

QG Zoppy - CX

Giftback na Zoppy

O que é o Giftback?

O Giftback é um mecanismo de fidelização que incentiva os clientes a comprarem novamente em sua loja por meio do recebimento de uma bonificação ou presente. A bonificação transforma os compradores em clientes recorrentes.

Como o Giftback pode incentivar a recompra?

O Giftback gera um sentimento de urgência e escassez no cliente. Se o cliente não usar o Giftback, ele estará perdendo dinheiro. Isso é feito definindo parâmetros claros, como percentual de Giftback, percentual máximo de desconto, data de validade e data de envio.

Parâmetros do Giftback:

1. **Percentual de Giftback:** Percentual (%) do valor da última compra que será convertido em desconto para a próxima compra.
2. **Percentual Máximo de Desconto:** Percentual (%) máximo que o Giftback pode representar no valor da próxima compra.
3. **Data de Validade:** Número de dias em que o Giftback ficará válido após sua criação.
4. **Data de Envio:** Quantos dias após a compra o Giftback será criado e enviado ao cliente. Importante citar que tratam-se de dias corridos.

Como ativar o Giftback na Zoppy:

1. Ir até a página de Giftback.
2. Clicar na caixa de Dados de Giftback.
3. Selecionar as propriedades de Giftback.
4. Ativar o Giftback e salvar.

OBS.: Caso o cliente tenha o fluxo de automações ativo, a ativação e ajustes de propriedades ficam na tela de fluxo.

Como definir o fluxo de disparos de Giftback:

1. Acesse "Giftbacks" → "Propriedades de Giftback".
2. Role até o final da página e visualize os disparos ativos.
3. Selecione o canal de comunicação (WhatsApp, Email, SMS).
4. Personalize o fluxo de mensagens clicando em "Ações".

Como o Giftback é gerado:

A cada venda lançada na Zoppy, um cupom de Giftback é gerado automaticamente com base nos parâmetros configurados.

Lembrando que os cupons não são cumulativos e cada nova compra gera um novo cupom e desabilita automaticamente o anterior!

Conferindo o Giftback do Cliente:

Acesse a aba Giftbacks na Zoppy, insira o número de telefone do cliente e acesse os detalhes.

Cancelamento de Giftback:

Se um pedido é cancelado, o Giftback gerado a partir dele também é cancelado automaticamente.

Além disso, caso seja necessário cancelar um cupom de giftback, é possível ir até a aba de Giftbacks, procurar pelo número telefônico e cancelar o cupom manualmente!

Alteração do Nome do Cupom:

O nome do cupom é gerado automaticamente quando alterado o nome da empresa na Zoppy.

Também é possível alterar o nome do cupom de giftback clicando em “Nome do Cupom” e editando para o que quer manter.

O nome do cupom deve ter no máximo 11 caracteres.

Baixa de Cupons Utilizados na Loja Física:

A baixa é feita automaticamente através da integração. Cada novo pedido gera um novo cupom, desabilitando o antigo automaticamente.

Recomendação de Parâmetros:

- Percentual de Giftback: 15%
- Percentual Máximo de Desconto: 25%
- Data de Validade: 45 dias
- Data de Envio: 0 dias

Uso de Cupons em Loja Física e Site:

Cupons podem ser utilizados tanto na loja física quanto no site, integrados pela Zoppy.

Envio de Giftback:

O período para envio do Giftback é personalizável. As outras mensagens de Giftback (alerta de Giftback e alerta de Giftback vencendo em 3 dias) são enviadas conforme a configuração.

Percentual Ideal de Giftback:

Um bom percentual de Giftback varia de 8 a 10%, mas sempre é válido usar o ticket médio como base.

Desativação de Mensagens:

Para desabilitar o envio de mensagens para um cliente específico, acesse a “Área de Clientes”, pesquise pelo cliente e selecione “Não quero receber mensagens”.

Pedido Cancelado Após Uso do Giftback:

Se um pedido é cancelado após o uso do Giftback, não é possível controlar a situação. O cupom já utilizado não pode ser cancelado, mas é possível cancelar o cupom gerado pela nova compra.

Baixo Retorno de Giftback:

Faça campanhas informando aos melhores clientes sobre o programa de fidelidade e divulgue no site e redes sociais.

Modelos de Mensagem

Como criar um template de mensagem?

