



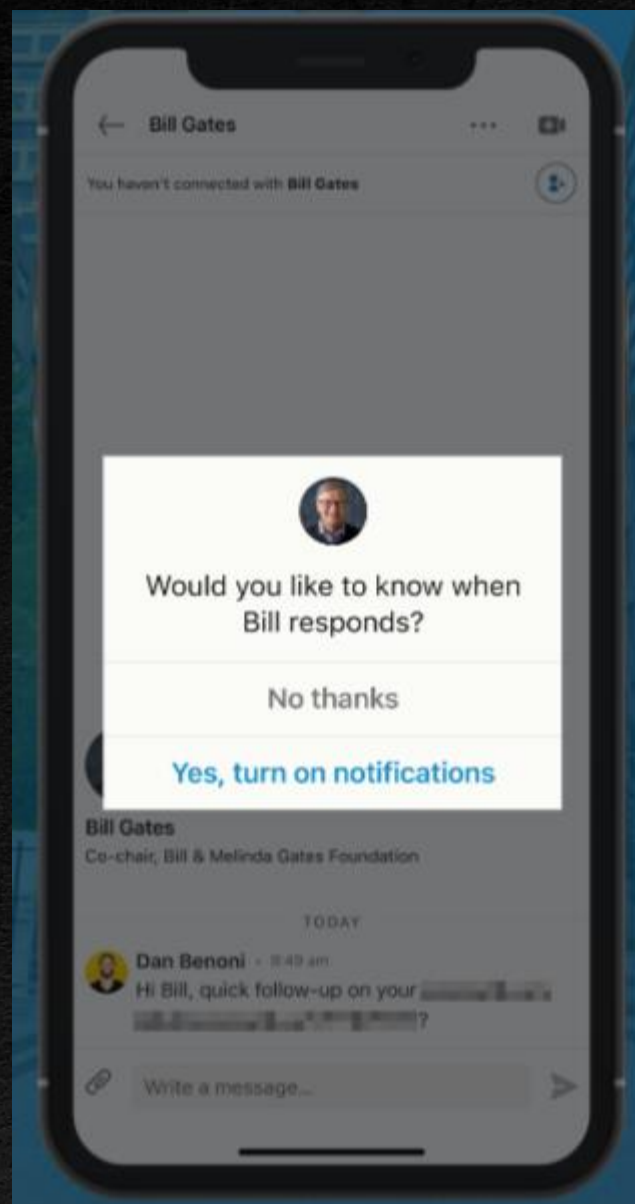
Como Aumentar Conversões

O Poder das Notificações Contextuais no LinkedIn

 | Lucas Gabriel Rodrigues Cachel

 | Lucas Henrique de Oliveira

PODER DA NOTIFICAÇÃO

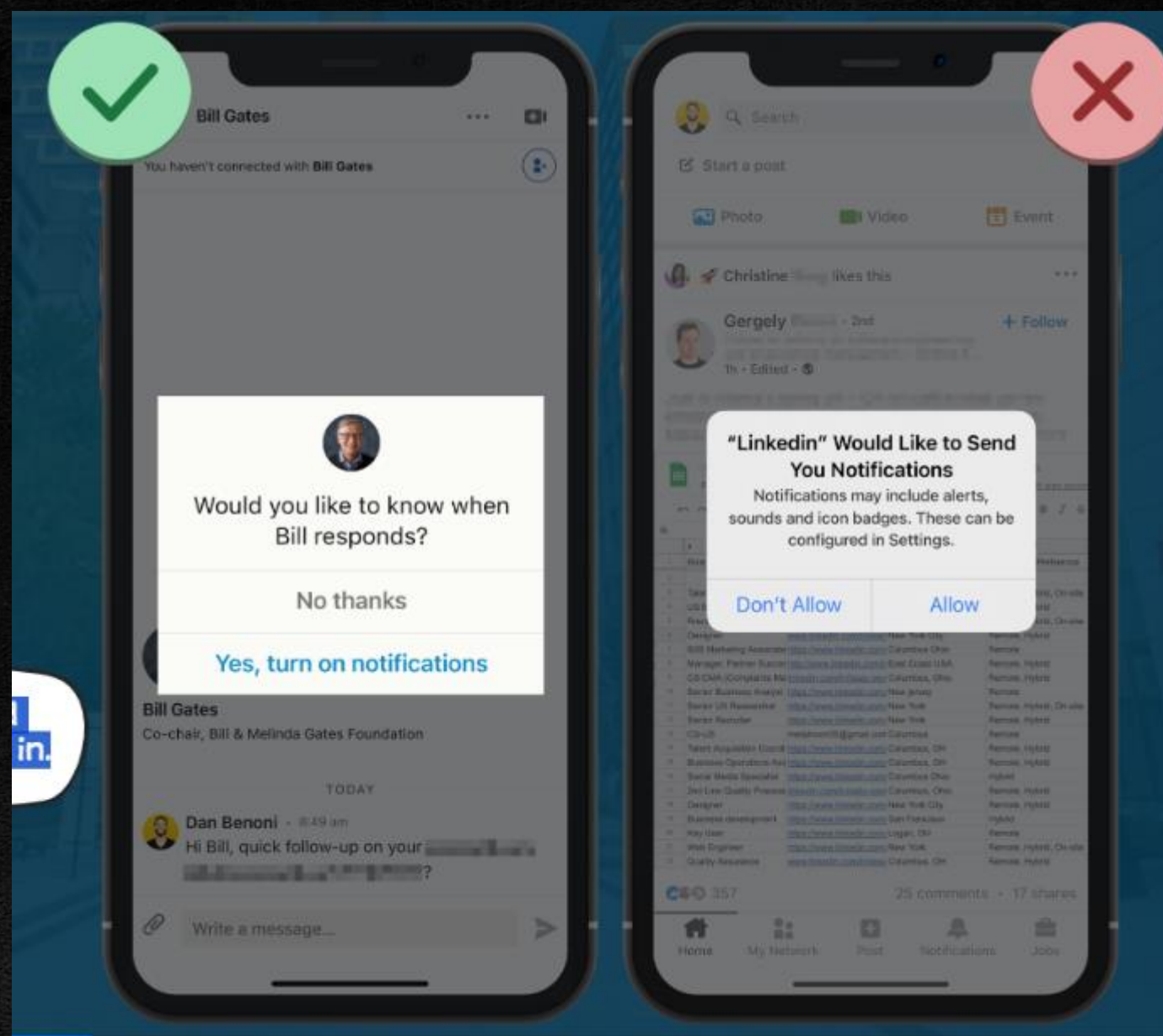


Recentemente, enquanto escrevia uma mensagem importante no LinkedIn, notei algo interessante.

Minhas notificações estavam desativadas, e assim que enviei a mensagem, o LinkedIn me mostrou um prompt para ativá-las.

Esse momento foi estrategicamente cronometrado, comparado a solicitações de notificação aleatórias no passado.

O PROBLEMA ANTERIOR



No passado, as permissões de notificação apareciam de forma aleatória, muitas vezes sem contexto.

Solicitações aleatórias tendem a ser ignoradas pelos usuários, o que diminui sua eficácia.



Por que o Novo Prompt do LinkedIn Converte Melhor?

- Contexto
- Microcompromisso
- Interação Humana
- Benefício ao Usuário

CONTEXTO

- O momento certo faz a diferença: o prompt aparece logo após você enviar uma mensagem.
- Se você acabou de investir tempo em uma conversa, faz sentido querer saber quando o destinatário responde.
- O pedido para ativar notificações é perfeitamente sincronizado com suas expectativas.

MICROCOMPROMISSO

- Pequenos passos coerentes são menos ameaçadores para os usuários..
- O LinkedIn começa com uma pergunta contextual e natural, facilitando a aceitação da notificação.
- Esse primeiro passo é crucial para reativar notificações no iOS, onde o processo pode ser mais complicado.

INTERAÇÃO HUMANA

- O prompt se concentra em uma interação específica: você e a pessoa para quem acabou de enviar a mensagem.
- Aplicando o Efeito de Singularidade, o LinkedIn usa um nome específico, como “Bill”, em vez de uma mensagem genérica sobre notificações.

BENEFÍCIO AO USUÁRIO

- O foco está no benefício direto ao usuário: saber quando “Bill” responder, em vez de um alerta abstrato sobre sons e emblemas.
- Quanto mais tangível o benefício, maior a probabilidade de aceitação.

