

Ciclo de Vida do Cliente : PetLove

AQUISIÇÃO

Objetivo: *Captação de leads e novos clientes.*

Canais: *Mídias sociais, Google Ads, parcerias com ONGs, indicações.*

Critério de entrada: *Cadastro no site ou aplicativo, interesse em produtos ou serviços.*

Modelo preditivo recomendado:

- *Lead scoring para identificar potenciais clientes com maior chance de conversão.*

Ciclo de Vida do Cliente : PetLove

ONBOARDING

CrITÉrios:

- *Cadastro válido.*
- *Primeira compra realizada ou assinatura ativa (Petlove Assinatura)*

Ações:

- *E-mails de boas-vindas.*
- *Tutoriais e apresentação da plataforma.*
- *Ofertas especiais para a segunda compra.*

Modelo preditivo recomendado:

Probabilidade de retenção (com base no comportamento da primeira compra).

Ciclo de Vida do Cliente : PetLove

RENTABILIZAÇÃO

Quando o cliente já está ativo e realiza compras recorrentes.

Subetapas

- **Engajado:** compra com regularidade.
- **Cliente de risco:** diminui a frequência de compras ou interações

Ações:

- Campanhas personalizadas de acordo com o perfil do pet e do tutor.
- Ofertas exclusivas.
- Recompensas por fidelidade.

Modelo preditivo recomendado:

- RFM (Recência, Frequência e Valor).
- Churn prediction (antecipar perda de clientes).

Ciclo de Vida do Cliente : PetLove

INATIVIDADE

Critérios

- Cliente sem compras em um período de 60 a 90 dias (dependendo da categoria).
- Falta de interação com e-mails ou app.

Ações:

- *Gatilhos de reengajamento.*
- *Pesquisas para entender o motivo da desistência.*
- *Recomendações automatizadas.*

Modelo preditivo recomendado:

- *Score de propensão à inatividade.*

Ciclo de Vida do Cliente : PetLove

REATIVAÇÃO

Ações:

- *Ofertas exclusivas para retorno.*
- *Envio de cupons.*
- *Novidades e vantagens da plataforma.*

Modelo preditivo recomendado:

- *Modelos de resposta a campanhas de reengajamento.*