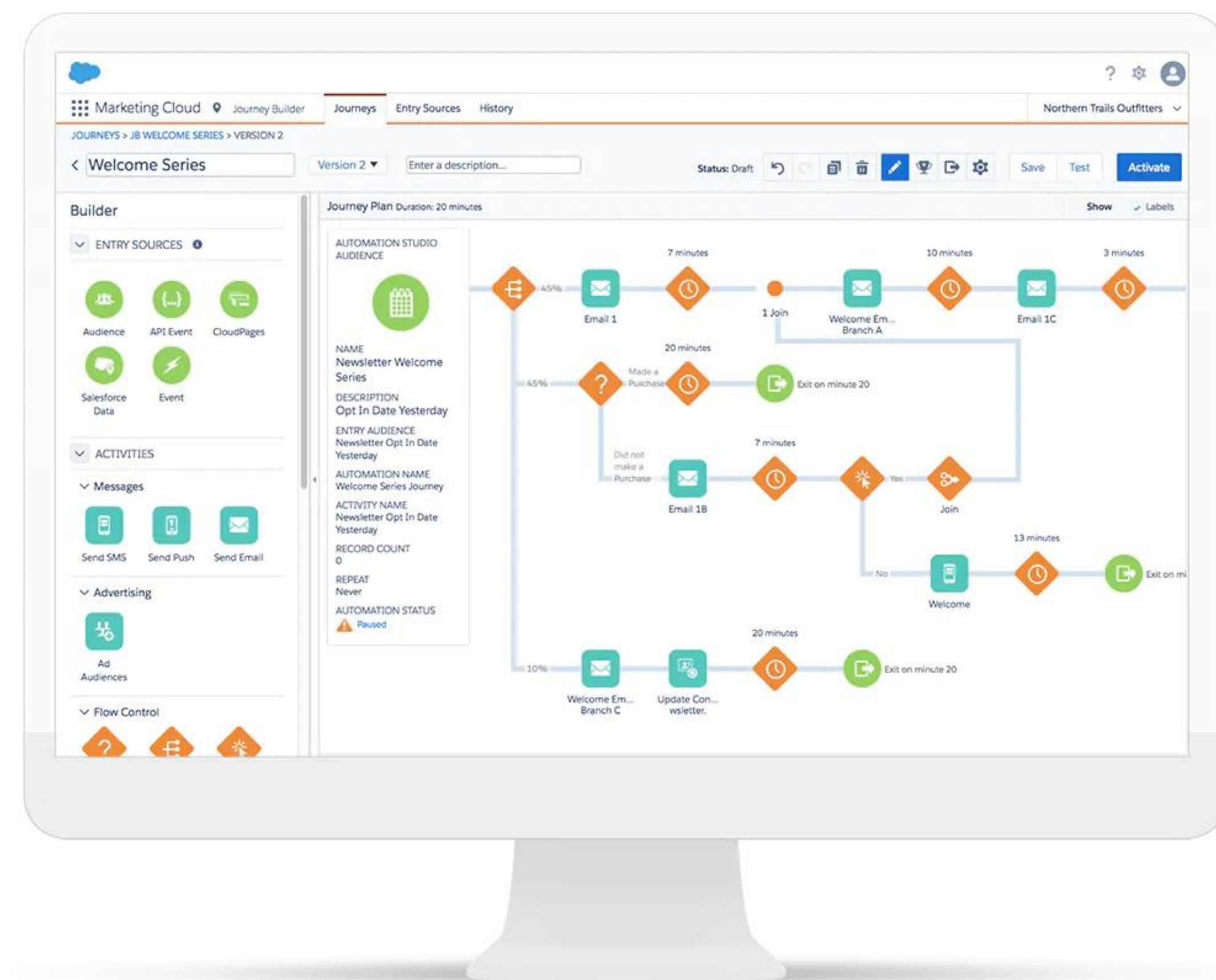
# Use o bounce a seu favor

---





# As ferramentas de CRM automatizam as réguas



# Calendário de Disparos

[illegible]

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.

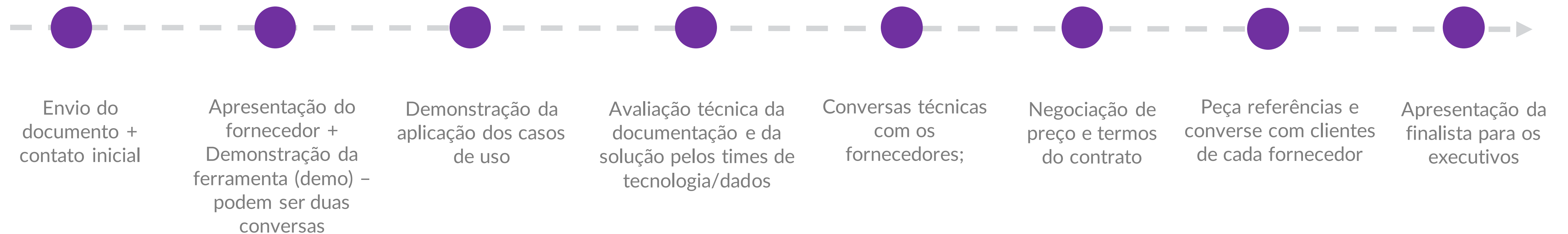
## 4. Convide pelos menos 3 fornecedores

- 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 precificar, 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:



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



[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
- Ominsend

# Braze: Na prática



Why Braze? ▾

Product ▾

Solutions ▾

Customers ▾

Partners ▾

Resources ▾

Company ▾

Login

Get Started

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.