1. Acesse a aba de “Modelos de mensagem” na Zoppy.
2. Selecione o canal (SMS, e-mail, WhatsApp ou Painel do Vendedor).
3. Clique em “Adicionar modelo” e configure o template.
4. Clique em “Adicionar” para finalizar.

Alteração de Templates:

Para editar um template, acesse “Modelos de Mensagem” e clique no ícone de lápis ao lado da mensagem que deseja editar. Salve ao final.

É importante citar que, no caso de Templates para Whatsapp API, caso sejam reprovados, uma alteração não altera o status. Uma vez reprovado, ele segue reprovado.

Aprovação de Templates no WhatsApp:

Templates no WhatsApp levam até 24 horas para serem aprovados. A aprovação será confirmada por e-mail.

Adição de Imagens:

Para adicionar imagens no template, vá em “Modelos de mensagem” > “Adicionar modelo” > “Cabeçalho” > “Imagem” > “Enviar arquivo”.

Boas Práticas para Criar Modelos de Mensagem

Whatsapp:

- Imagem: 9x12 cm em JPEG ou PNG.
- Vídeo: Máximo de 100MB.
- Não incluir links de direcionamento no cabeçalho.
- Evitar rodapés extensos (máximo uma palavra).
- Evitar mais de uma quebra de linha no corpo da mensagem.

SMS:

- Máximo de 150 caracteres.
- Evitar links de direcionamento.

E-mails:

- Dimensões sugeridas: até 600 pixels de largura.
 - Peso máximo de 500KB para evitar classificação como spam.
-

Campanhas na Zoppy

Como disparar uma campanha?

O pré-requisito básico é que o modelo de mensagem seja criado e aprovado, e que o segmento esteja criado (se necessário). Caso a campanha for por planilha, a planilha também já deve estar feita.

Campanha por Segmento:

1. Acesse o menu “Campanhas”.
2. Clique em “Criar campanha”.
3. Selecione o canal de envio (WhatsApp, E-mail, SMS), dê um nome à campanha e selecione o template de mensagem.
4. Selecione a opção “Segmento” e escolha o segmento desejado.

5. Determine o momento de envio (imediato ou agendado).
6. Clique em “Salvar”.

Campanha por Planilha:

1. Acesse o menu “Campanhas”.
2. Clique em “Criar campanha”.
3. Selecione o canal de envio (WhatsApp, E-mail, SMS), dê um nome à campanha e selecione o template de mensagem.
4. Selecione a opção “Planilha” e baixe a planilha modelo.
5. Preencha a planilha com os dados dos clientes e faça o upload em formato “csv”.
6. Determine o momento de envio (imediato ou agendado).
7. Clique em “Salvar”.

Agendamento de Campanhas:

É possível agendar o envio de campanhas selecionando “Agendar envio” e preencher a data e horário desejados.

Envio de Campanha Teste:

Para enviar uma campanha teste, realize uma campanha por planilha com seus próprios dados.

Matriz RFM

Como funciona a Matriz RFM?

A Matriz RFM é uma técnica de análise de clientes baseada em **Recência** (Recency), **Frequência** (Frequency) e **Valor Monetário** (Monetary Value).

- Recência: Tempo desde a última compra do cliente.
- Frequência: Número de vezes que o cliente comprou em um período.
- Valor Monetário: Total gasto pelo cliente.

Segmentos de Clientes na Matriz RFM:

1. Clientes Campeões: Alta pontuação em todas as dimensões.
2. Clientes Promissores: Pontuação média em uma ou duas dimensões.
3. Clientes em Risco: Baixa pontuação em todas as dimensões.

Como utilizar a Matriz RFM na Zoppy:

1. Acesse o menu “Matriz RFM”:

- No painel da Zoppy, vá até a seção dedicada à Matriz RFM.
- 2. Visualize os Segmentos:
 - A matriz apresentará uma categorização dos clientes com base em suas pontuações RFM.
- 3. Crie Campanhas Específicas:
 - Utilize os segmentos identificados pela matriz RFM para criar campanhas direcionadas, aumentando a eficácia das suas ações de marketing.

Benefícios da Matriz RFM:

- **Personalização:** Permite personalizar campanhas com base no comportamento de compra dos clientes.
- **Segmentação Eficaz:** Facilita a segmentação dos clientes, identificando os mais valiosos e os que estão em risco de churn.
- **Aumento da Retenção:** Ajuda a desenvolver estratégias específicas para manter os clientes ativos e aumentar a fidelidade.

