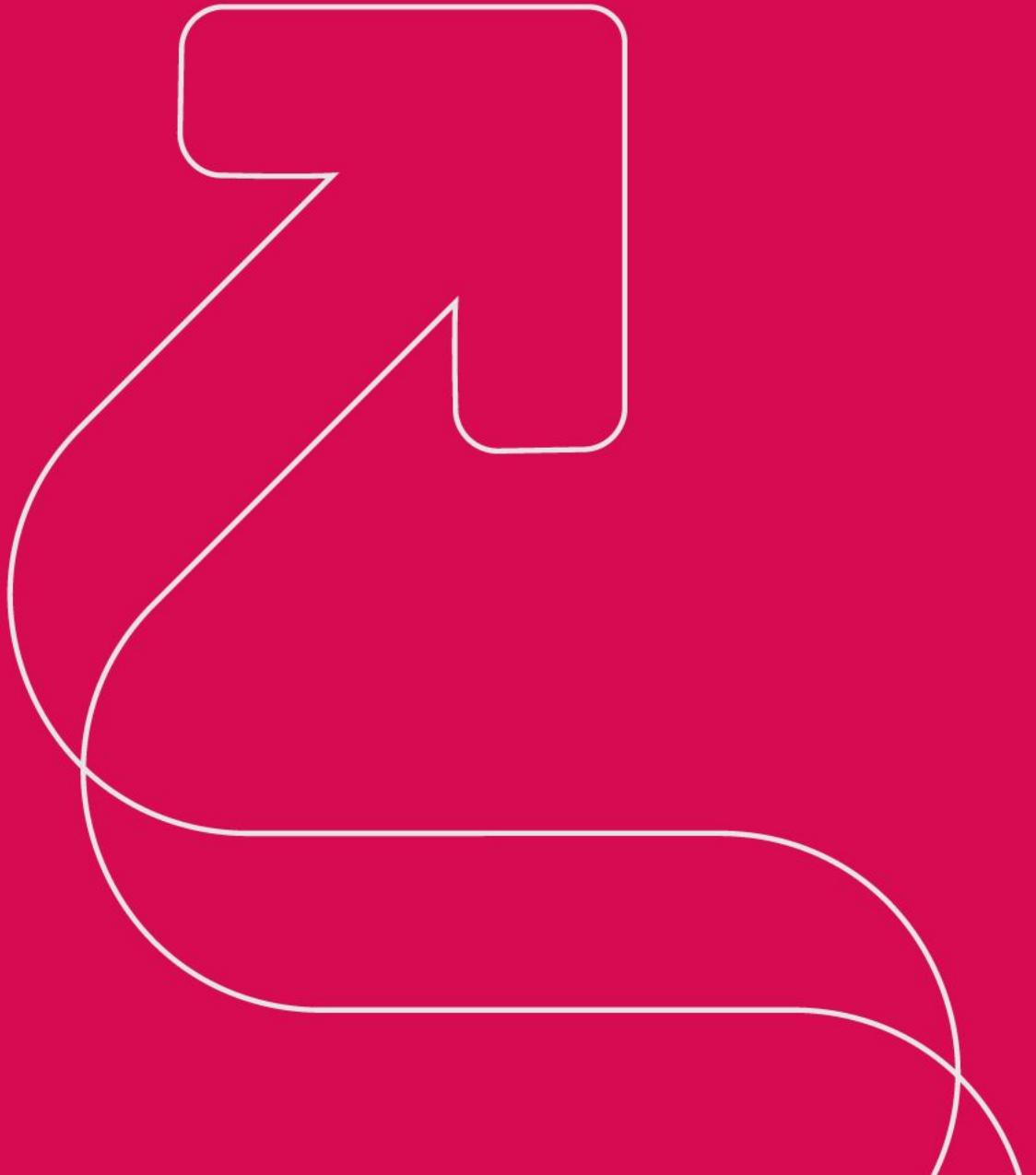
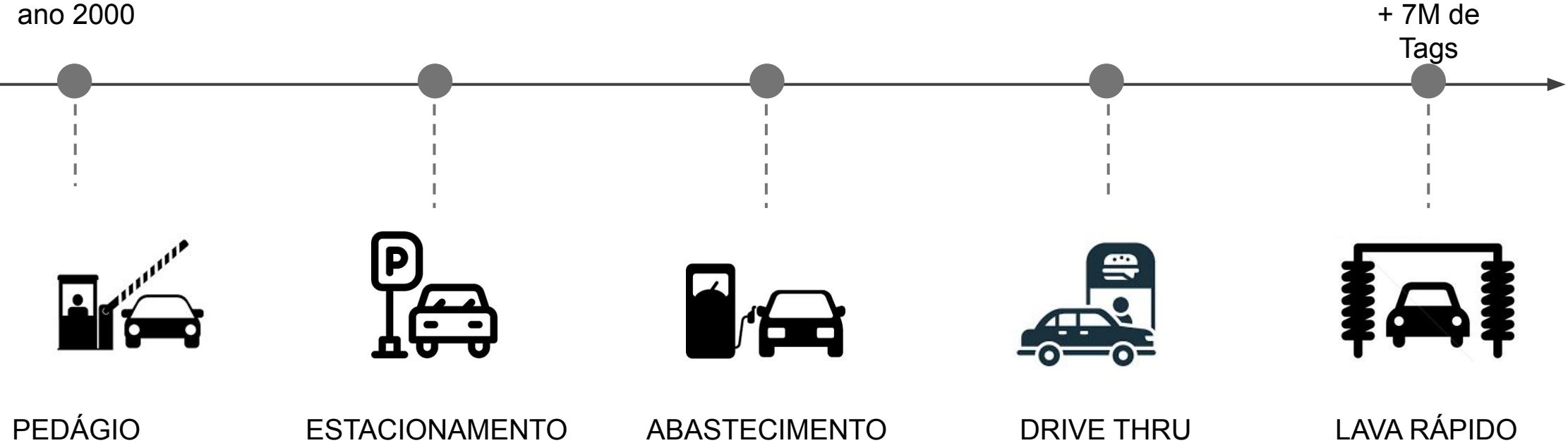


