

StartSe AI Canvas

Um framework estratégico para negócios com AI

Nome do projeto: Recorrência **Autor(a):** Adriana **E-mail:** araujoadriana@yahoo.com.br

CANVAS

Problema

Descreva o problema do negócio

A empresa enfrenta uma dependência excessiva de canais pagos para vendas, representando 70% da receita, o que limita a diversificação e o crescimento sustentável a longo prazo. É crucial aumentar a receita proveniente de canais não pagos, especialmente por meio de ações de CRM, para fortalecer a base de clientes e melhorar a retenção. A dificuldade em realizar ações eficazes para encorajar a recorrência e garantias de segunda compra impacta negativamente a estabilidade financeira e a fidelização do cliente na empresa.

Como resolver SEM AI

Descreva o processo atual e solução

O processo atual inclui campanhas de email massivo sem personalização. Para a solução, implementaremos segmentação de clientes, aprimorando o uso de dados para direcionar campanhas específicas e relevantes, aumentando a eficácia das comunicações. Atualmente, o foco está em comunicação unilateral via email. A solução envolve a criação de jornadas personalizadas do cliente, utilizando automação para engajar de maneira mais eficácia, aumentando as chances de retenção e recorrência nas compras. No momento, a empresa utiliza métodos tradicionais de marketing. Ao adotar análises de dados e segmentação, podemos estabelecer ações de CRM mais orientadas, incentivando a fidelização e aumentando a receita de canais não pagos.

Como resolver COM AI

Descreva a solução AI by design

Usando uma abordagem de AI by design, a solução poderia incluir o desenvolvimento de um sistema de recomendação alimentado por AI que analisa o comportamento de compra dos clientes e sugere produtos personalizados. Essa plataforma pode utilizar aprendizado de máquina para segmentar clientes com base em seu histórico de compras e interações, permitindo comunicações e ofertas mais personalizadas. Além disso, um chatbot AI pode ser integrado para melhorar o atendimento ao cliente, respondendo rapidamente a consultas e gerando engajamento contínuo.

Um programa de fidelidade baseado em AI irá utilizar análises de dados para oferecer recompensas personalizadas, incentivando clientes a retornarem e aumentando as taxas de retenção, contribuindo para um crescimento sustentável e diversificado da receita.

Para quem?

Descreva as pessoas

As pessoas que se pretende atingir incluem: Clientes frequentes que já compraram mais de uma vez, mas ainda não se tornaram leais. Clientes que abandonaram o carrinho após mostrar interesse em determinados produtos. Novos clientes que realizaram a primeira compra recentemente e estão na fase inicial do relacionamento com a marca. Clientes inativos que não compram há algum tempo e precisam ser reengajados.

Dados

Liste dados e fontes

Os dados e fontes utilizados incluem: dados de CRM que registram histórico de compras, interações com o suporte e campanhas anteriores; análises de comportamento em plataformas de e-commerce; feedback dos clientes através de pesquisas de satisfação e NPS; dados de navegação no site, como taxas de conversão e abandono de carrinho; dados demográficos disponíveis através das contas de cliente.

Ferramentas

Descreva as ferramentas

O Salesforce, com seu Marketing Cloud, permite segmentar campanhas personalizadas, aumentando a interação e retenção dos clientes através de comunicações direcionadas e automatizadas. O Data Cloud do Salesforce oferece insights sobre o comportamento do cliente, permitindo otimizar estratégias de CRM e fortalecer relações, incentivando a lealdade e a recorrência nas compras. A Vtex proporciona uma plataforma robusta de e-commerce, integrando funcionalidades essenciais para uma experiência do cliente fluida, aumentando as oportunidades de vendas e facilitando a implementação de ações de fidelização.

Indicadores de sucesso

Descreva o(s) indicador(es)

Aumento da taxa de retenção em +10pp indica maior fidelização, resultando em clientes mais leais, fortalecendo a base de receita recorrente e diminuindo a dependência de canais pagos. Atingir uma frequência de 4X por ano eleva o engajamento dos clientes, promovendo um relacionamento contínuo, que contribui para o aumento das vendas e a estabilidade financeira da empresa. A redução do churn em 10pp demonstra a eficácia das estratégias de retenção, levando a uma base de clientes mais sólida e ao aumento do valor médio por cliente ao longo do tempo.