



**KickOff
&
Warm Up e Ram Pup na prática**



Jornada do Cliente

O primeiro passo é entender o cliente – que tipo de serviço/produto vende, quais são os meios de pagamento, categorias/produtos, se trabalha com marca própria ou com multimarcas, ticket médio, qual tipo de comunicação utiliza com o público – ou seja, conhecer todos os aspectos da conta que irá atuar.

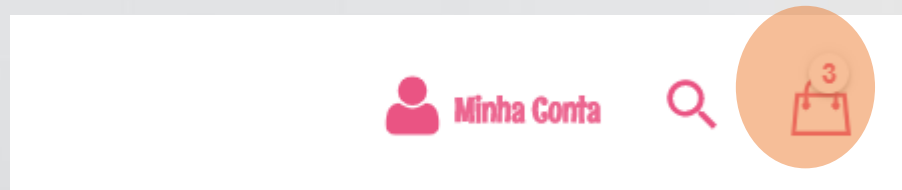
***Isso é importante tanto para estratégia, quanto para operacional.**

Próximo passo fazer a Jornada do Cliente – navegar no site, ver as páginas, observar quais comunicações a empresa impacta o cliente, se está fácil acesso os formulários de cadastro, fazer cadastro, navegar nos produtos – observar se recebe qualquer tipo de impacto retargeting, abandonar carrinho, realizar o teste de compra e etc.

EX:



Fiz o optin e recebi o boas vindas e o cupom quase 2 horas após cadastro



Abandonei carrinho por mais de 4 horas e não recebi nenhuma comunicação



Jornada do Cliente

- Ao entrar no site do cliente fizemos o cadastro para recebimento da Newsletter.

RVCA

[AJUDA](#)
[MEUS PEDIDOS](#)
[ENTREGA](#)
[TROCAS E DEVOLUÇÕES](#)
[FALE CONOSCO](#)

RVCA NEWSLETTER
CADASTRE-SE PARA RECEBER AS NOVIDADES DOS PRODUTOS DA RVCA

POR FAVOR ENTRE COM O SEU EMAIL



SIGA-NOS
[f](#) [ig](#) [yt](#) [tv](#)

- Imagens quebradas e sem UTMs



Jornada do Cliente

- Realizei um abandono de produto e recebi o e-mail.

PRODUTOS	PREÇO UNITÁRIO	QUANTIDADE	SUBTOTAL
 <div>VESTIDO ZIP IT - MULTI - M COR: MULTI; TAMANHO: M; PRINT: LISTRADO</div>	R\$ 299,99 R\$ 119,96	<div>- 1 +</div> <div>REMOVER</div>	R\$ 119,96
 <div>WALK HITCHER - CINZA ESCURO - 38 COR: CINZA ESCURO; TAMANHO: 38 ; PRINT: LISO</div>	R\$ 229,90	<div>- 1 +</div> <div>REMOVER</div>	R\$ 229,90
<div>🛒 LIMPAR CARRINHO</div>		SUBTOTAL: R\$ 349,86	
DESCONTO INFORME SEU CUPOM OU VALE-COMPRA PARA CALCULAR O VALOR: <div><input type="text"/></div> <div>APLICAR</div>		FRETE INFORME O CEP DE ENTREGA PARA CALCULAR O FRETE: <div><input type="text"/></div> <div>CALCULAR</div>	

RESUMO

SUBTOTAL R\$ 349,86

DESCONTO

FRETE

TOTAL
R\$ 332,36 COM DESCONTO DE 5%
OU EM ATÉ 10X DE R\$ 34,99 (SEM JUROS).

FINALIZAR COMPRA

🔒 COMPRA 100% SEGURA


- E-mail Retargeting
- Verificar qual empresa que eles utilizam e se todos os parâmetros estão certo

RVCA


Olá Bianca!, tudo bem?

Seu carrinho não vai esperar por muito tempo, corra e finalize agora sua compra!

Irado os produtos que selecionou na Loja Virtual RVCA heim! Eles estão apenas aguardando você finalizar a sua compra serem seus. Olha só os produtos que estamos segurando aqui para você:



VESTIDO ZIP IT



WALK HITCHER

🛒

CONCLUIR PEDIDO

CENTRAL DE ATENDIMENTO

(11) 3618-8600

sac@rvca.com

REDES SOCIAIS

f

v

@

RVCA

Jornada do Cliente

IDENTIFIQUE-SE NOVO CHECKOUT

EMAIL

SENHA

ESQUECI MINHA SENHA

Entrar

ENTRAR OU CADASTRAR COM: f FACEBOOK

PRIMEIRA COMPRA?

CADASTRE-SE AGORA

CADASTRE-SE VOLTAR

ENTRAR OU CADASTRAR COM: f FACEBOOK

NOME COMPLETO

E-MAIL

CPF

SENHA

REPITA A SENHA

DATA DE NASCIMENTO

TELEFONE DE CONTATO FIXO

TELEFONE CELULAR (OPCIONAL)

SEXO (OPCIONAL)

☐ FEMININO ☐ MASCULINO ☐ NÃO INFORMADO

Cadastrar

CADASTRAR ENDEREÇO DE ENTREGA

CEP

DIGITE SEU CEP QUE IREMOS BUSCAR SEU ENDEREÇO.

NÚMERO

COMPLEMENTO

IDENTIFICAÇÃO

NOME DO DESTINATÁRIO (OPCIONAL)

End

1. DEFINA SEU ENDEREÇO

BIANCA NEVES

ENDEREÇO DE ENTREGA ESCOLHIDO

PRÇA JOÃO PAIS MÁLIO, 459 / CASA 3

PARQUE REGINA, SÃO PAULO - SP

CEP 05773-080

Adicionar novo endereço

- Observar quais os campos que ele pede para o cliente no cadastro para tornar isso em campos de listas.

1. DEFINA SEU ENDEREÇO

BIANCA NEVES

ENDEREÇO DE ENTREGA ESCOLHIDO

PRÇA JOÃO PAIS MÁLIO, 459 / CASA 3

PARQUE REGINA, SÃO PAULO - SP

CEP 05773-080

Adicionar novo endereço

2. ESCOLHA A FORMA DE ENTREGA

NÃO FORAM ENCONTRADAS FORMAS DE ENTREGA PARA O CEP INFORMADO. [CADASTRE UM NOVO ENDEREÇO](#)

RESUMO DO PEDIDO

VER PEDIDO COMPLETO

2 PRODUTOS

R\$ 349,86

CUPONS

APLICAR CUPOM

DESCONTO COM BOLETO BANCÁRIO (5%)

R\$ 17,50

TOTAL

R\$ 332,36

CONTINUAR →

(PAGAMENTO)

SITE 100% SEGURO

Jornada do Cliente

- Quanto tempo demora para ser impactado pelas comunicações
- HTML de Boas vindas
- Campanhas
- Retargeting
- Tem App- baixar.
- Recebe Push app e web
- Tem Vitrine de Produto?



POLISHOP NOVAS IDEIAS FACILITAM SUA VIDA

BELEZA BOA FORMA COZINHA CASA

POLISHOP SUPERPAI UMA NOVA MISSÃO!

NESTE ANO... DESCOBRIMOS UM VILÃO INVISÍVEL.

QUE FEZ COM QUE **NOSSOS HERÓIS** SE RECOLHESSSEM EM SUAS FORTALEZAS PARA PROTEGER AS PESSOAS QUE AMAM. E ELES **GANHARAM UMA NOVA MISSÃO!**

SEJA COM OS FILHOS NO HOMESCHOOLING, COM O HOME OFFICE, OU COM OS AFAZERES DO DIA A DIA!


GENIS


OS SUPERPAIS PRECISAM DA **SOLUÇÃO** PARA CONTINUAR AJUDANDO A MANTER TUDO EM ORDEM DENTRO DE CASA, TODOS OS DIAS!

AFINAL, COMO VERDADEIROS HERÓIS, ELES TÊM SE DESDOBRADO DE MUITAS FORMAS PARA PODER DAR CONTA DE TUDO...

SAIBA MAIS

BAIXE NOSSO APP

Baixe agora na  **App Store**

Baixe agora na  **Google play**

Os Mais Vendidos!

1º	11º	2º	3º	4º
				
Escova Rotating Air Brush Diamond Brilliance Conair 127V O Poder do Diamante para cabelos perfeitamente modelados, mais luminosos, cheios de vida e livres do frizz!	Fritadeira Elétrica Airfryer Viva Philips Walita N 127V Frituras crocantes, gostosas e suculentas, sem usar óleo!	Tampa 24cm Polishop A mais veloz no preparo. A mais forte para o dia a dia. Sempre pronta para a próxima receita!	Fritadeira Elétrica Turbofryer PHILIPS WALITA 220V Tudo mais crocante, gostoso e ainda mais saudável! Frita sem usar óleo e remove o excesso de gordura dos alimentos!	
Frete Grátis	Frete Grátis	Frete Grátis	Frete Grátis	
Vendido e entregue por polishop ★★★★★ (740) De: R\$ 449,90 Por: R\$ 379,90 à vista Ou em 10x iguais de R\$ 39,99	Vendido e entregue por polishop ★★★★★ (890) Por: R\$ 1.025,89 à vista Ou em 12x iguais de R\$ 89,99	Vendido e entregue por polishop ★★★★★ (134) Por: R\$ 75,91 à vista Ou em 4x iguais de R\$ 19,97	Vendido e entregue por polishop ★★★★★ (228) Por: R\$ 1.709,89 à vista Ou em 12x iguais de R\$ 149,99	
COMPRE JÁ!	COMPRE JÁ!	COMPRE JÁ!	COMPRE JÁ!	COMPRE JÁ!

Jornada do Cliente



Insights!!!!