Diversificação do portfólio e personalização da experiência



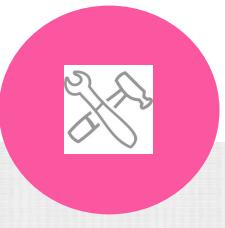
O Sem Parar nasceu com a TAG e virou sinônimo da categoria

Meio de pagamento automático que facilita o carro em movimento e traz economia de tempo



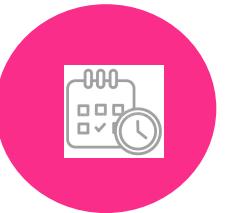
Hoje o Sem Parar vai muito além da Tag

Diversificou portfólio de produtos e tem APP com soluções para facilitar a vida de quem dirige



Socorro e Reparo

Guincho, troca de bateria, martelinho de ouro, assistência auto



Documentação em dia

Pagamento de multas, IPVA, licenciamento, emissão CRLV, recorrer a multa



Manutenção do veículo

Agendamento da revisão, notificações de recall



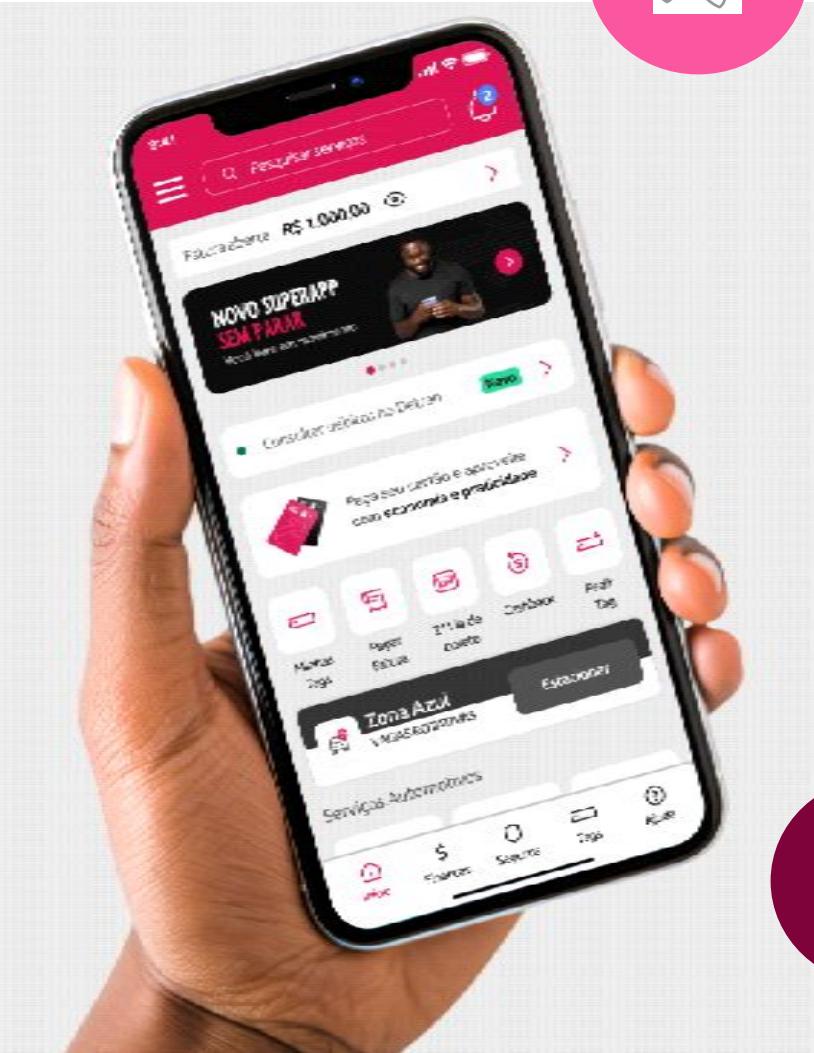
Consultor de dúvidas

Mecânico online, consulta tabela Fipe, histórico do veículo para compra e venda



Descontos e Benefícios

Cashback, comparativo de preços entre postos, vouchers, desconto no aluguel de carro



**Nosso crescimento acelerado nos trouxe um desafio
e tivemos que buscar uma adaptação e evoluir**

Passamos a bombardear de conteúdo nossos clientes

Push, banner inAPP, whatsapp, email mkt, etc



Não encontro
o que preciso no
APP

Já tenho isso.
De novo?

Não me interessa
esse serviço

Isso não tem
a ver comigo

Onde moro não tem
posto
do Sem Parar

É notificação toda
hora no celular

Muito banner no
APP pra vender
produto

Atrapalha minha
navegação

Crescemos: muitos produtos, diferentes perfis de clientes e vários canais



DOR

**Como segmentar e me
relacionar MELHOR
com meu cliente**

sem deixar de atender as verticais de negócio

Necessidade de entender melhor CADA cliente

O conceito de personas deixou de ser suficiente para mapear o perfil do cliente