Atualização da Matriz RFM:

A matriz RFM é atualizada uma vez por dia, durante a madrugada, garantindo que os dados refletem o comportamento mais recente dos clientes.

Segmentos na Zoppy

Como criar segmentos na Zoppy?

1. Acesse o menu “Segmentos”.
 - No painel da Zoppy, vá até a seção de Segmentos.
2. Clique em “Novo segmento”.
 - Inicie a criação de um novo segmento.
3. Dê um nome e descrição ao segmento.
 - Escolha um nome descritivo e adicione uma breve descrição para facilitar a identificação.
4. Selecione o tipo de segmentação (Gênero, Estado, Perfil NPS, etc.).
 - Escolha os critérios de segmentação (por exemplo, Gênero, Estado, Perfil NPS, etc.).
5. Se necessário, selecione o operador da segmentação (igual a, maior que, etc.).
 - Escolha o operador adequado (igual a, maior que, etc.) conforme o critério selecionado.
6. Preencha o último campo para realizar a segmentação.
 - Complete as informações necessárias para definir o segmento.
7. Clique em “Salvar segmento”.
 - Finalize a criação do segmento.

Visualização de Segmentos:

Clique no ícone de olho ao lado do segmento desejado para visualizar o número de pessoas no segmento.

Atualização de Segmentos:

Os segmentos são atualizados automaticamente conforme os dados dos filtros escolhidos são atualizados.

Upload de Arquivo com Clientes:

Não é possível criar uma segmentação com filtros diferentes dos disponíveis na Zoppy. Entretanto, você pode criar uma planilha e fazer uma campanha por planilha para contornar essa limitação.

WhatsApp API

Cobrança dos Disparos por WhatsApp:

1. Manutenção da Zoppy: Custo de 10 centavos por janela aberta após exceder o limite do plano.
2. Custo de Disparos da Meta: Custo direto do Facebook por conversa iniciada (20 a 30 centavos).

Janelas de Conversa:

Cada janela de conversa tem duração de 24h. Após esse período, uma nova janela deve ser aberta.

Filtros de Conversas do WhatsApp:

- Esperando: Clientes sem resposta.
- Em andamento: Janelas abertas há menos de 24h.
- Concluídas: Janelas abertas há mais de 24h.
- Não lidas: Conversas não lidas.

Abertura Manual de Janelas:

1. Pesquisar pelo cliente ou adicionar um novo cliente.
2. Abrir a conversa do cliente desejado.
3. Clique na “#” no canto inferior esquerdo.
4. Escolher e clicar em um template pronto.
5. Enviar e aguardar o retorno do cliente!

Configuração da API:

- Chip Pré-pago ou Pós-pago: Número exclusivo para a API do WhatsApp.
- Envio e Recebimento de Áudios: Possível através da API, mas não pela plataforma.

Redução de Custos:

Editar configurações do fluxo de envio de Giftback para reduzir o número de mensagens enviadas por WhatsApp.

Troca da Logo e Descrição:

1. Acesse o Meta Business Suite.
 2. Clique em “Configurações” > “Contas” > “Apps”.
 3. Clique em “Abrir no Painel do Aplicativo”.
 4. Vá em “WhatsApp” > “Configuração” > “Gerenciar telefones”.
-

SMS

Cadastro de Número para Envio de SMS:

Não é necessário cadastrar um número. O envio é feito a partir de um número geral de disparadores.

Custos de Envio de SMS:

O envio de SMS é feito a partir de um número geral. Caso exceda o limite do plano, cada envio extra custa R\$0,10.

Boas práticas para modelos de SMS:

- Máximo de 150 caracteres. Evitar links de direcionamento
- Adicionar links pode fazer com que a mensagem seja marcada como spam. Evitar links e emojis para manter a credibilidade do contato.

Problemas com Envio de SMS:

- Seguir boas práticas de criação de mensagens de SMS: Certifique-se de que a mensagem está dentro das diretrizes de boas práticas.
 - Contatar suporte: Se o problema persistir, entre em contato com o suporte da Zoppy.
-

Email

Cadastro do Email Remetente na Zoppy:

1. Acesse o menu “Modelos de mensagem” e clique em “E-mail”.
2. Digite o endereço de e-mail e clique em “Verificar”.
3. Acesse o e-mail recebido da AWS e clique no link para validar.