Diminuir categorias do header;

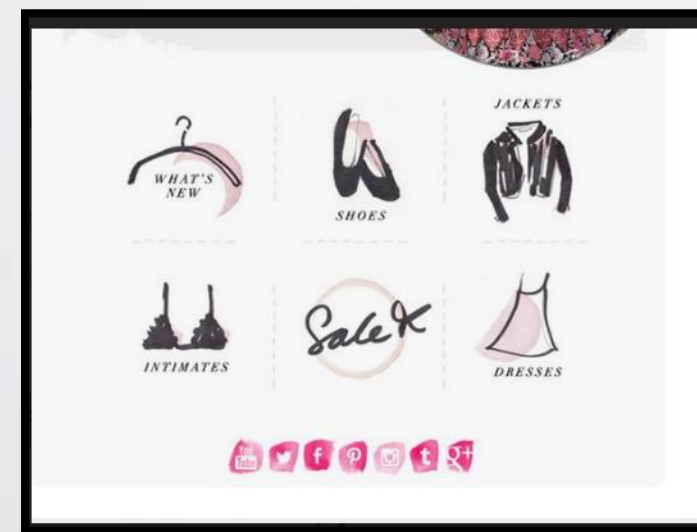
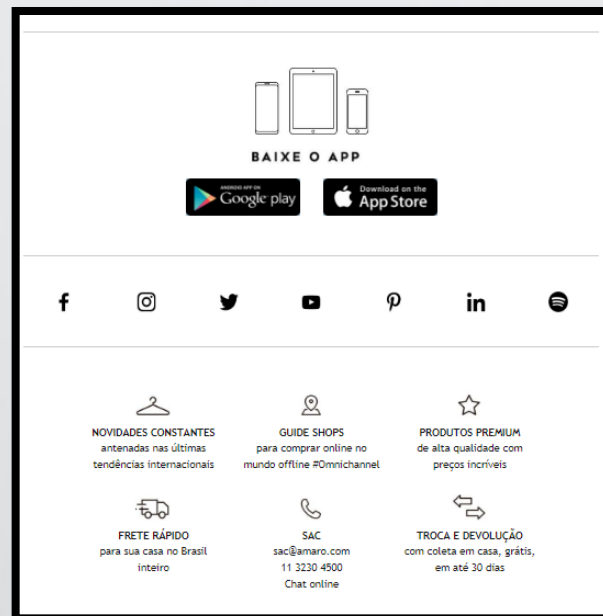
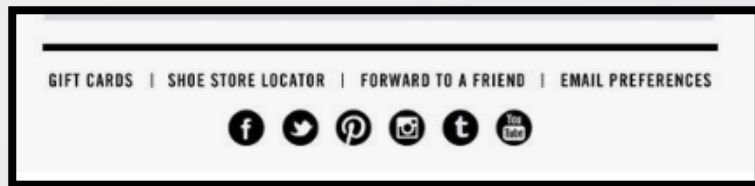
Colocar as categorias que mais vendem/clicadas

Ex: feminino, masculino, infantil, calçados e ofertas;

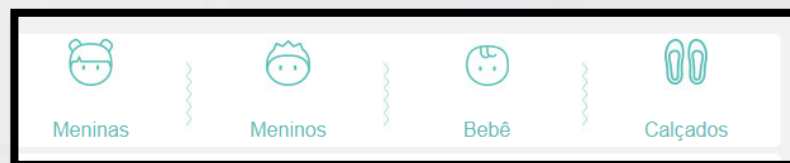
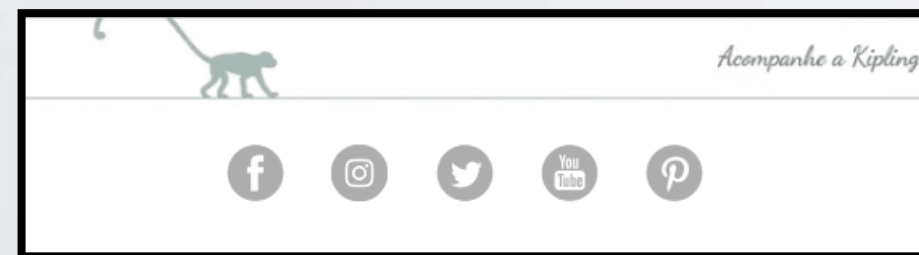
Colocar ícones de categoria no footer;



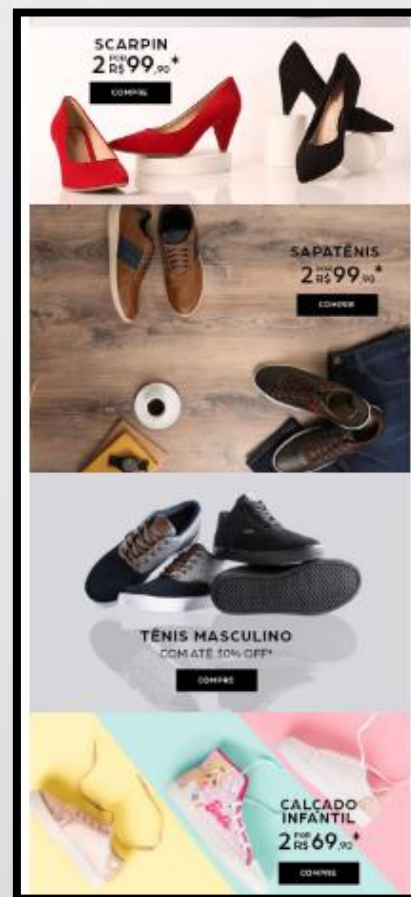
Jornada do Cliente



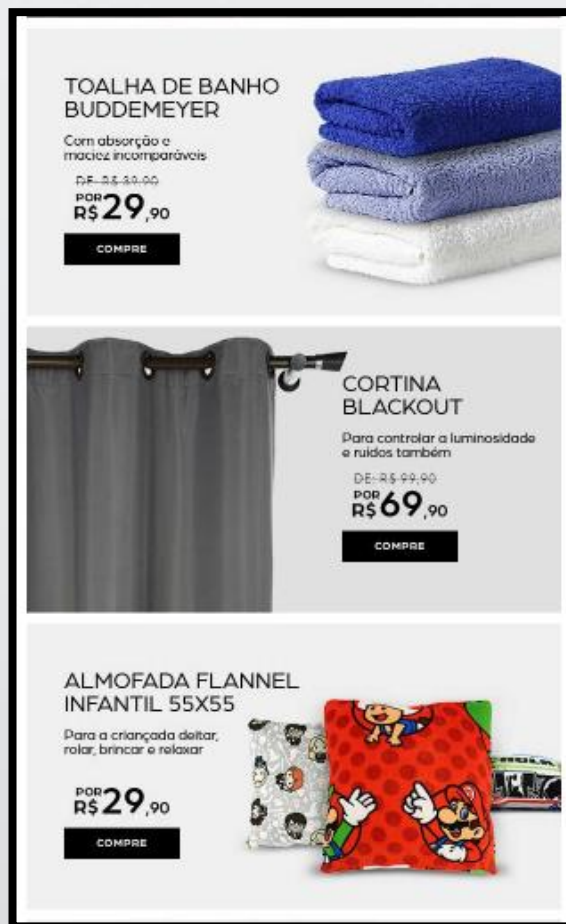
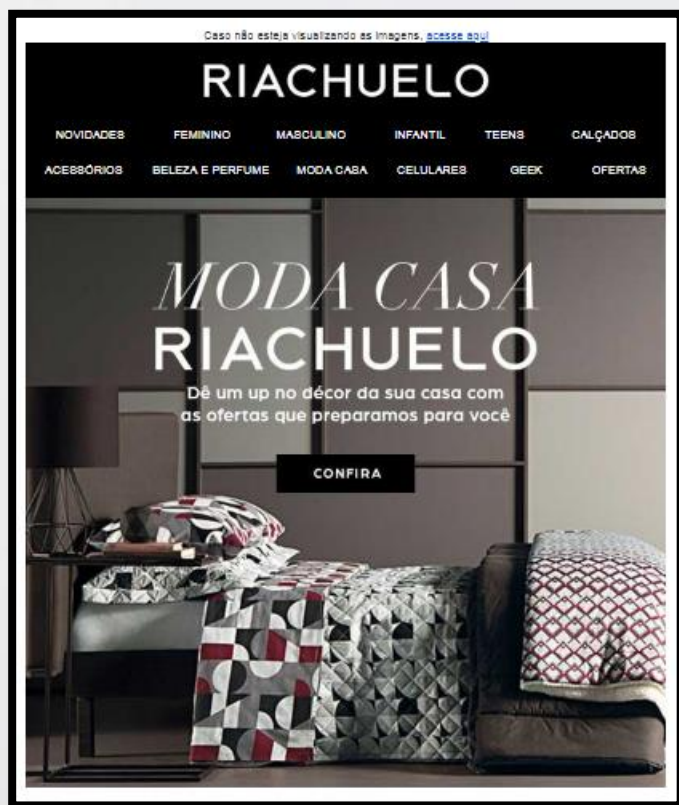
Jornada do Cliente



Jornada do Cliente



Jornada do Cliente



Benchmark

Campanha Principal



Categorias



Campanha secundária



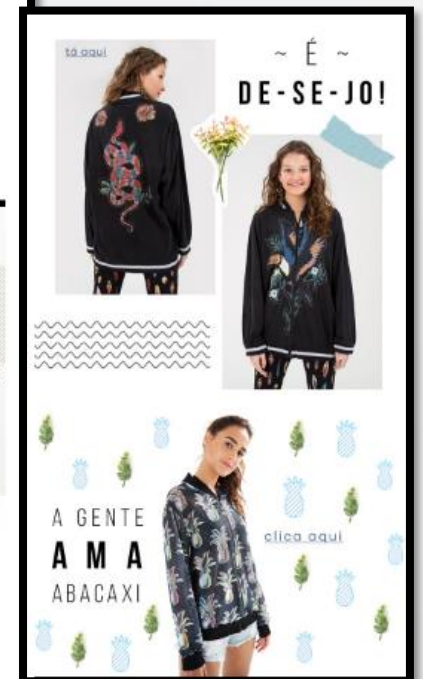
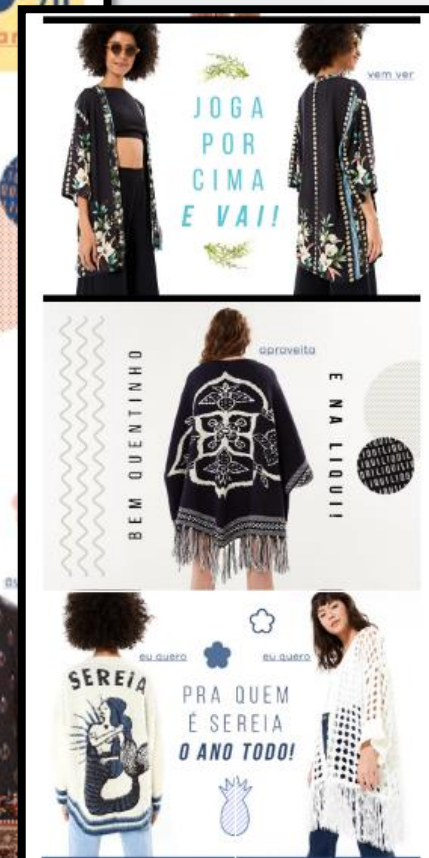
Benchmark



Campanha várias categorias



Campanha seguindo a campanha principal





Se for New Booking ...