Persona Sem Parar (worker toll dependent)



Marcos
Idade: 42 anos
Ocupação: empresário
Renda média: R\$ 11 mil
Estado civil: casado
Onde mora: Barueri (SP)

"Meu dia a dia é correria para visitar todos meus clientes, na capital ou interior. Preciso dar o meu melhor para poder pagar as contas. Pagar escola de criança, inglês, natação não é moleza não"

Biografia:
Marcos nasceu numa família de classe média, é dono de negócio desde os 27 anos e trabalha com produtos químicos. Já enfrentou momentos de dificuldade financeira, mas hoje consegue levar a vida com a família com certo conforto. É casado com Mariana e tem 1 filha de 10 anos. Aos fins de semana gosta de ficar em casa com a família e amigos e fazer churrasco para todos.

Objetivos:
Manter o negócio com bom retorno financeiro para educar bem sua filha. Quer proporcionar para Julia oportunidades melhores do que as que teve quando era criança.

Dores:

- Ganhar tempo em deslocamento no dia a dia para visitar maior número de clientes. "Tem dia que programo 5 visitas mas só faço 3."
- Chegar mais cedo do trabalho para ficar mais com sua filha e esposa.

Afinidades:

- Cozinhar
- Pets
- Filmes e séries

Perfil digital:



Marcas:



Como podemos ajudar:

- Evitar fila nos pedágios quando vai visitar seus clientes e ganhar tempo
- Economizar tempo no pedágio da Castelo Branco e chegar mais cedo em casa
- Abastecer o carro mais rápido

- Marcos chegou agora no Sem Parar ou já tem TAG há tempo?
- Ele gosta de cuidar do carro ou prefere que alguém faça isso para ele?
- Ele toma muitas multas de trânsito?
- Ele curte cashback e descontos?
- Ele está querendo trocar de carro?
- Ele prefere drive thru ou comer no local?
- Ele tem uma oficina de confiança?