Custos de Envio de Emails:

O envio de emails tem custos adicionais caso exceda o limite do plano. O valor é de R\$5,00 para cada 1.000 e-mails excedentes. Consulte o limite dentro da sua conta.

Cadastro de Clientes por Email:

Não é possível cadastrar clientes somente pelo email. É necessário adicionar o nome, número de telefone e informações da compra.

Adição de Imagens no Template de Email:

1. Acesse “Modelos de mensagem”.
2. Selecione “E-mail” > “Adicionar modelo”.
3. Arraste a caixa “Imagem” para o corpo da mensagem.
4. Clique na caixa de imagem e em “Enviar imagem”.

Prevenção de Spam:

Seguir boas práticas de dimensionamento e peso dos emails:

- Dimensões sugeridas: até 600 pixels de largura.
- Peso máximo das imagens: 500KB.
- Evite usar palavras ou frases que possam ser consideradas spam, como "Grátis", "Clique aqui", etc.

Integrações na Zoppy

Importância da Integração:

A integração com um ERP ou sistema de e-commerce permite que os pedidos sejam centralizados automaticamente na Zoppy, facilitando o acompanhamento das oportunidades de venda e leads. Isso ajuda a equipe de vendas a priorizar e direcionar seus esforços de forma mais eficaz, aumentando as taxas de conversão.

Integrações com ERP na Zoppy

Bling

1. Acesse o menu de “Configurações” na Zoppy.
2. Na categoria “Funcionalidades”, clique em “Integrações”.
3. Clique em “Configurar” no card do Bling.
4. Clique em "Clique aqui para autorizar".
5. Preencha a data de início desejada.

Tiny

1. Entre na área administrativa na Tiny.
2. Clique em “Início” > “Loja de extensões”.
3. Busque por “API” e selecione “Token API”.
4. Copie o token e cole na Zoppy.
5. Acesse “Configurações” > “Integrações” na Zoppy.
6. Clique em “Configurar” no card do Tiny.
7. Cole o token no respectivo campo.

Linx Microvix

1. Acesse o site da Linx e solicite o “webservice de saída”.
2. Acesse “Configurações” > “Integrações” na Zoppy.
3. Clique em “Configurar” no card da Linx Microvix.
4. Preencha seu usuário, senha e cole o webservice de saída.

Omie

1. Entre no painel Omie e preencha os dados de cadastro.
2. Clique em “Meus Aplicativos”.
3. Copie o APP_SECRET e APP_KEY.
4. Acesse “Configurações” > “Integrações” na Zoppy.
5. Clique em “Configurar” no card da Omie.
6. Cole os dados copiados nos respectivos campos.

Integrações com E-commerce na Zoppy

Bagy

1. Acesse sua conta na Bagy e clique em “Marketing”.
2. Clique em “Giftback by Zoppy”.
3. Clique em “Sim, já sou cliente Zoppy!”.
4. Acesse “Configurações” > “Integrações” na Zoppy.
5. Complete a integração.

Braavo

1. Acesse “Serviços” > “ERPs” > “Ajustes” e selecione Zoppy.
2. Configure a integração conforme necessário.

3. Insira o token disponibilizado pela Zoppy.

CartPanda

1. Entre na área administrativa da sua loja.
2. Pegue o Alias e a chave de API.
3. Acesse “Configurações” > “Integrações” na Zoppy.
4. Clique em “Configurar” no card do CartPanda.
5. Cole as informações nos respectivos campos.

Convertr

1. Acesse o painel administrativo na Convertr.
2. Clique em “Aplicativos” e na engrenagem do aplicativo Zoppy.
3. Insira o Token da sua conta.
4. Ative a integração e salve.

Doooca

1. A Doooca tem a integração por dentro da Bagy e é feita da mesma forma.

Loja Integrada

1. No painel da sua loja, acesse “Configurações” > “Chave para API”.
2. Clique em “Cadastrar nova chave” e gere a chave API.
3. Copie a chave gerada.
4. Acesse “Configurações” > “Integrações” na Zoppy.
5. Clique em “Configurar” no card da Loja Integrada.
6. Cole a chave no respectivo campo.

Magazord

1. Acesse a área administrativa da sua loja.
2. Extraia o Alias da URL do painel e insira na Zoppy.
3. Solicite um Token e Senha no suporte da Magazord.
4. Insira essas informações na Zoppy.