O que precisamos fazer

- Ler Pesquisa de Perfil + Material de Onboarding
- Conversar com o comercial que fez a venda para entender o cliente que você for lidar

LEMBRE-SE : QUANTO MAIS INFORMAÇÃO MELHOR

Primeiros passos das contas:

Integração de base: No onboarding (estratégia + implantação) já vamos ter falado qual será a integração
No kickoff – só acertar os próximos passos.

Campos de Base: Construir com o cliente um modelo de lista para integração
Temos campos base – mas NÃO fique apenas nesses campos, **explore as possibilidades!!!!!!**

“Nome, cpf, celular (5511xxxxxxx), data de cadastro (aaaa-mm-dd), data da última compra, estado, cidade, data de nascimento, gênero, categoria comprada, origem, motivo da compra, ultimo produto comprado etc..”

- **Régua de Boas Vindas** – ele faz? Está em qual plataforma? Conseguimos montar aqui dentro?
Facilidade é por javascript * por mais que seja feita integração por outro produto, podemos colocar o javascript

Colocar a documentação na ATA *falar da importância da r



O que precisamos fazer

- **Régua de Boas Vindas** – ele faz? Está em qual plataforma? Conseguimos montar aqui dentro?

Facilidade é por javascript * por mais que seja feita integração por outro produto, podemos colocar o javascript

Se nós formos add a tag, pedir o GTM – se for o cliente, na ATA passar o passo a passo

Work Flow (Exemplo)

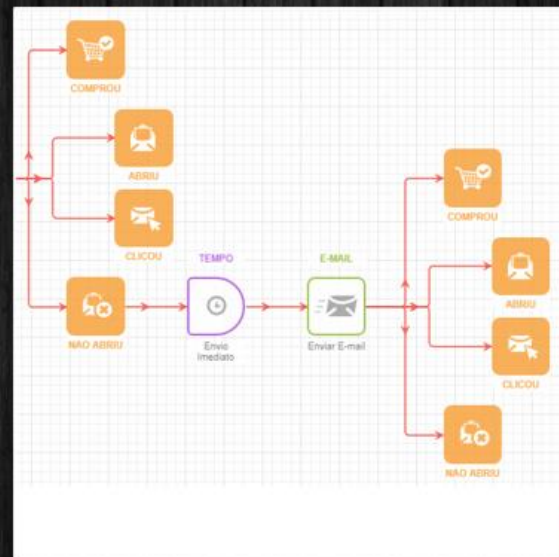
Boas vindas

Envios com categorias

Continuação por cliques

Novo incentivo para quem não clicou

Repique para quem não abriu



O que precisamos fazer

- **Régua de Boas Vindas** – colocar o que ele tem, se tiver, e se precisar colocar um insight
Se nós formos add a tag, pedir o GTM – se for o cliente, na ATA passar o passo a passo



SEMPRE COLOCAR REFERENCIA QUE
CONVERSE COM A MARCA!!!!

Trabalhar categorias do site

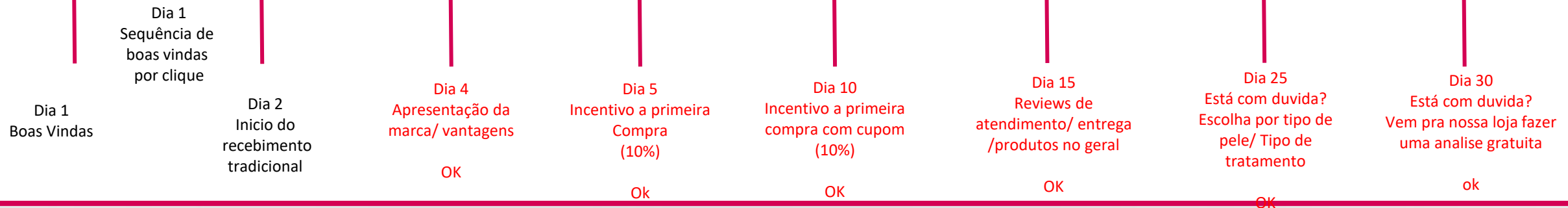
Novidades – feminino – masculino –
infantil - teens – calçados – acessórios e
relógios -beleza e perfume – moda casa –
celulares-geek - ofertas



O que precisamos fazer

Primeiro contato com o e-commerce até sua primeira compra

E-mails diários tradicionais



Envios de Remarketing em paralelo aos de relacionamento



O que precisamos fazer

- Transacionais:** Já vão ter falado algo no onboarding. Porém explorar o assunto, tanto se precisar mapear quais serão os, se a empresa tem interesse em colocar +, falar da importância de trazer os transacionais para a All iN.

Documentação na ATA;

- Campanhas:** A frequência já pode ser discutida no onboarding;

- Trello:** criar um trello com os cards necessários



Sinalizar para o cliente o fluxo do trello + o SLA das demandas



O que precisamos fazer

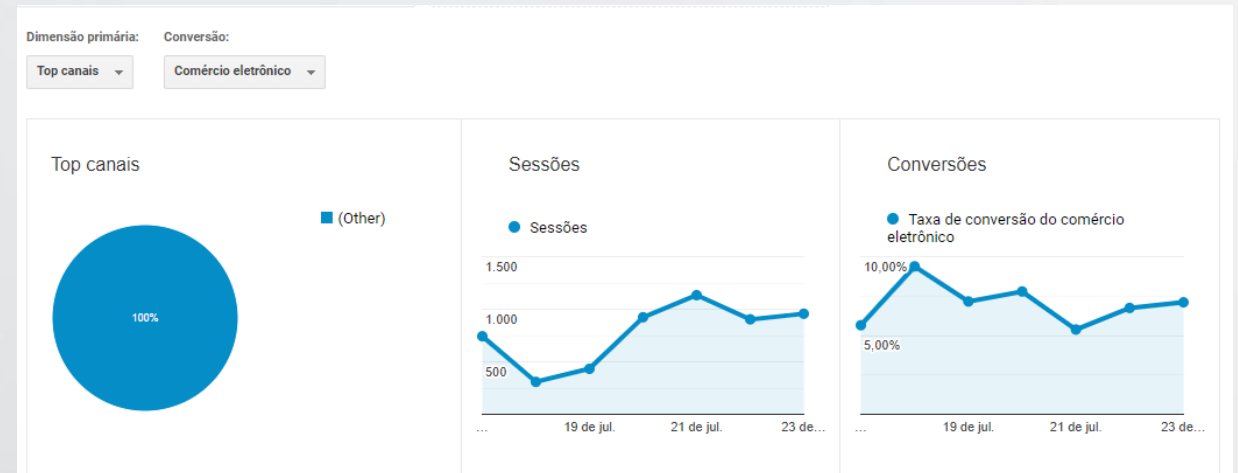
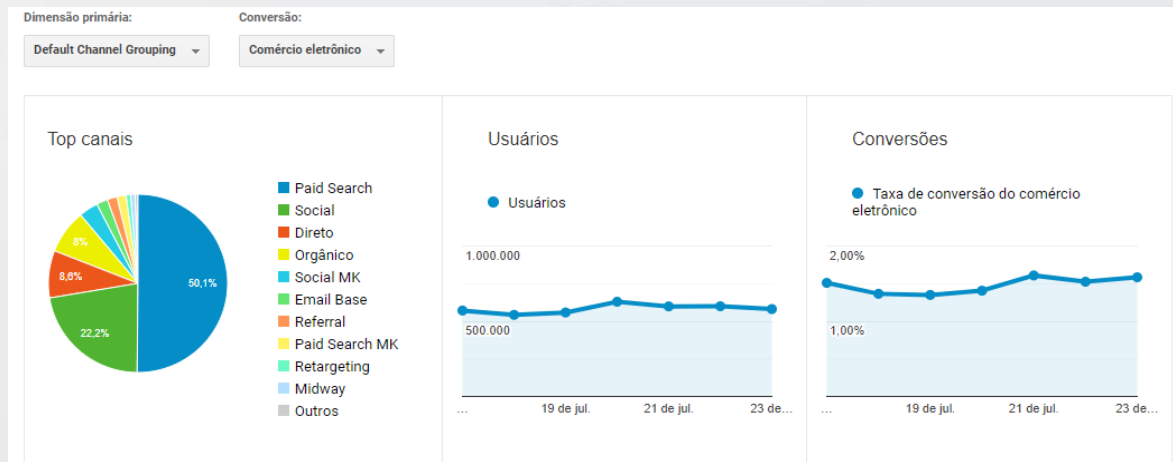
• **Dados da Campanha:** Quem receberá os testes, nome do rementente, quais as utms utilizavam? Se não, propor UTMs padrão da plataforma, quais horários de disparo, quem faz a arte? Criação de sublogin para operacional. Pedir Guide de Identidade Visual, Header e Footer para já deixar instalado na plataforma. Passar quais são os padrões de arte da plataforma. Até que horas recebemos HTML de campanha.

- **UTMs:** medium (canal/mídia) source (ferramenta/origem) campaign. Mostrar como normalmente fazemos para reconhecer.
- UTM's PADRÃO
- UTM_SOURCE = ALLINMAIL/emkt
- UTM_MEDIUM = EMAIL
- UTM_CAMPAIGN = NOME DA CAMPANHA + NOME DA BASE
- **G.A** - pedir acesso para a conta da Day. (dvianna@allin-corp.com.br)
- Se o cliente falar que pode dar a visão apenas ao e-mail, OK. Porém, melhor se der acesso a tudo. Pq???