O momento exigia uma **micro segmentação** e
hiperpersonalização da experiência do cliente

Por que personalizar a experiência do cliente?

Variáveis



Cada cliente tem um perfil e uma necessidade

- Respeitar o seu momento / ciclo de vida
(onboard, 1º ano, 10 anos, cancelou e voltou...)
- Considerar a região onde mora
(tem posto, tem muito estacionamento, tem pedágio próximo...)
- Entender planos e serviços que tem e usa
(pré-pago ou pós=pago, tem seguro do carro, contratou guincho...)
- Verificar perfil de uso / hábito de consumo do Sem Parar
(pedágio todos dias, pedágio fim de semana, 2x no mês...)
- Olhar comportamento de pagamento
(recusa do cartão, dificuldade com atrasos constantes...)
- Considerar interações no APP e outros canais
(ligação no Call Center, uso do BOT, uso frequente do APP, abre email...)
- Temas de interesse (abriu, clicou, interagiu, comprou, abandonou)
(clicou banner, abandonou jornada multa ou seguro no fim...)

Segmento abastecimento

Exemplo de micro-segmento e hiper-personalizações de conteúdo/oferta/canal atendimento

Micro-segmento 1



Abastece com frequência nos postos credenciados pelo Sem Parar



Avisar que se fizer upgrade do plano da TAG, sai de 3% para 5% de cashback nos abastecimentos

Micro-segmento 4



Acabou de entrar no Sem Parar, é elegível a ter o abastecimento mas ainda não abasteceu



Dar um voucher de R\$ 40 para usar no 1º abastecimento

Micro-segmento 2



Acabou de entrar no Sem Parar e não é elegível pela política de crédito a abastecer



Informar que se mudar o método de pagamento da TAG para cartão de crédito, o abastecimento é liberado

Micro-segmento 5



Abastece umas 3x no mês, mas na média 1 delas é em posto credenciado pelo Sem Parar



Apresentar a ferramenta de comparativo de preços com alerta de descontos e reforçar o cashback

Micro-segmento 3



Abastecia com Sem Parar perto de casa mas posto fechou e parou de abastecer com a gente



Enviar a lista de postos credenciados no raio de até 2Km da casa dela e reforçar o cashback de 5% do plano

Micro-segmento 6



Abastece em postos Shell para ter cashback do Sem Parar + do Shell box



Mandar push geolocalizado toda vez que entrar em posto Shell para lembrar de usar a TAG

Mergulhamos na individualidade de cada cliente para oferecer o que realmente importa