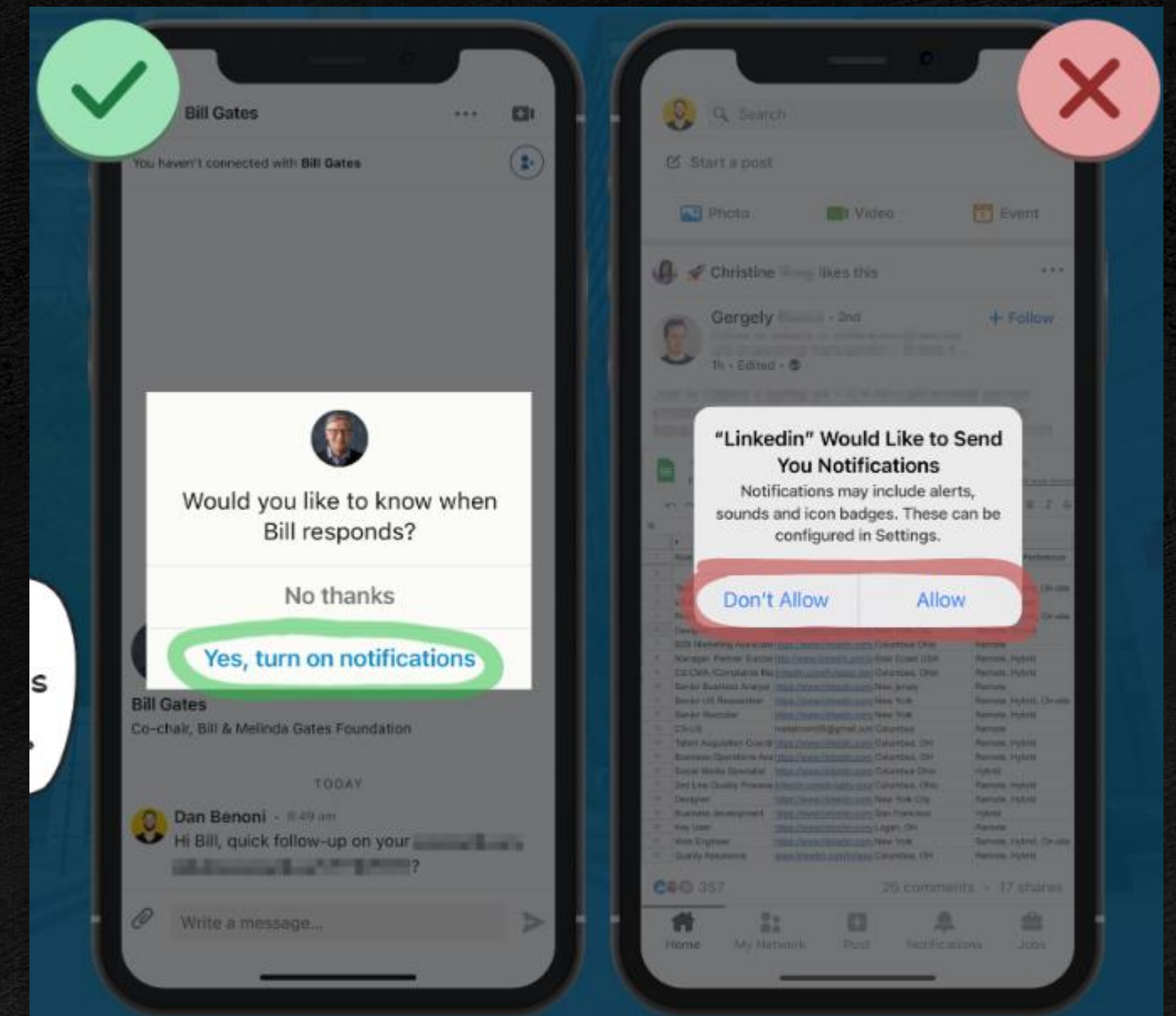
ABORDAGEM CONVERSACIONAL

NOTIFICAÇÕES

- O LinkedIn usa uma pergunta simples de sim/não, o que facilita a resposta.
- Perguntas simples são mais fáceis de concordar, principalmente quando estão alinhadas com ações recentes do usuário.
- Isso se mostra muito mais eficaz do que perguntas complexas ou muito formais.

RESULTADOS

- De acordo com a equipe de produto do LinkedIn, esse tipo de gatilho converte 5x melhor que solicitações de notificação padrão.
- Os gatilhos comportamentais são mais eficazes que os prompts aleatórios.