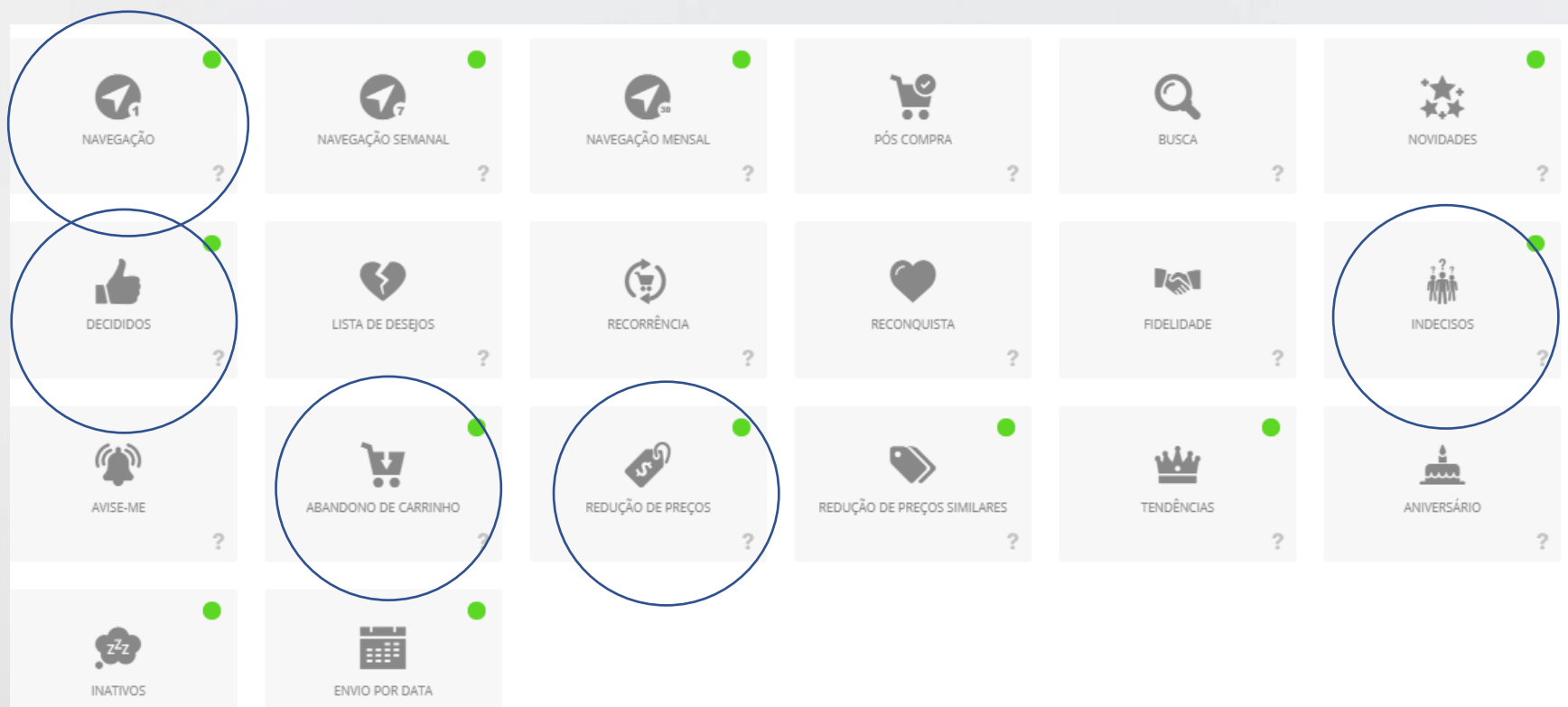
O que precisamos fazer

- **G.A** -Diferença entre visão geral e Visão segmentada



O que precisamos fazer

•**BTG**- Se foi vendido na negociação



Sinalizar as réguas que vamos ativar primeiro

Pq começar com essas réguas.



O que precisamos fazer

Priorizar as réguas

Navegação diária

Envia mensagens para clientes que visitaram determinadas páginas de produto do seu e-commerce, no entanto, não realizaram nenhuma compra

Navegação Semanal

Envia mensagens para clientes que visitaram determinadas páginas de produto do seu e-commerce, no entanto, não realizaram nenhuma compra

Novidades

Toda vez que um novo produto for inserido no XML da categoria que o seu cliente navegou, ele receberá um e-mail com as novidades daquela categoria específica

Decididos

Identifica clientes que navegaram mais de duas vezes em dias diferentes no mesmo produto e envia um e-mail podendo conter um cupom de desconto, indicação do produto mais comprado, dentre outras informações

Redução de Preços

Avisa quando os produtos navegados abaixaram o preço

Redução de Preços Simlares

Avisa quando outros produtos da categoria navegada previamente pelo cliente abaixaram o preço

Tendências

O que precisamos fazer

BenchMark de cada Régua



ÉPOCA
COSMÉTICOS • PERFUMARIA

PERFUMES • CABELOS • MAQUIAGEM • DERMOCOSMÉTICOS • OFERTAS

📦 frete grátis nas compras acima de R\$129

O produto que você visitou ainda está te esperando!
Não perca essa chance 😊



Já imaginou nós dois juntinhos?
Não consegue visualizar esse e-mail? [Acesse aqui](#). | Caso não queira mais receber nossos e-mails, [descadastre-se aqui](#).

ÉPOCA
COSMÉTICOS • PERFUMARIA

PERFUMES • CABELOS • MAQUIAGEM • DERMOCOSMÉTICOS • OFERTAS

📦 frete grátis nas compras acima de R\$129

Imagina eu & você...
fazendo sucesso nas festinhas
causando inveja na sua penteadeira
te acompanhando no seu nécessaire...



ÉPOCA
COSMÉTICOS • PERFUMARIA

PERFUMES • CABELOS • MAQUIAGEM • DERMOCOSMÉTICOS • OFERTAS

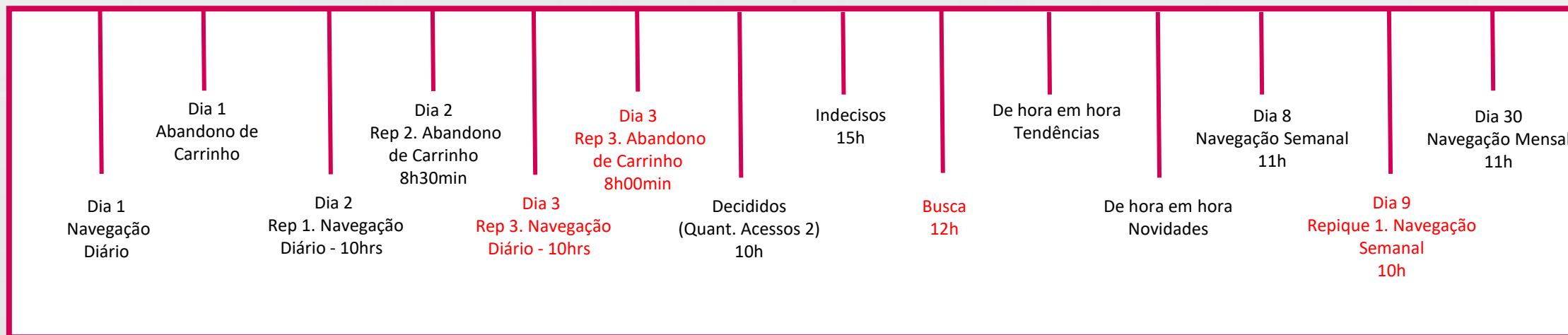
📦 frete grátis nas compras acima de R\$129

VOCÊ ANDOU ME ESPIANDO E OLHA
EU AQUI DE NOVO... 🤫
ACHO QUE É O DESTINO, EIN♥
E AGORA EU TO FACINHO..
TO ATÉ EM *promoção* 😊

O que precisamos fazer

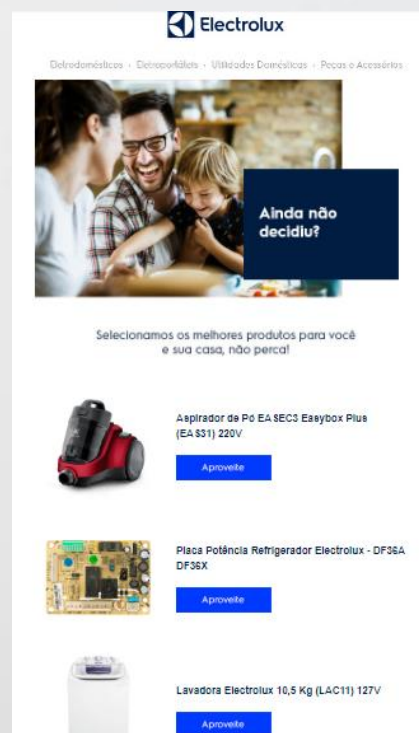
Desenhar a régua visivelmente

E-mails diários tradicionais



O que precisamos fazer

- BTG**- O que ele precisa. Liberar o GTM para inserir as tags ou ele mesmo inserir as tags. Normalmente, pedimos uma personalização de banner, mas pode-se ligar com banner personalizado para cada régua



Com banner = diferenciação por régua.