Nuvem Shop

1. Acesse o painel da Nuvem Shop e clique em “Meus Aplicativos”.
2. Adicione ao final da URL o texto: “6094/authorize”.
3. Autorize a integração.
4. Complete a integração na Zoppy.

Shopify

1. Ir em Apps.
2. Clicar em "Configurações do app e dos canais de venda".
3. Clicar em "Desenvolver Apps".
4. Clicar em "Criar um app".
5. Colocar o nome de "Zoppy".
6. Criar app.

7. Configurar escopos do API Admin, selecionando todas as caixas de seleção abaixo:

- *read_analytics*
- *read_aps*
- *read_files*
- *read_channels*
- *write_gift_cards*
- *read_gift_cards*
- *read_customers*
- *read_customers_events*
- *read_payment_terms*
- *read_shopify_payments_bank_accounts*
- *read_shopify_payments_disputes*
- *read_discovery*
- *write_discounts*
- *read_discounts*
- *read_returns*
- *read_order_edits*
- *read_inventory*
- *read_marketing_events*
- *read_product_feeds*
- *read_shipping*
- *read_product_listings*
- *read_locations*
- *read_locales*
- *read_purchase_options*
- *read_orders*
- *write_third_party_fulfillment_orders*
- *read_third_party_fulfillment_orders*
- *write_assigned_fulfillment_orders*
- *read_assigned_fulfillment_orders*
- *write_merchant_managed_fulfillment_orders*
- *read_merchant_managed_fulfillment_orders*
- *read_payment_customizations*
- *read_products*
- *read_draft_orders*
- *write_price_rules*
- *read_price_rules*
- *read_reports*
- *write_fulfillments*
- *read_fulfillments*
- *read_all_checkout_completion_target_customizations*
- *read_cart_transforms*
- *write_custom_fulfillment_services*
- *read_custom_fulfillment_services*
- *read_delivery_customizations*
- *write_discounts_allocator_functions*
- *read_discounts_allocator_functions*
- *write_fulfillment_constraint_rules*

- *read_fulfillment_constraint_rules*
- *read_order_submission_rules*
- *read_privacy_settings*
- 8. Salvar e clicar em "Instalar App", no alto da tela.
- 9. Revelar o token e enviar para o contato da Zoppy que está auxiliando, junto da URL da Shopify (no formato <https://seu-dominio.myshopify.com/>) e da data que deseja puxar os dados.

Tray

1. Acesse "Aplicativos" na conta da Tray.
2. Clique em "Instalar novos aplicativos" e pesquise "Zoppy".
3. Instale o aplicativo.
4. Copie a URL e o Code.
5. Acesse "Configurações" > "Integrações" na Zoppy.
6. Cole as informações e salve.

VTEX

1. Acesse a área administrativa da sua loja.
2. Copie o AppName e clique em "Configurações da conta" > "Chaves de aplicação".
3. Clique em "Gerenciar minhas chaves" e depois em "+ Gerar chave".
4. Preencha o Rótulo e adicione perfis se necessário.
5. Gere e copie o Token de aplicação.
6. Insira as informações na plataforma da Zoppy.
7. Altere os modelos de mensagens automáticas de giftback para ativar o cupom antes de usar no site.

WBuy

1. Acesse a área administrativa da sua loja.
2. Vá até "API e webhooks" e selecione "Integração REST API".
3. Visualize e copie as informações de "Usuário da API" e "Senha da API".
4. Acesse "Configurações" > "Integrações" na Zoppy.
5. Clique em "Configurar" no card da WBuy.
6. Cole as informações e salve.

WooCommerce

1. Acesse sua conta do WooCommerce.
2. Clique em "WooCommerce" > "Configurações" > "Avançado" > "Rest API".
3. Gere uma chave e selecione "Ler/Escrever" em permissões.
4. Copie a Consumer Key e a Secret Key.
5. Acesse "Configurações" > "Integrações" na Zoppy.
6. Cole as informações e salve.

Yampi

1. Acesse sua conta na Yampi e clique em "Credenciais de API".
2. Copie Alias, token e Chave secreta.
3. Acesse "Configurações" > "Integrações" na Zoppy.

4. Cole as informações e salve.
-

Relatórios na Zoppy

Receita Influenciada pela Zoppy:

Refere-se aos pedidos que ocorreram até 7 dias depois de um contato realizado por meio da Zoppy. Isso permite medir o impacto das interações realizadas pela plataforma nas vendas subsequentes.

