

CLUBE DE DESCONTOS

Prof. Sandro Jerônimo de Almeida

Prof. Wladmir Cardoso Brandão

Alunos:

Gabriel G. Fernandes, Hugo Cattoni, Leonardo Vieira Machado, Marcos Roberto Dias Batista.



Contexto

- ▶ A indústria de cosméticos é gigante, e os consumidores são dos mais variados perfis.
- ▶ Fidelização de clientes do mercado de cosméticos;
- ▶ Criar vínculo entre vendedor e consumidor.



Problema

- ▶ Lojas possuem dificuldades em fidelizar os consumidores;
- ▶ Clientes esperam uma recompensa por compras constantes.



Solução

- ▶ Fornecer plataforma de fidelidade;
- ▶ Criar um "tester virtual"
- ▶ Empresas cadastram cupons;
- ▶ Clientes se tornam elegíveis para obter cupons na medida que gastam mais naquela empresa ou fazem mais pedidos;
- ▶ Empresa aumenta fluxo de vendas, agora com clientes recorrentes.



Estratégia de venda

- ▶ Apresentar uma forma de fidelizar seus clientes atuais e aumentar sua carteira de clientes através de redes sociais;
- ▶ Anúncios de terceiros em nossa plataforma;
- ▶ Assessoria para registrar e administrar sua carteira de clientes;
- ▶ Cobrança de participação em cupons cadastrados utilizados.



Persona: Consumidores



Ana Luiza

SOBRE

Ana é estudante, tem 22 anos, é solteira e costuma usar maquiagem. Gasta, por mês, R\$ 50,00 em média com cosméticos.

Indicação e preço são os principais diferenciais na escolha dos produtos. Os compra, principalmente, na farmácia e pela *Internet*.

IDADE	22 anos
GENERO	Feminino
ESTADO CIVIL	Solteiro
LOCALIDADE	Fortaleza, CE

Persona: Comerciantes



Michael Kyle

SOBRE

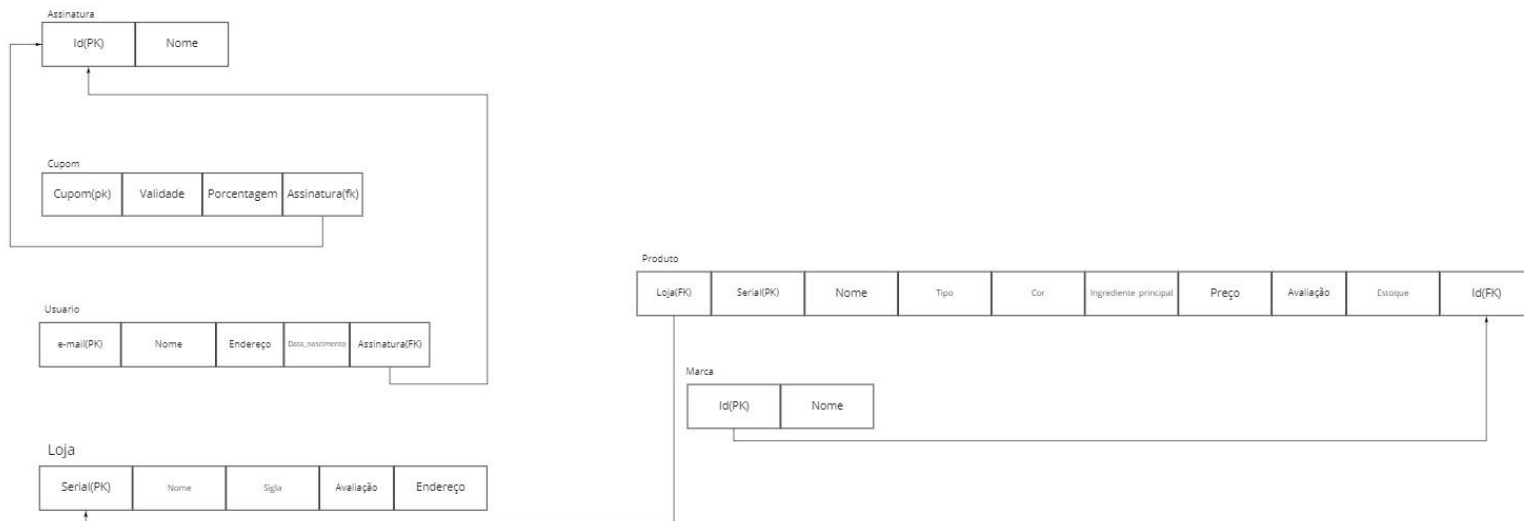
Michael é o dono de uma loja de cosméticos. tem 30 anos e encontra dificuldade em fidelizar os clientes de sua loja. Vende seus produtos pela internet, em plataformas como MercadoLivre e Instagram.

IDADE	30 anos
GENERO	Masculino
ESTADO CIVIL	Casado
LOCALIDADE	Brooklyn, NY

Protótipo e fluxo do usuário



Modelo relacional



miro

OBRIGADO!

Alguma pergunta?