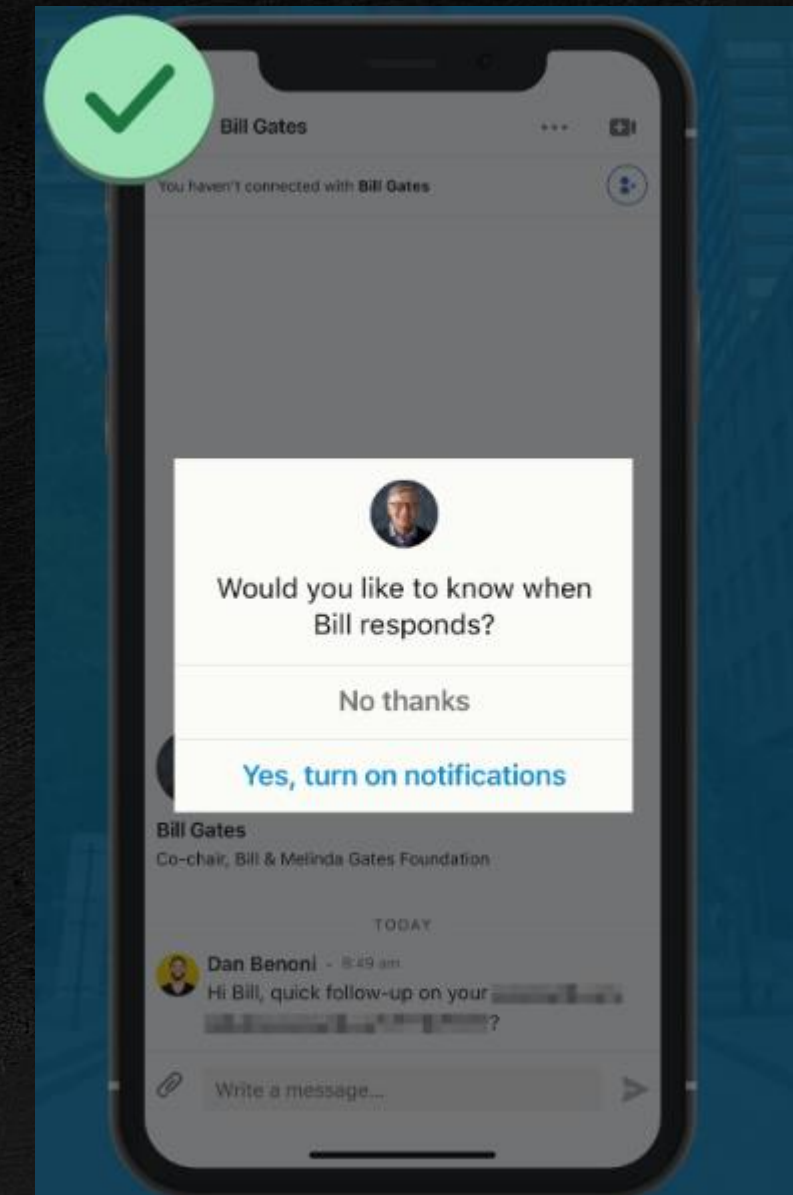
RECAPTURANDO PERMISSÕES PERDIDAS

NOTIFICAÇÕES

- Notificações são essenciais para retenção de usuários, mas cerca de 50% dos usuários as bloqueiam.
- Uma vez que um usuário clica em "Não permitir", o iOS bloqueia novas solicitações de notificação.
- O LinkedIn, no entanto, atinge taxas de conversão de 5-10% ao usar prompts comportamentais, comparado a 1-2% de prompts aleatórios.

ADAPTANDO O GATILHO A OUTROS PRODUTOS

- Gatilhos comportamentais como os usados pelo LinkedIn podem ser aplicados a qualquer produto: B2B, B2C, mobile, desktop, etc.
- O Slack, por exemplo, também utiliza estratégias semelhantes para manter os usuários engajados e valorizar seu tempo.



CONCLUSÃO

LINKEDIN

- O segredo para reter usuários é mostrar que sua atenção é valiosa e que você não vai desperdiçá-la.
- Usando gatilhos comportamentais bem cronometrados e relevantes, você pode melhorar significativamente a retenção e o engajamento.
- Adapte esses princípios ao seu produto para resultados melhores!