Micro segmentação



Hiper personalização

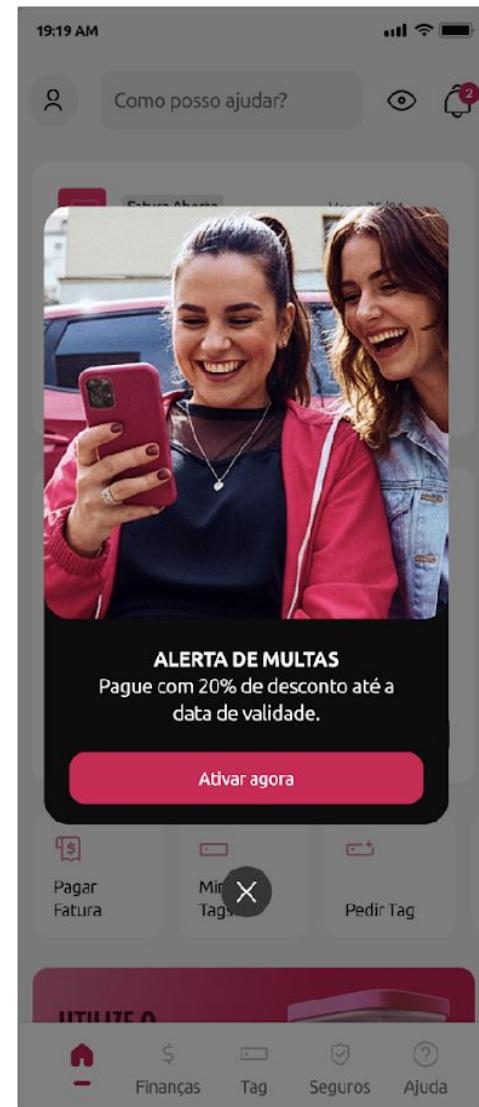
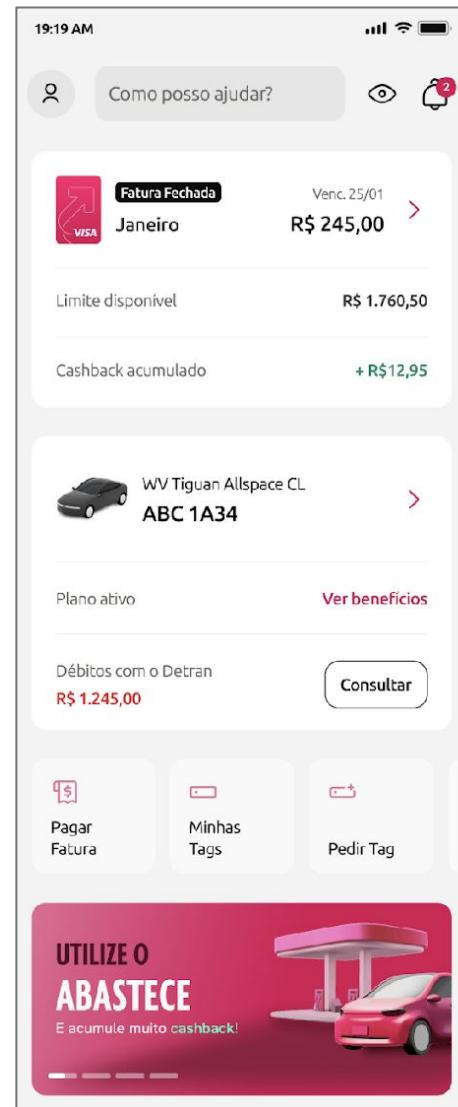
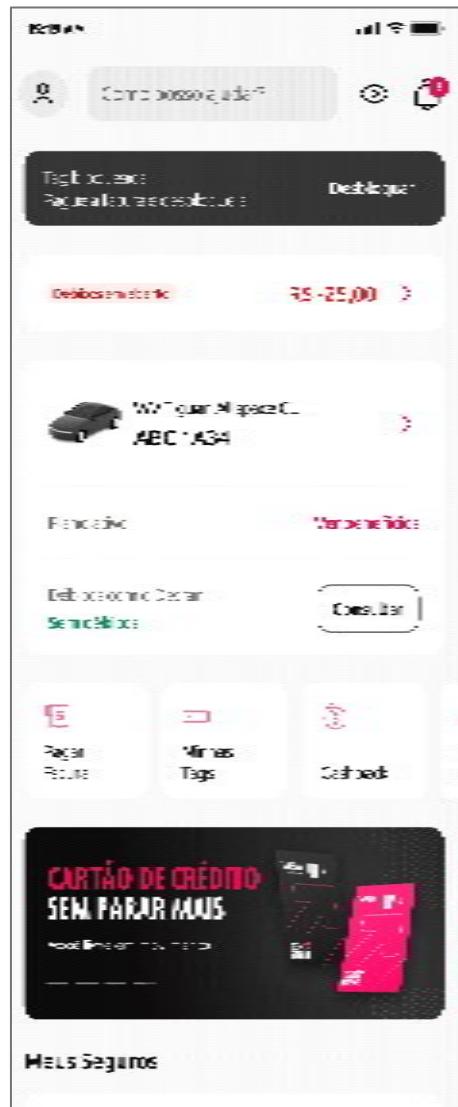
Dicas
Ofertas
Promoções
Conteúdo

Home do App
Push e notificações
Alertas e banners

Objetivos

Aumentar satisfação e NPS
Maior engajamento
Mais conversão
Mais propensão a novos
Maior retenção

Passamos a ter a home do APP personalizada por perfil



Como fizemos isso?