Sem banner= todas as régua iguais





O que precisamos fazer

Warm Up

X

Rump Up

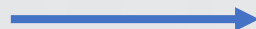
Aquecimentos de IPs e Domínios por engajamento
Realizado com a base engajada do cliente
Duração +-de 2/3 meses dependendo
Transição de duas plataformas

Aquecimento de IP por volumetria
Quando cliente tem base e não tem engajamento
Duração de +-2/3 Meses
Dependendo da Base troca de IP e Domínio

O que precisamos fazer

Warm up

RD_clicou_90dias	Lista	1015
RD_abriu_60dias	Lista	12190
RD_abriu_90dias	Lista	6951
rd_clicou_30dias	Lista	1703
rd_clicou_60dias	Lista	2151



Processo Warmup	Total
ELG Screen	32.012
RDclicou_30dias	1.715
RDAbriu_30dias	11.155
RDAbriu_60dias	12.191
RDAbriu_90dias	6.951

Fase 1 - 4 disparos com 1 dia de "descanso"
Fase 2 - 7 disparos com 1 dia de "descanso"
Fase 3 - 2 disparos consecutivos
Fase 4 - 3 disparos consecutivos

O que precisamos fazer

Warm up

Montar as segmentações e deixar na plataforma

Segmentações	Dia do envio	Envio
RDClicou_30dias (fase1)	26/05	OK
RDClicou_30dias (fase1)	28/05	OK
RDClicou_30dias (fase1)	01/06	OK
RDClicou_30dias (fase1)	03/06	OK
RDClicou_30dias + rd_clicou_60dias (fase 2)	05/06	OK
RDClicou_30dias + rd_clicou_60dias (fase 2)	08/06	OK
RDClicou_30dias + rd_clicou_60dias (fase 2)	10/06	OK
RDClicou_30dias + rd_clicou_60dias (fase 2)	11/06	OK
RDClicou_30dias + rd_clicou_60dias (fase 2)	15/06	OK
RDClicou_30dias + rd_clicou_60dias (fase 2)	17/06	OK
RDClicou_30dias + rd_clicou_60dias (fase 2)	19/06	OK
RDClicou_30dias + rd_clicou_60dias+ RDAbriu_60dias (fase 3)	22/06	OK
RDClicou_30dias + rd_clicou_60dias+ RDAbriu_60dias (fase 3)	24/06	OK
RDClicou_30dias + RDClicou_60dias + RDClicou_90dias + RDAbriu_90dias (fase4)	26/06	OK
RDClicou_30dias + RDClicou_60dias + RDClicou_90dias + RDAbriu_90dias (fase4)	29/06	OK
RDClicou_30dias + RDClicou_60dias + RDClicou_90dias + RDAbriu_90dias (fase4)	06/07	OK

O que precisamos fazer

Rump up

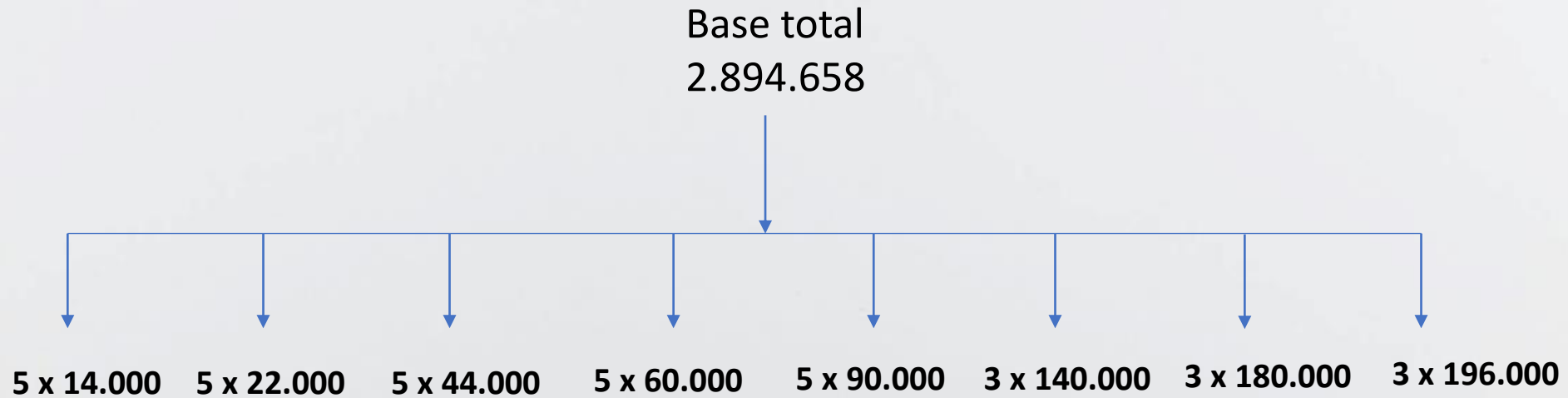
news	Lista	2894658
------	-------	---------



	Volumetria/ Dia	Total Base
Fase 1 - 5 disparos	14000	2.824.658
Fase 2 - 5 disparos	22000	2.714.658
Fase 3 - 5 disparos	44000	2.494.658
Fase 4 - 5 disparos	60000	2.194.658
Fase 5 - 5 disparos	90000	1.744.658
Fase 6 - 3 disparos	140000	1.324.658
Fase 7 - 3 disparos	180000	784.658
Fase 8 - 3 disparos	196164,5	0
		2.894.658

Começar com volumetria baixa
Ir aumentando conforme o período
Impactar a base inteira
Cada parte diferente
Pode ser a mesma arte

O que precisamos fazer



INSERIR E-MAIL
CRIAR FILTRO
ALTERAR LISTA
ALTERAR NOME
DIVIDIR LISTA
VISUALIZAR REGISTROS DA LISTA
BUSCAR EMAIL
HISTÓRICO

Possibilidade de dividir a lista, mas não dará certo dividir tudo igual, sendo que nem todas as partes serão iguais

Além de nomear tudo com o nome da fase

O que precisamos fazer

- Mandar ATA com tudo que foi conversado
- Criar um Excel com cronograma e próximos passos + Dead line de todas as pendências
- Elencar as prioridades de cada ação;
- E já deixar no radar os próximos passos;
- Organização!!!

• Disparo/ Trelo:

Conforme informei no grupo, criamos um trelo do nosso lado: <https://trello.com/b/mcBTwWT3/soulier-all-in>

O @Murillo Souza que está em cópia, será nosso operacional da conta. Então, montagem dos disparos, assunto e envio para aprovação, será realizado por e precisamos do arquivo até amanhã.

Lembrando, que precisamos de pelo menos 24 horas que o html ou PSD seja enviado, para que possamos montar e caso tenha alguma alteração, tenhamos

• Bases/ Disparo:

Conforme a Tami havia orientado anteriormente, vocês estavam com problema de entregabilidade nos principais provedores. Por esse motivo, no momento é engajados, até retomarmos com a entrega Inbox, por exemplo de Microsoft.

Com este resultado, vamos poder começar outras estratégias até engajarmos a base inteira. Mas neste momento, é continuarmos somente as bases engajadas realizadas.

Em análise na plataforma, identifiquei que a en

Base	Rede
Engajados_60dias	Ativa
Engajados_90dias	Ativa
Semi_Engajados_120dias	Inativo
Comportamental_180dias	Inativo

• BTG:

O BTG são as regras comportamentais de acordo com o engajamento do usuário do site de vocês. Hoje já temos algumas regras ativas que possui banners per documento com os banners que vocês possuem ativos conosco, separado por regra, o manual do BTG e documentação de como BTG funciona também segue

Inseri uma explicação de como funciona cada uma que está ativa, temos no arquivo também, alguns exemplos de banners que clientes utilizam aqui na All in e oportunidade ainda de ativar.

Desta forma, vocês conseguem validar do lado de vocês se vão permanecer com esses banners ou criar novos de acordo com a comunicação da Soulier (Impe precisa estar em html).

• Integrações:

•

Vamos ativar o Workflow do nosso lado, que seria uma TAG de captação atrelada a algum formulário, podendo ser: pop-up, newsletter. Importante, que se futura alteração no site, precisamos ser avisados, para que possamos validar se não houve impacto na TAG/Captação.

Para o **Workflow** e **Vitrine** precisamos de liberação do GTM para o e-mail: tagmanager@allin.com.br (edição e publicação).

Quando realizar liberação, por favor, nos sinalizar para que nosso time técnico realizem as integrações.

• VTEX:

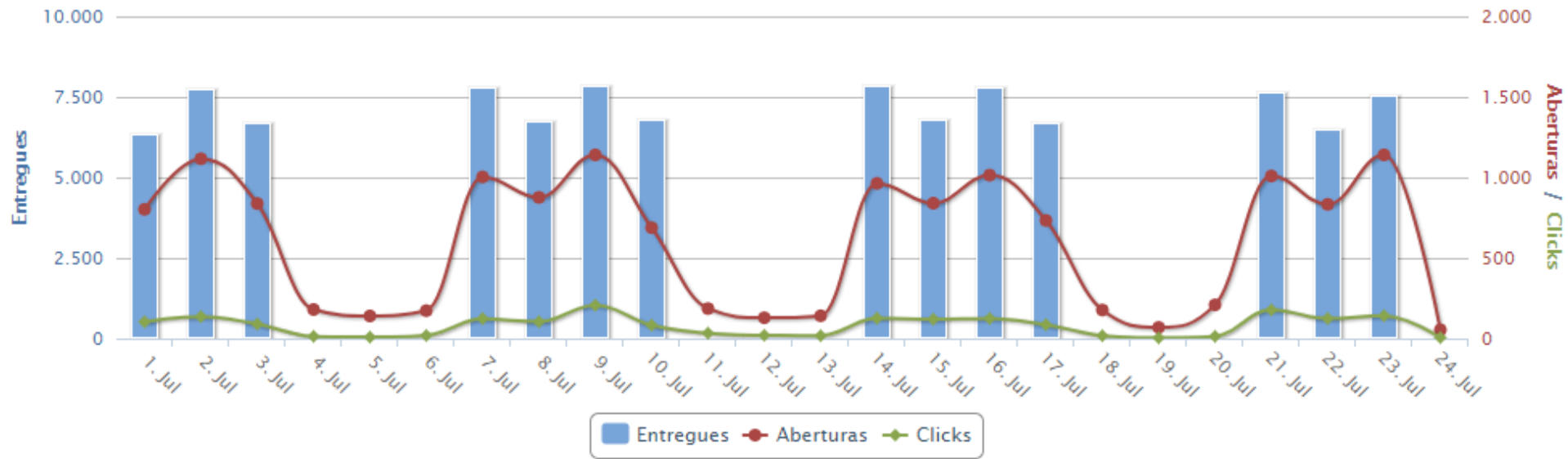


Se o cliente estiver na casa....