Receita Gerada com Giftback:

Refere-se às compras que utilizaram cupons de Giftback criados pela Zoppy. Esse relatório ajuda a avaliar a eficácia das campanhas de Giftback em gerar vendas adicionais.

Atualização da Matriz RFM:

A matriz RFM é atualizada uma vez por dia, durante a madrugada. Isso garante que os dados utilizados para segmentação e análise sejam os mais recentes possíveis.

Filtragem por Região:

Essa funcionalidade permite entender melhor a distribuição geográfica dos clientes e identificar áreas com maior ou menor concentração de vendas. Para filtrar clientes por região, vá em “Relatórios” > “Dados demográficos” > “Compras por estado”.

Pesquisa de NPS

O que é uma Pesquisa de NPS?

NPS (Net Promoter Score) é uma metodologia de pesquisa de satisfação e percepção do cliente que avalia a probabilidade de os clientes recomendarem sua empresa, produto ou serviço para amigos e familiares.

Perguntas da Pesquisa de NPS da Zoppy:

1. Como você avalia o nosso atendimento? (1-5 estrelas).
2. Qual o seu nível de satisfação com o nosso produto/serviço? (1-5 estrelas).
3. Qual a chance de você nos indicar para amigos e familiares? (0-10).
4. Por favor, deixe aqui um comentário ou sugestão para nossa equipe! (resposta aberta).

Visualização das Respostas:

- **Resultado Geral:** O resultado geral pode ser visto nos relatórios da Zoppy, onde é possível visualizar a média das pontuações e a distribuição dos clientes entre Promotores, Neutros e Detratores.
- **Resposta de um Cliente Específico:** Para ver a resposta de um cliente específico, acesse o perfil do cliente na área de Clientes da Zoppy.

Edição da Pesquisa de NPS:

A pesquisa em si não é editável, mas a mensagem de envio pode ser personalizada para melhor se adequar ao tom e à identidade da sua marca.

Benefícios da Pesquisa de NPS:

- **Avaliação da Satisfação do Cliente:** Ajuda a entender o nível de satisfação dos clientes com seu produto ou serviço.
- **Identificação de Problemas:** Comentários e sugestões fornecem insights valiosos sobre áreas que precisam de melhorias.
- **Medida de Lealdade do Cliente:** O NPS é uma métrica importante para avaliar a lealdade do cliente e prever o crescimento futuro do negócio.

Imagem de Fundo da Pesquisa de NPS:

Não é possível editar a imagem de fundo da pesquisa.

Painel do Vendedor

Configuração do Painel do Vendedor:

1. Acesse o menu de “Configurações”.
2. Role para baixo e acesse a área de “Automações”.
3. Clique nos botões ao lado das automações que deseja ativar.

Configuração das Automações:

- **Pós-venda:** Defina o período de criação da tarefa e personalize o template da mensagem.
- **Pesquisa de NPS:** Defina o período de criação da tarefa e personalize o template da mensagem.
- **Aniversário:** Personalize o template da mensagem.

Algoritmo de Distribuição de Clientes entre Vendedores:

- Vendedor Preferencial: O cliente é direcionado para o vendedor que mais vezes o atendeu anteriormente.
- Último Vendedor: Em caso de empate, o cliente é direcionado para o vendedor que realizou a venda mais recente.
- Distribuição Igualitária: Se o cliente não tiver histórico de atendimentos, a distribuição é feita de forma igualitária entre os vendedores ativos..

Filtragem do Painel do Vendedor:

- Nome do Cliente: Pesquisar clientes específicos pelo nome.
- Usuário: Filtrar por usuário responsável.
- Loja: Escolher entre showroom ou e-commerce.
- Matriz RFM: Filtrar com base na segmentação RFM.
- Tipo de Tarefa: Filtrar por tipo de tarefa atribuída.

Criação de Tarefas no Painel do Vendedor:

1. Acesse a aba "Painel do Vendedor".
2. Selecione "Adicionar tarefa +" e crie a tarefa conforme necessidade e preferência.

Tarefas Concluídas:

- O card da tarefa fica riscado e com as bordas verdes.
 - A tarefa aparece como concluída no dia em que foi realizada.
 - Tarefas concluídas ficam no filtro 'concluídas' e não podem ser realizadas novamente.
-

Configurações Gerais

Integrações

- **Quantas integrações eu posso realizar na Zoppy?** É possível realizar no máximo duas integrações, sendo elas um ERP e uma plataforma de e-commerce. Não é possível integrar com duas plataformas de e-commerce nem com dois ERPs simultaneamente.