Input regras de negócio

Identificação dos micro segmentos mais relevantes

Input de regras de negócio
“quem recebe muita multa, compra alerta de multa”



IA oferece mais dicas, ofertas e conteúdo que convertem mais

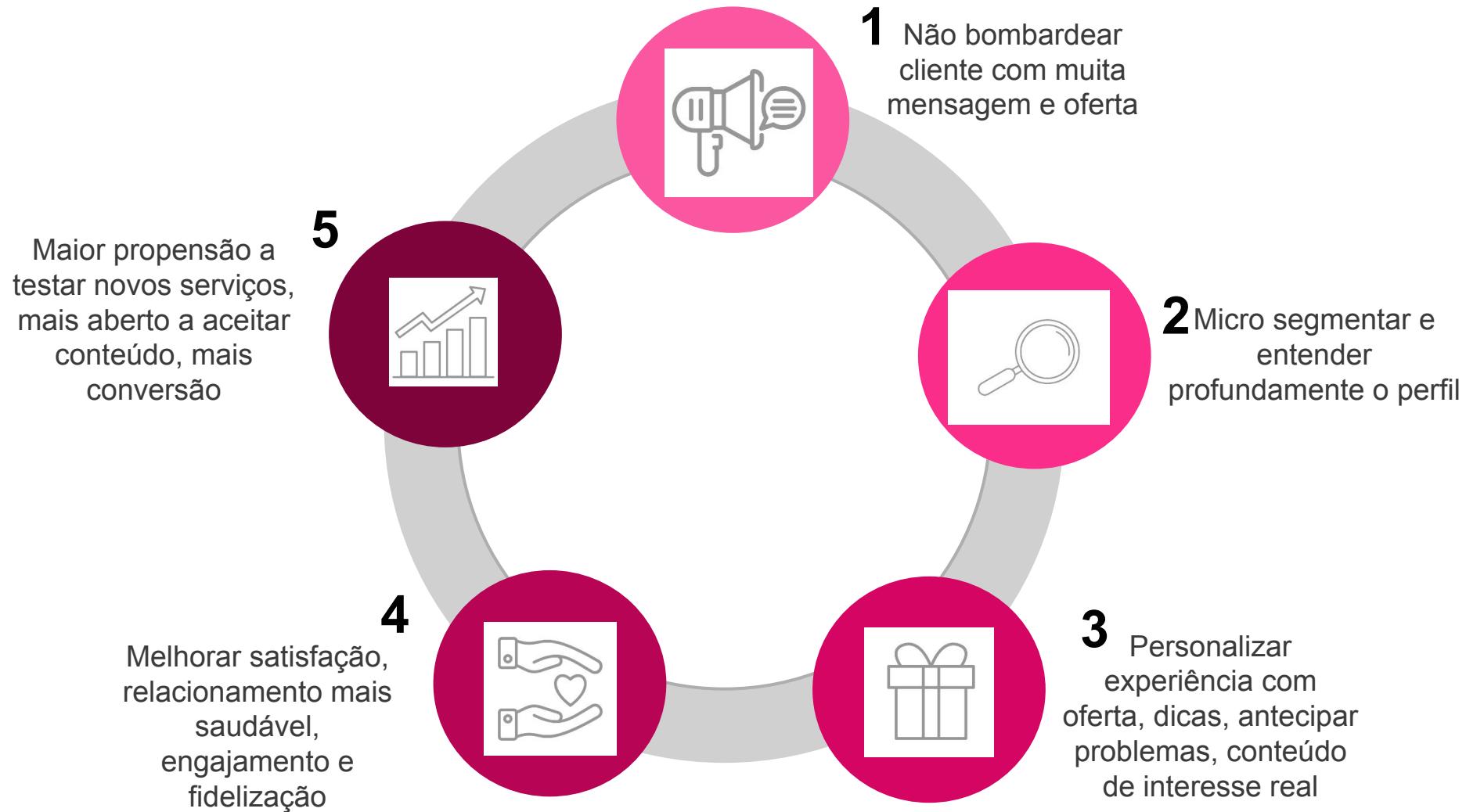
IA identifica triggers de maior conversão
“quem mora em SP capital e tem carro até 5 anos compra mais alerta de multa”

Input IA

Resultados iniciais promissores

- + 12%** na ativação de outros serviços (estacionamento e abastecimento)
- + 27%** no pagamento de débitos Detran
- + 10%** na ativação do programa de cashback
- + 5%** frequência de acesso no APP

Principais Aprendizados



A medida que avançamos com IA....atenção:

1. Qualidade dos dados que inputamos nos modelos
2. Acompanhar KPIs de conversão vs experiência do cliente
- 3. Cuidado com a pura dependência de IA e deixar de dar importância a voz do cliente**
- 4. Iniciativas descentralizadas. Importante governança e padronização (linguagem, tom de voz, assets da marca, fonte da informação, etc)**

Obrigada



daniela.guillen@corpay.com.br



11 996478896