Olhar TUDO que ele tem

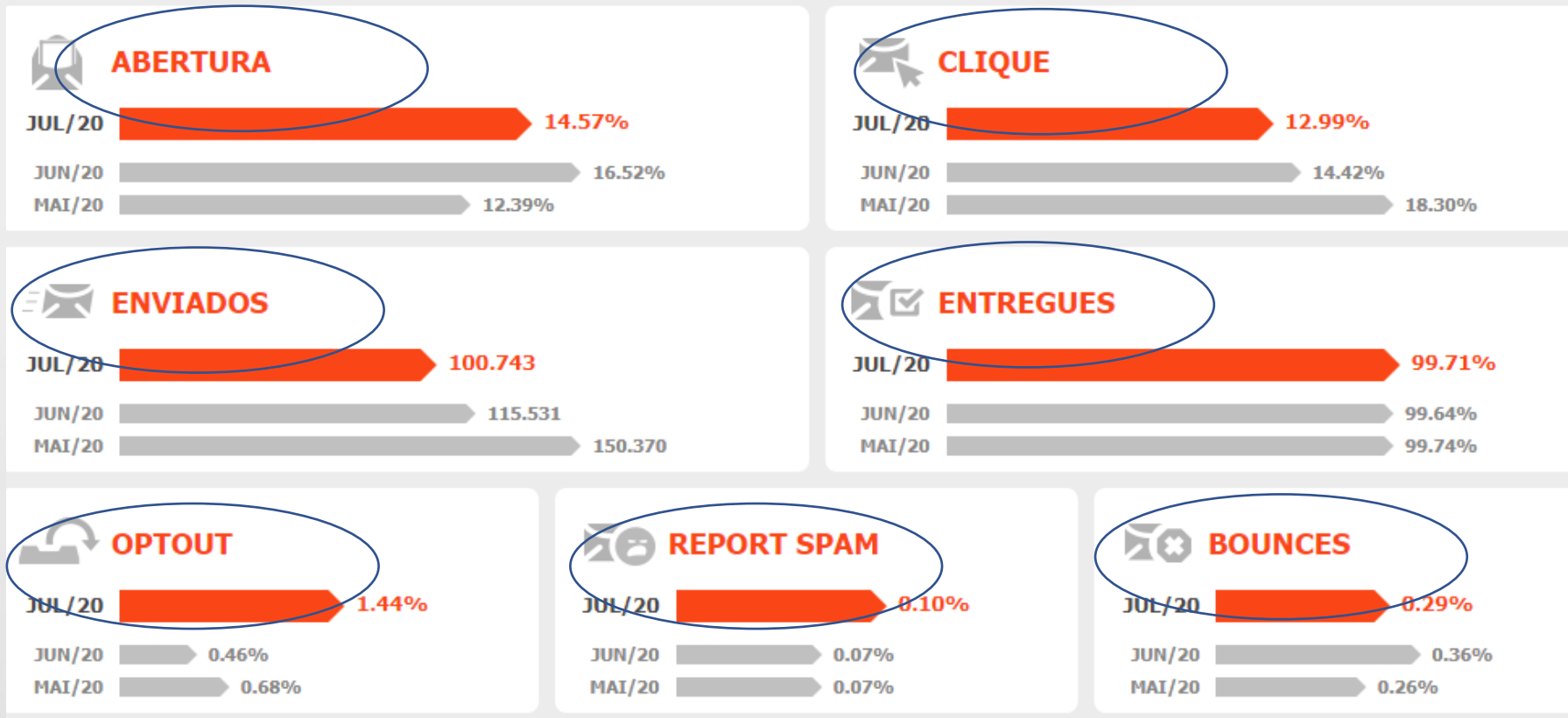
Resumo dos envios do mês



Pq a frequencia é tãooooo importante:
Ips dedicados
Reputação dos IPs e Domínio
Crescimento/Diminuição de Base
Mínimo 2 vezes por semana + volumetria







Olhar TUDO que ele tem

Principais Métricas



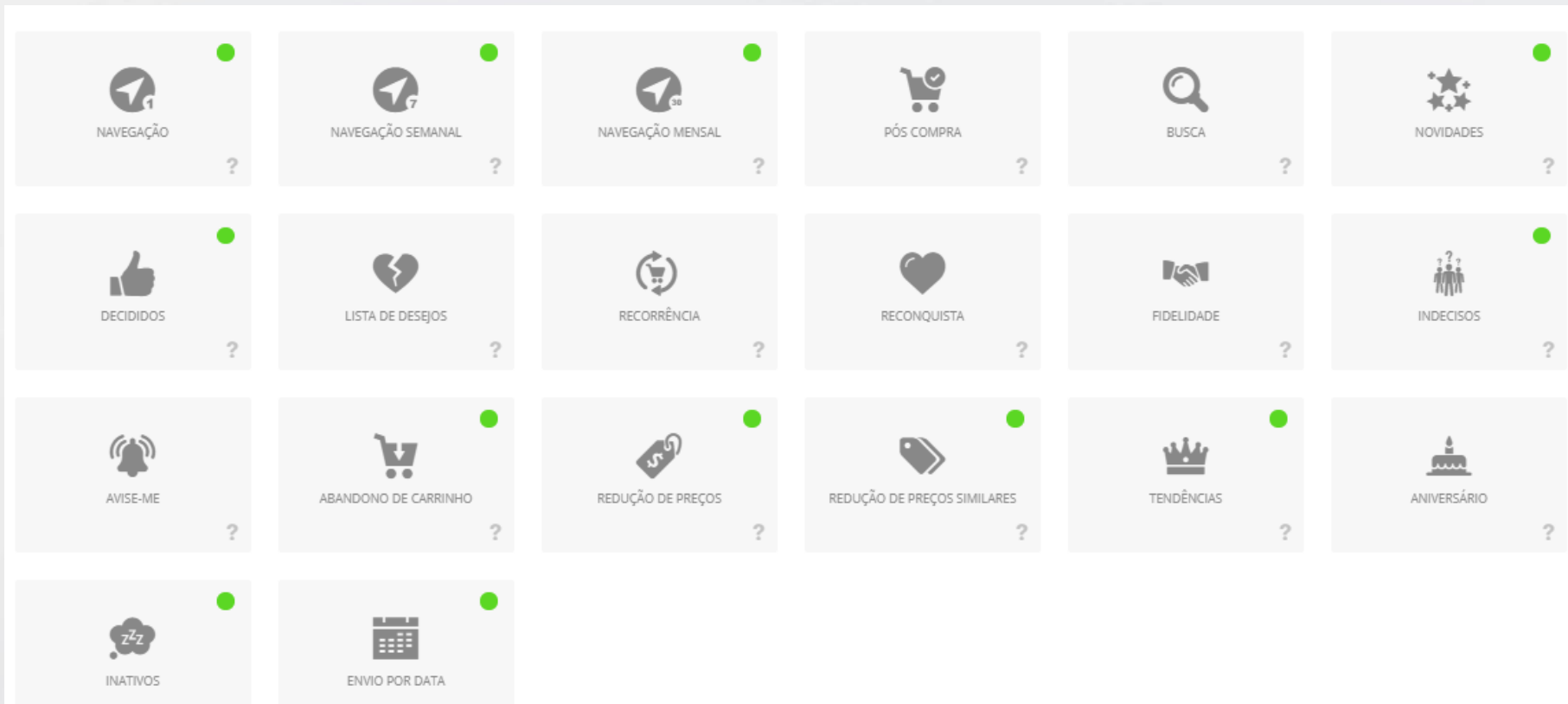
Olhar TUDO que ele tem

Como estão os provedores

	 Gmail	 Hotmail/Outlook	 IG	 Terra	 Uol/Bol/Zipmail	 Yahoo
Enviados	38707	30012	441	1363	3279	17613
Entregues	99.63%	99.99%	100%	100%	100%	99.85%
Abertura	15.99%	8.56%	23.36%	29.71%	4.24%	14.57%
Clique	12.58%	14.82%	7.77%	12.1%	22.3%	13.09%
Optout	0.28%	0.11%	0%	0.07%	0%	0.18%
Report Spam	-	0.04%	-	-	-	0.39%
Invalidos	0.01%	0.01%	0%	0%	0%	0%

Já pedir análise para entregabilidade
Se precisar pedir mitigação dos provedores

Olhar TUDO que ele tem



Se tiver BTG ativo,
Mapear as réguas
ativas;
Identificar as
oportunidades


Se não tiver ativo,
verificar as
oportunidades de
ativação

IMPORTANTE: Estudar mtooo a definição e o funcionamento de cada régua!!!!

Olhar TUDO que ele tem


Olhar as bases de Disparo


Deixar Relatórios:


 Resultados em Excel

 Resultados Consolidados em Excel


 Lista de Domínios por Data

 Lista de Abertura do Mês

 Lista de Clicks do Mês

 Lista Completa de Optouts

 Lista Completa de Emails Invál

 Lista de Optouts do Mês

Bases Utilizadas	
Base	Volume
Seg_UltraAbertura	149.190
Seg_Normal_AtivosHotmail	93.369
Seg_Normal_Compra	162.776
Seg_NB Total + Vtex Ativos 30 Dias	64.753
Seg_Ativos_180d_BF-2019	230.267
Seg_NBTot+Vtex	735.938
Média envios total por dia:	1.436.293
Média envios total por mês:	12.600.160

Dependendo Criar Base Apoio para entender a Conta

Olhar TUDO que ele tem

- Verificar se tem Integração
 - Se está recebendo novos usuários
 - Qual é a base integrada;
 - Se as segmentações estão sendo atualizadas;
 - Montar segmentações base para ver se o cliente está ou não perdendo gente
 - Verificar se tem Segmentação Comportamental;
 - Verificar se tem e-mail inteligente ;
 - Se tem acesso ao G.A;
 - Verificar quais as UTMs que o cliente utiliza
- Tem certificação?
 - Quais são as redes utilizadas?
 - Como estão os IPs e domínios?
 - Quantos produtos tem no XML?
 - As Tags estão funcionando ok?
 - Tem Workflow?





Depois que analisou a conta inteira

- Colocar a jornada do cliente e suas impressões e sugestões *
- Indicar as ferramentas que vamos utilizar;
- Combinar as próximas reuniões;
- Pedir todos os acessos que vamos precisar;
- Pegar Meta, Ticket Médio, Receita atual e etc.