Cadastro de Clientes

- **É possível fazer o cadastro de clientes vindos da minha LP pela Zoppy?** Não! Só é possível fazer o cadastro daqueles clientes que tiverem concluído uma compra.

Migração de Provedores

- **Estou migrando de um provedor para o outro. E agora?** Precisamos apenas trocar as integrações! Entre em “Configurações” > “Integrações” > Vá até a sua nova plataforma de integração > Siga o tutorial para integrá-la. Os dados da plataforma anterior não serão apagados e seguirão normalmente na Zoppy.

Mapeamento de Status

- **Como fazer o mapeamento de status?** Acesse “Configurações” > “Mapeamento de status” > Organize os status “Aguardando”, “Concluído” e “Cancelado” conforme necessário. Verifique de acordo com a plataforma de vendas o que cada etapa significa. Caso o status esteja na base incorreta, basta arrastar para a etapa correta.

Tutorial de Mapeamento de Status:

1. Acesse o menu de “Configurações”, ao lado esquerdo da página.
2. Na categoria “outros”, clique em “Mapeamento de status”.
3. Nessa aba, terão os status “Aguardando”, “Concluído” e “Cancelado”, com os respectivos status contidos na sua plataforma de vendas. Caso haja algum status posicionado na aba incorreta, basta arrastar o card para a categoria correta.
4. Clique em “Salvar”.

Discrepâncias de Faturamento

- **Tenho um faturamento de R\$10.000 e só veio para a Zoppy R\$9.899,50. Por quê?** A Zoppy não puxa valor de frete através da integração. Por exemplo, se um pedido de valor total R\$ 120,00 com frete chega na Zoppy e seu valor de frete foi de R\$ 20,00, nós puxamos somente os R\$ 100,00. Esse é um possível motivo dessa diferença. Se ainda acredita ser um número que não faz sentido, entre em contato com nosso suporte.
-

Área do Cliente na Zoppy

Lançamento Manual de Vendas

-
- Como realizar o lançamento manual de vendas?
- 1. Acesse a Área de Clientes.
- 2. Clique em “Lançamento de Venda”.
- 3. Preencha os dados do cliente e as informações da venda.
- 4. Clique em “Continuar” para salvar a venda.

Categorias de Produto

- **Como criar categorias de produto na Zoppy?** As categorias de produto já vêm diretamente da sua plataforma de vendas!

Edição de Vendas

- **Como eu edito uma venda?** Atualmente não é possível editar uma venda, mas é algo que já está mapeado na nossa esteira de produto!

Compras Retroativas

- **Como adicionar as compras dos clientes retroativos?** Basta solicitar um resync do período desejado à equipe da Zoppy.

Automação de Pedido Não Concluído

- A cada pedido não concluído, ou seja, a cada pedido em que o PIX e o boleto foram gerados e não pagos, uma tarefa é criada no Painel do Vendedor.

Carrinho Abandonado

- Atualmente temos essa opção para integrações com **Bagy, Nuvem Shop, Tray, Yampi e Shopify**. Importante ressaltar que o carrinho abandonado precisa ter identificação! Caso contrário, não será possível.

Tempo de Integração

- **Quanto tempo leva para um pedido ir da integração para a Zoppy?** Isso varia de plataforma para plataforma, mas levamos em consideração uma média de 2 horas até 4 horas!

Problemas com Pedidos de Vendedores

- **Os pedidos da vendedora X não estão vindo para a Zoppy, o que fazer?** Para plataformas de e-commerce: Não conseguimos atribuir vendas a vendedoras específicas. Todas as tarefas no Painel do Vendedor serão distribuídas igualmente entre as vendedoras cadastradas.
 - Para ERPs (Bling, Microvix, Tiny, Omie, Easy Linx): Verifique se os pedidos estão sendo atribuídos à vendedora X na sua plataforma de vendas. Certifique-se de que o cadastro da vendedora está finalizado na Zoppy com o mesmo email cadastrado no ERP. Caso os dados estejam corretos e ainda assim exista divergência, envie um print dos pedidos da vendedora X para investigarmos.
-

Outros Assuntos

Limpeza de Cache do Navegador

- No Windows e Linux: pressione as teclas "Ctrl" + "Shift" + "Delete".
- No Mac: pressione as teclas "Command" + "Shift" + "Delete".

