

## **Construção de DBM: Petlove, DogHero e VetSmart**

### **Petlove**

#### **Dados Cadastrais (mínimo 5):**

- - Nome completo
- - E-mail
- - CPF
- - Endereço completo (CEP, cidade, estado)
- - Número de telefone

#### **Dados Transacionais/Comportamentais (mínimo 10):**

- - Histórico de compras (produto, quantidade, valor, data)
- - Frequência de compras (recência e periodicidade)
- - Ticket médio por transação
- - Tipo de produto mais comprado
- - Forma de pagamento utilizada
- - Canais utilizados (site, app)
- - Presença em programa de assinatura
- - Avaliações feitas de produtos
- - Participação em promoções ou cupons utilizados
- - Abandono de carrinho (sim/não e frequência)

### **DogHero**

#### **Dados Cadastrais (mínimo 5):**

- - Nome completo
- - E-mail
- - CPF
- - Endereço completo (com bairro e cidade)
- - Dados do(s) pet(s)

#### **Dados Transacionais/Comportamentais (mínimo 10):**

- - Tipo de serviço contratado (hospedagem, creche, passeio)
- - Frequência de contratação
- - Valor médio por serviço
- - Avaliação de anfitriões/passeadores
- - Número de pets cadastrados
- - Cidade onde mais contrata serviços
- - Estilo de pet (porte, necessidades especiais)

- - Canal utilizado (app ou site)
- - Histórico de cancelamentos
- - Data da última contratação

## **VetSmart**

### **Dados Cadastrais (mínimo 5):**

- - Nome completo
- - E-mail
- - CPF ou CRMV (se veterinário)
- - Especialidade
- - Local de atuação

### **Dados Transacionais/Comportamentais (mínimo 10):**

- - Acessos ao app ou site
- - Conteúdos mais acessados (cursos, artigos, bulas, eventos)
- - Frequência de login
- - Participação em eventos ou webinars
- - Certificados emitidos
- - Perfil do pet atendido com maior frequência (porte, tipo)
- - Produtos ou medicamentos mais buscados
- - Participação em campanhas ou parcerias
- - Nível de engajamento nos canais digitais
- - Abertura/clique em e-mails e notificações push

## **Considerações Finais**

Com esses dados organizados em um único lugar, fica muito mais fácil entender o comportamento de cada cliente. Por exemplo, alguém que compra ração na Petlove pode também se interessar por passeios da DogHero ou por conteúdos da VetSmart.

Essa visão completa ajuda a empresa a enxergar quem são os clientes mais fiéis, quem está se afastando e como oferecer algo realmente útil e personalizado para cada um.

Tudo isso contribui para criar conexões mais fortes, antecipar necessidades e manter o relacionamento vivo em todos os pontos de contato – seja no app, e-mail ou redes sociais.