Depois que analisou a conta inteira

Produtos Ativos na Conta

- ✓ **Envios** Tradicionais
- ✓ **BTG** - Behavior
- Performance
- ✓ **Work Flow**
- ✓ **Email Inteligente**

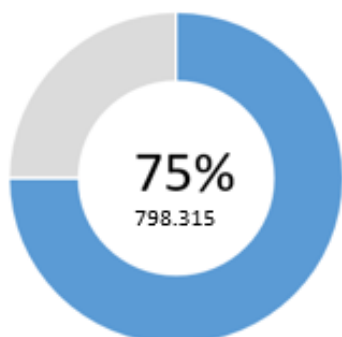
Produtos para Ativação

- ☐ **SMS**
- ☐ **PUSH**
- ☐ **Web Push**
- ☐ **Vitrine Web**
- ☐ **Return Path**
- ☐ **Recuperação** de inativos
- ☐ **Consultoria** estratégica
- ☐ **Planejamento** de metas
- ☐ **Otimização** de campanhas
- ☐ **Relatórios** personalizados
- ☐ **Gestão e operação** dos envios
- ☐ **Gestão** de base
- ☐ **Ações** sazonais
- ☐ **Regras** de relacionamento

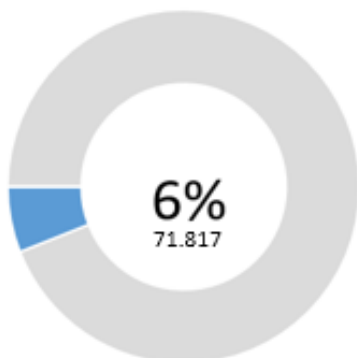
O que precisamos fazer

Gestão de base

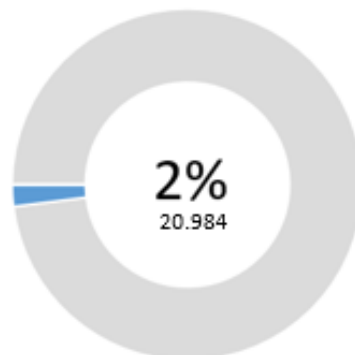
Base Full → 1.117.265



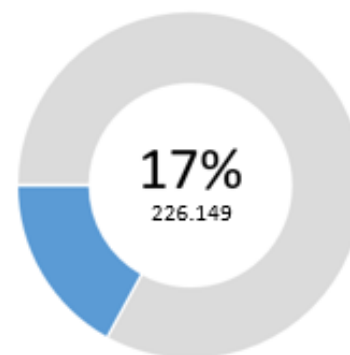
Inativos



Semi - Inativo



Semi-Ativo



Ativos

Visão da sua base
completa por interação
do usuário no e-mail

Acompanhe
o crescimento
mensalmente

Recuperação de **IPs**
e reputação nos
provedores

Lembra das segmentações Base???
Mostrar para o cliente as
oportunidades da conta dele!

O que precisamos fazer

- ☐ Integração de Base das Lojas Físicas (140 lojas)
- ☐ Integração de Base das Vendas Corporativas
- ☐ Integração de Base do Televendas
- ☐ Integração da Base de Crédito Pessoal
- ☐ Integração de Base de qualquer Landing page de datas comemorativas
- ☐ Inserir na Base Full informações para criação de filtros para classificação e/ou diferenciação desses leads
- ☐ Para época de Black Friday realizar captação de lead antecipada para base VIP
- ☐ Comunicação Antecipada de promoções e/ou abertura novas unidades (base premium)
- ☐ Captação de leads do Blog Faça Você, assim como todas as mídias sociais
- ☐ Landing page com temáticas especiais uma captação diferenciada de lead (Black Friday, Blackout), para classificação dentro da base



Precisa integrar mais bases? Eles tem mais formas de captação de leads? Tudo está integrado?

Depois que analisou a conta inteira

Melhora na captura de informações

- Campo nome
- Sexo
- Estado

Inserção de Pop up

Enriquecimento de base

- Construção de Gameficação para incentivo ao preenchimento do cadastro completo

The image displays three sequential screenshots of a web registration form, illustrating enhancements in data collection:

- Top Screenshot:** A registration banner with the text "Cadastre-se e receba por e-mail 20% OFF ou Brinde!". It features an email input field and a "CADASTRAR" button. Below the banner, a "Receba ofertas e novidades por e-mail" section includes a dropdown menu for "Interesse" with options: Feminino, Masculino, Infantil, Ashua Curve & Plus Size, Calçados, Perfumaria & Cosméticos, Moda Íntima, and Moda Praia. A "CADASTRAR" button is also present.
- Middle Screenshot:** A similar registration form layout, showing the "Interesse" dropdown menu and the "CADASTRAR" button.
- Bottom Screenshot:** A registration form with the heading "RECEBA OFERTAS E NOVIDADES POR EMAIL". It includes a "Novidades" dropdown menu and a "Cadastrar" button. A list of interests is shown with checkboxes: "Selecione Todos", "Novidades" (checked), "Feminino", "Masculino", "Infantil" (checked), "Moda Íntima", "Calçados", "Acessórios e relógios" (checked), "Beleza e perfume", "CASA BACHUELO", "Eletrônicos", "Geek", and "Saias".

O que precisamos fazer

Segmentação por perfil

- Envios de Campanhas por Marcas (Bosch, Samsung)
- Envios de Campanhas por escala de Ticket Médio
- Envios de Campanhas complementares Geladeiras, Fogões, Coifas
- Envios de Campanhas com avaliação de usuários
- Envios de Campanhas sem revelar o valor, apenas com o CTA
- Envios de Campanhas apenas com valor de percentual de desconto
- Envios apenas com categorias de descontos (Panelas com até 50% OFF)

→ Segmentação por categoria de produtos

→ Segmentação por período de dias

→ Segmentação por quantidade de produtos comprados

→ Segmentação por Ticket Médio

Segmentador

Nova Regra

Segmentar por **REMARKETING** Voltar Usuários que Compraram Categoria Voltar

Selecionar por Nome Categoria

Categoria	Sub Categoria
<input type="checkbox"/> Abridores e Acessórios para Garrafas	SELECIONAR SUB-CATEGORIA
<input type="checkbox"/> Acessórios	SELECIONAR SUB-CATEGORIA
<input type="checkbox"/> Acessórios Infantis	SELECIONAR SUB-CATEGORIA
<input type="checkbox"/> Acessórios para Fitness e Musculação	SELECIONAR SUB-CATEGORIA
<input type="checkbox"/> Acessórios para TV	SELECIONAR SUB-CATEGORIA

Próximo >>

Selecione um intervalo

Intervalo 60 Dia Período: de a

Por quantidade

mais 2 vezes

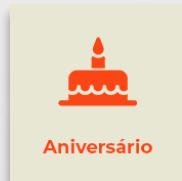
Por valor de compra

mais 15000 IMPORTANTE: Insira apenas números no campo valor, não utilize vírgula nem ponto.

CADASTRAR CANCELAR

O que precisamos fazer

- Propor réguas de relacionamento;
- Propor melhor réguas de comportamento;



Aniversário

Aniversário

Aniversario do Cliente

Aniversario de Cadastro



Envio por data

Envio por data

Informações obtidas através de lista

Envio por APIS

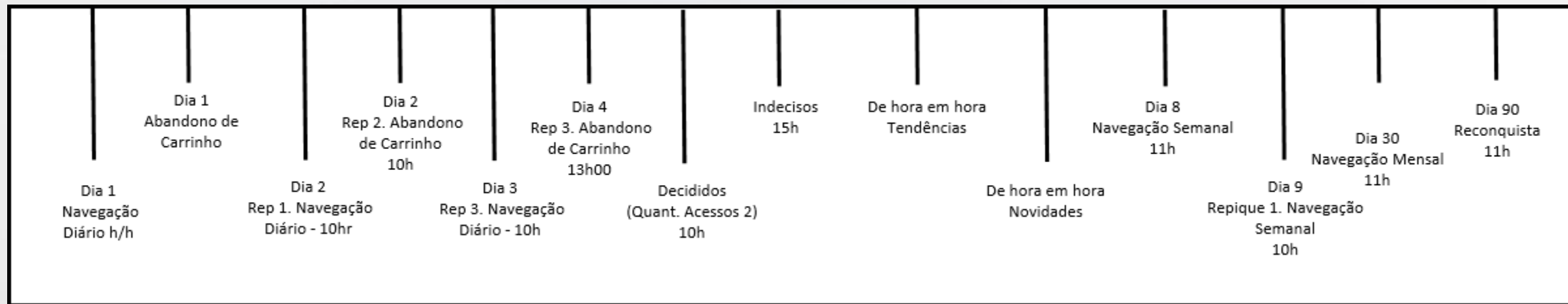
Possibilidade de mesclar com campanhas de SMS e Push



O que precisamos fazer

BTG

Réguas de comportamento



O que precisamos fazer

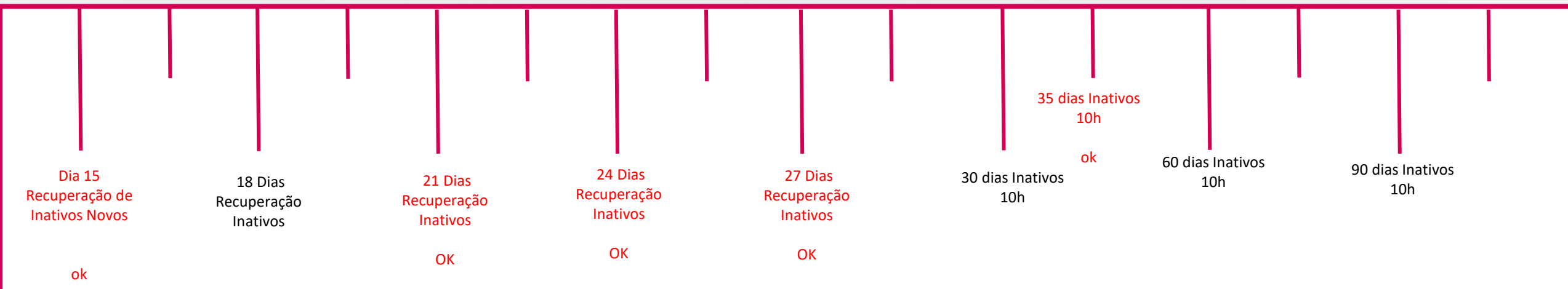
- Propor réguas de relacionamento;
- Propor melhor réguas de comportamentais;