Funções de Usuários

- Administrador: Acesso total à conta e suas funcionalidades.
- Gerente: Acesso a relatórios, todos os chats do WhatsApp, Painei do Vendedor, Área de Clientes e Lançamento de Vendas.
- Vendedor: Acesso aos chats atrelados a ele no WhatsApp, Painei do Vendedor, Área de Clientes e Lançamento de Vendas.

Validade do Plano

- **Como saber quando meu plano vence?** É sempre um mês após o pagamento da fatura. Você pode ir em "Configurações" > "Assinatura" e ver qual data começou o plano. Será sempre nessa data!

Regulamento da Promoção para o Site

- **Vocês possuem um regulamento da promoção para o site?** O regulamento são os próprios parâmetros do cupom de giftback! Aqui está um exemplo de como um dos nossos clientes comunicou o giftback no site:
<https://vorr.com.br/pages/cashback>.

Discrepância no Cadastro de Clientes

- A diferença pode ocorrer devido a clientes com apenas cadastro em newsletter ou contatos sem pedidos vinculados na plataforma de vendas. Se a diferença persistir, entre em contato com o suporte técnico.
-

Fluxo de Automações

O fluxo de automações é uma funcionalidade extremamente completa, permitindo a criação de jornadas personalizadas para diversos tipos de situações. O objetivo é aumentar os contatos com os clientes e reduzir a necessidade de intervenção manual.

Criando um Fluxo

Passo 1: Criação do Fluxo

1. Acesse “Fluxo de Automações”: No painel da Zoppy, vá até a seção de Fluxo de Automações.
2. Clique em “Novo fluxo”: Inicie a criação de um novo fluxo.
3. Nome e Descrição: Dê um nome e uma descrição ao fluxo que reflita o objetivo e os pontos principais.

Passo 2: Definição do Tipo de Execução

1. Rodar uma vez por pedido ou uma vez por cliente: Determine se o fluxo será executado uma vez por pedido ou uma vez por cliente. Escolha "Uma vez por cliente" para fluxos que fazem sentido apenas para a primeira compra.

Passo 3: Data de Início

1. Defina a Data de Início: Estabeleça a data a partir da qual os dados serão utilizados no fluxo. Por exemplo, "01/01/2024" para considerar compras a partir desta data.

Definindo um Gatilho

Tipos de Gatilhos

Segmento:

- Clientes que fizerem parte do segmento entrarão no fluxo. Ideal para atingir um grupo específico de clientes.

Data:

- Ideal para programar um fluxo repetido anualmente, como um fluxo para Black Friday que comece no dia 01/11 todos os anos.

Regras:

- Selecione filtros usados para criar segmentos ou outras regras, como Gênero, Estado, Perfil NPS, Perfil RFM, Valor da última compra, Data da última compra, Status do pedido, Número de vendas, Valor total em vendas, Ticket médio, Status de giftback, Data de aniversário.

Incluindo Etapas

Tipos de Etapas

Ações:

- **Criar Cupom:** Criação de um cupom de Giftback ou valor definido.

- **Delay de Tempo:** Defina quanto tempo o fluxo deve esperar para executar o próximo passo. Pode ser minutos, horas ou dias.
- **Redirecionamento:** Redirecione o fluxo para uma etapa específica.

Canais:

- **WhatsApp:** Envio de mensagens pelo WhatsApp API configurado na Zoppy. Custos adicionais podem ser aplicados.
- **Email:** Envio de email personalizado de maneira automática.
- **SMS:** Envio de SMS personalizado. Custos adicionais podem ser aplicados.
- **Painel do Vendedor:** Envio de mensagens através do Painel do Vendedor. Não gera custos adicionais.

Condição:

- Defina dois caminhos de opção para o cliente de acordo com sua resposta ao fluxo.
- Utilize **segmentos, datas ou regras** para definir condições. Por exemplo, Gênero, Estado, Perfil NPS, Perfil RFM, Valor da última compra, Data da última compra, Status do pedido, Número de vendas, Valor total em vendas, Ticket médio, Status de giftback, Data de aniversário.

Benefícios do Fluxo de Automações

- **Personalização:** Criação de jornadas personalizadas que atendem às necessidades específicas dos clientes.
- **Eficiência:** Redução da necessidade de intervenção manual, economizando tempo e recursos.
- **Engajamento:** Aumento do número de contatos com os clientes, melhorando o engajamento e a fidelidade.