

## **Briefing – Modelo "Contagem" (1ª versão)**

### **Campanha Petlove – Cross-Sell Brinquedos**

#### **1. Nome da Campanha:**

"Diversão que Alimenta: Brinquedos para Pets Felizes"

#### **2. Objetivo e Descrição da Campanha:**

Campanha de CRM com objetivo de aumentar a conversão de brinquedos entre clientes que compram apenas ração. A ação visa estimular o cross-sell oferecendo produtos complementares ao perfil do pet (cães ou gatos), personalizando a comunicação conforme espécie e canais válidos.

#### **3. Filtros de Inclusão:**

- Clientes com status "ativo";
- Donos de cães ou gatos;
- Clientes que realizaram compra de ração nos últimos 3 meses;
- Clientes com e-mail e/ou telefone válidos;

#### **4. Filtros de Exclusão:**

- Clientes que já compraram brinquedos nos últimos 90 dias;
- Clientes com reclamações registradas;
- Clientes que participaram de campanhas similares nos últimos 60 dias;

#### **5. Segmentações e Quebras:**

- Espécie: Cão / Gato;
- Porte (no caso de cães): Pequeno, Médio, Grande;
- Ticket médio de compra: até R\$100 / R\$101-R\$200 / acima de R\$200;
- Canal válido: Email, SMS, Push Notification;

#### **6. Quebra por canais válidos:**

- Email Marketing: envio de recomendações com imagens e descontos;
- Push Notification: ofertas rápidas com CTA para compra imediata;
- SMS: mensagem curta com link para produto sugerido.

## 7. Exemplo do formato da tabela:

Segmento	Qtd Clientes	Canal	Produto Sugerido
Donos de cães pequenos	3.000	Email	Bolinhas e mordedores
Donos de gatos	2.500	Push	Arranhadores e ratinhos
Clientes ticket alto (>R\$200)	1.200	SMS	Brinquedos interativos premium