E-mails diários tradicionais



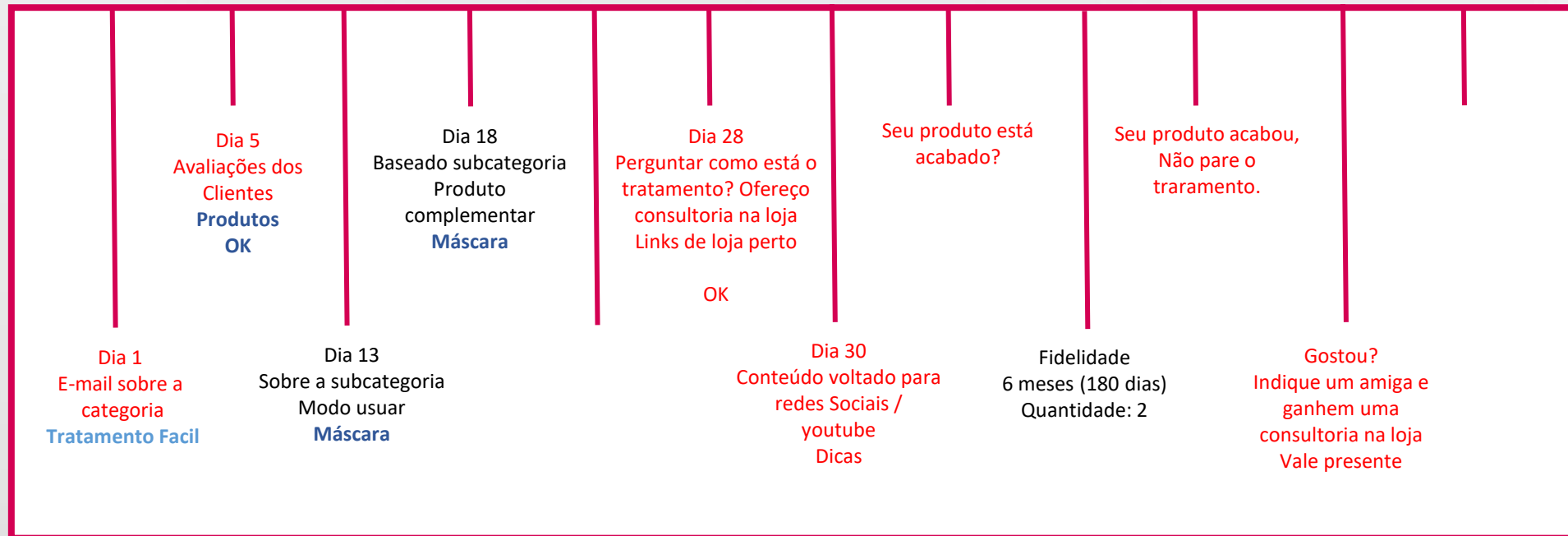
O que precisamos fazer

E-mails diários Reativação/Blast



Envios de Remarketing em paralelo aos de relacionamento

.....



O que precisamos fazer

Insights de Campanhas que dá para fazer + melhorias em HTML

PROGRAMA AMMMIGO DA MMM

Na Meu Móvel de Madeira o cliente sempre tem vantagens. É por isso que nós criamos o **PROGRAMA AMMMIGO**. Participando você acumula pontos que viram descontos para você comprar os seus produtos!

PARA PARTICIPAR É FÁCIL ASSIM



- 1 VOCE SE CADASTRA e ganha pontos
- 2 Você indica a MMM para o seu amigo*
- 3 Seu AMIGO ACEITA a indicação, se cadastra e ganha pontos!
- 4
- 5

AMMMIGO



Simple e fácil de participar!
Confira ao lado como funciona!

- 3 Seu AMIGO ACEITA a indicação, se cadastra e ganha pontos!
- 4 TODAS AS COMPRAS QUE VOCÊ FIZER viram pontos para você. E todas as compras EFETIVADAS PELO SEU AMIGO viram pontos para ele e para você!
- 5 Os pontos viram **DESCONTOS** e você compra seu produto com um preço **SUPER ESPECIAL!**

COMO GANHAR SEUS PONTOS

40 PONTOS

Com o cadastro completo na MMM e sendo assinante da newsletter, você já garante **40 PONTOS!**

20 PONTOS DO CADASTRO COMPLETO
+ 20 PONTOS DA NEWSLETTER

E as suas **COMPRAS** também geram pontos para você!

VOCE GANHA R\$ 50 EM DESCONTO A CADA 1.000 PONTOS ACUMULADOS NA MMM

1 REAL = **1 PONTO**

SEU AMIGO

FAZ O CADASTRO NO SITE DA MMM + EFETIVA A 1ª COMPRA

VOCÊ GANHA

500 PONTOS

COMPRA NO SITE DA MMM

1 PONTO A CADA R\$ 1

COMECE A JUNTAR SEUS PONTOS AGORA MESMO!

★ CLIQUE E PARTICIPE! ★

OS DESCONTOS PODEM SER UTILIZADOS SOMENTE PARA A AQUISIÇÃO DE PRODUTOS, NÃO PODENDO SER UTILIZADOS PARA PAGAMENTO DO FRETE E MONTAGEM.

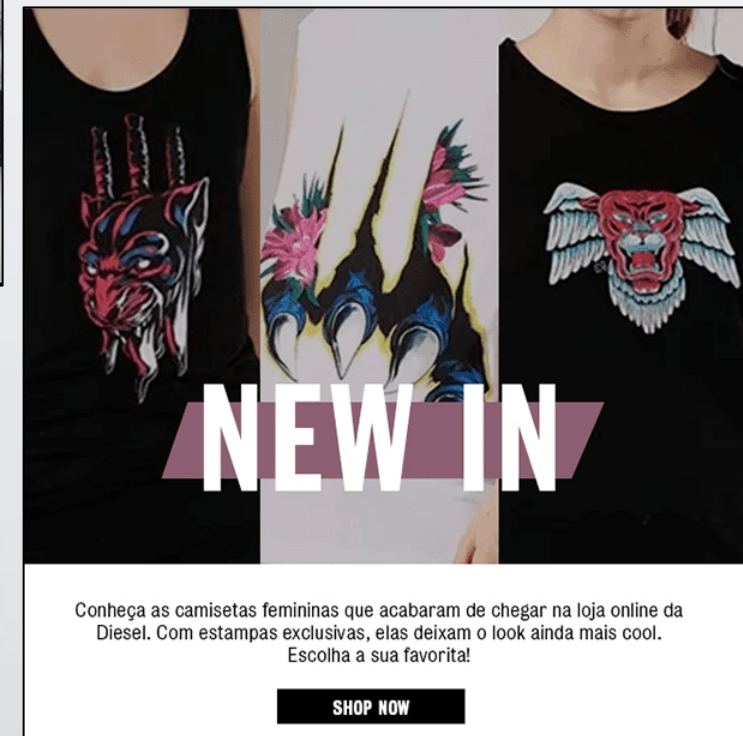
*VÁLIDO PARA AMIGOS NÃO CADASTRADOS NA MEU MÓVEL DE MADEIRA. PROGRAMA EXCLUSIVO PARA PESSOAS FÍSICAS.

CONFIRA AQUI O REGULAMENTO

O que precisamos fazer

Insights de Campanhas que dá para fazer + melhorias em HTML

- Sale
- Frete Grátis
- Campanhas com Cupom
- Campanhas por Categorias: Novidades, Demin, Masculino, Feminino ...
- Campanha só para Elas
- Campanhas só para Eles
- New Colletion



O que precisamos fazer

Algoritmo de Recomendação de produtos

Essa algoritmo insere uma prateleira de produtos, com as informações extraídas da navegação dos usuários.

 **SELEÇÃO PARA O PILOTO**

			
Pochete de Ferramentas BR Parts Tech Bag	Boné Unit Silhouette	Haste Telescópica SP Gadget Remote Pequena	Camisa Circuit Treviso Brinde Camiseta DC Pastreana WoodStar
por apenas: R\$ 71,16	por apenas: R\$ 71,16	por apenas: R\$ 179,90	por apenas: R\$ 119,90
COMPRAR	COMPRAR	COMPRAR	COMPRAR

		
<small>iPhone 11 Apple (PRODUCT) RED 128GB Desbloqueado</small>	<small>iPhone 11 Apple (PRODUCT) RED 128GB Desbloqueado</small>	<small>iPhone 11 Apple Amarelo 64GB Desbloqueado - MQLV25R4</small>
<small>R\$ 6.799,00</small> R\$ 4.999,03 à vista <small>ou 12x iguais de R\$ 416,26</small> <small>Total a prazo: R\$ 5.400,00</small>	<small>R\$ 6.799,00</small> R\$ 3.499,03 à vista <small>ou 12x iguais de R\$ 291,58</small> <small>Total a prazo: R\$ 3.780,00</small>	<small>R\$ 4.699,00</small> R\$ 4.199,02 à vista <small>ou 12x iguais de R\$ 349,92</small> <small>Total a prazo: R\$ 4.520,00</small>
COMPRAR	COMPRAR	COMPRAR

Outros tratamentos que você pode gostar:

		
Peeling Clareador 2 itens	Tratamento Hidratante e Iluminador 3 itens	Filtro Solar Tonalizante FPS 40 Gel Creme Nude 50g
COMPRAR	COMPRAR	COMPRAR

O que precisamos fazer

Vitrine Web

A Vitrine Web é um banner rotativo em formato carrossel que apresenta recomendações personalizadas de produtos e em tempo real para os clientes a partir de sua navegação no site.

As vitrines podem ser instaladas em qualquer página do seu e-commerce (Home, Página de Categoria, Página de Produtos, Abandono de Carrinho, Produto Indisponível, Pop-up de Saída, etc).



O que precisamos fazer

Push

Push Campanha

Utilizado para envio de conteúdo promocional, divulgação de produtos, serviços e ações promocionais.

Este tipo de envio é feito de forma manual.

