

## **Briefing de Comunicação – Petlove**

### **Descrição da Campanha**

**Nome:** *Diversão que Alimenta: Brinquedos para-Pets Felizes*

Campanha de comunicação voltada para clientes que compram ração na Petlove, mas ainda não compraram brinquedos. O objetivo é apresentar os brinquedos como itens essenciais para o bem-estar do pet, incentivando o cross-sell de forma segmentada e personalizada.

### **Oportunidade**

Clientes que compram ração demonstram cuidado e atenção com seus pets, mas muitos ainda não compraram brinquedos – que são fundamentais para estímulo físico e mental dos animais. Isso representa uma oportunidade clara de conversão com comunicação segmentada, aproveitando o vínculo emocional já existente entre tutor e pet.

### **Objetivo**

Aumentar a conversão de vendas de brinquedos entre clientes que compram ração, promovendo uma jornada mais completa de cuidados com os pets e estimulando o cross-sell com base em comportamento de compra anterior.

### **Target (audiencia)**

- Donos de cães ou gatos;
- Clientes ativos com compra de ração nos últimos 3 meses;
- Público com e-mail, push ou telefone válidos;
- Segmentados por espécie, porte e ticket médio;

### **Produto ofertado**

- Brinquedos para cães: bolinhas, mordedores, brinquedos com apito;
- Brinquedos para gatos: arranhadores, ratinhos de pelúcia, brinquedos com catnip;
- Linha premium para clientes com ticket médio acima de R\$200;

### **Oferta**

- 15% de desconto na primeira compra de brinquedos;
- Frete grátis acima de R\$99;
- Brinde surpresa na compra de 2 ou mais brinquedos;

### **Segmentações**

- Espécie: cão/gato;
- Porte do animal (no caso de cães);
- Ticket médio: até R\$100, entre R\$101 e R\$200, acima de R\$200;
- Histórico de compras: sem brinquedos nos últimos 90 dias;
- Canal de comunicação disponível;

### **Canais**

- Email Marketing: visual forte com imagem do pet e destaque para brinquedos ideais;
- SMS: CTA direto com link para brinquedo personalizado;
- Push Notification: texto curto e objetivo com urgência ("Seu pet merece diversão hoje!").

### **O que deverá ser desenvolvido ?**

- E-mails personalizados por espécie e ticket médio;
- Banners e imagens para e-mail e push;
- Mensagens de texto curtas e objetivas para SMS;
- Segmentação automatizada no CRM;
- Relatórios de performance da campanha.

### **Dados personalizados**

- Nome do pet na mensagem;
- Produtos recomendados com base na ração comprada;
- Última data de compra como gancho para nova interação ("Faz 2 meses que você comprou ração para o Max! Que tal um brinquedo novo para ele?").