

Como conquistar e fidelizar clientes

Estratégias para manter o engajamento ao longo do ano



Sabrina Maximiano
Communication
Specialist

Retenção de clientes

O que é? Por que falamos sobre isso?

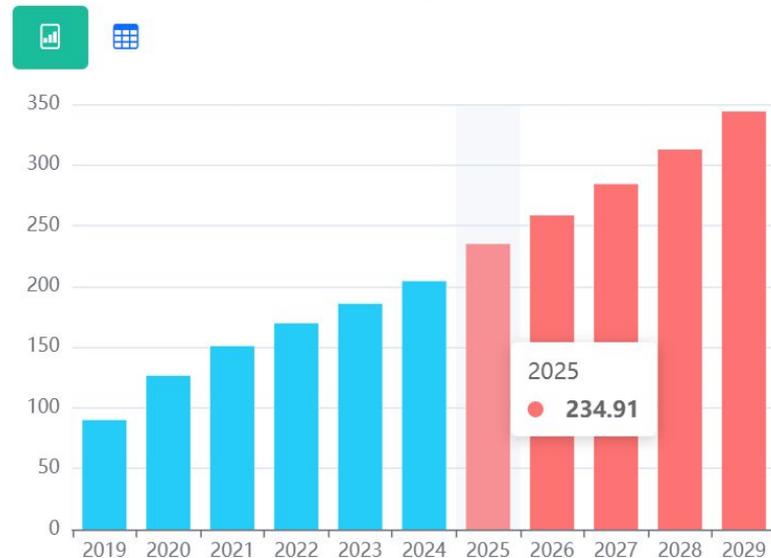
- Retenção é o processo de **manter e engajar clientes existentes**.
- **Reter um cliente é muito mais barato** do que conquistar um novo.

E-commerce no Brasil

→ Novos compradores virtuais:

de 87,800 milhões em 2023,
devem chegar a mais de 107
milhões em 2028

Faturamento (Bilhões R\$)



Fonte: ABComm

E-commerce no Brasil

! Cerca de 70 mil empresas entraram para o e-commerce desde o início da pandemia, em 2020

!!É preciso oferecer um diferencial competitivo em relação à concorrência

→ **Como a edrone ajuda o seu negócio?**

- Análise do comportamento do cliente
- Automação de marketing: mensagem para a pessoa certa e na hora certa, aumentando as chances de conversão, engajamento e retenção.



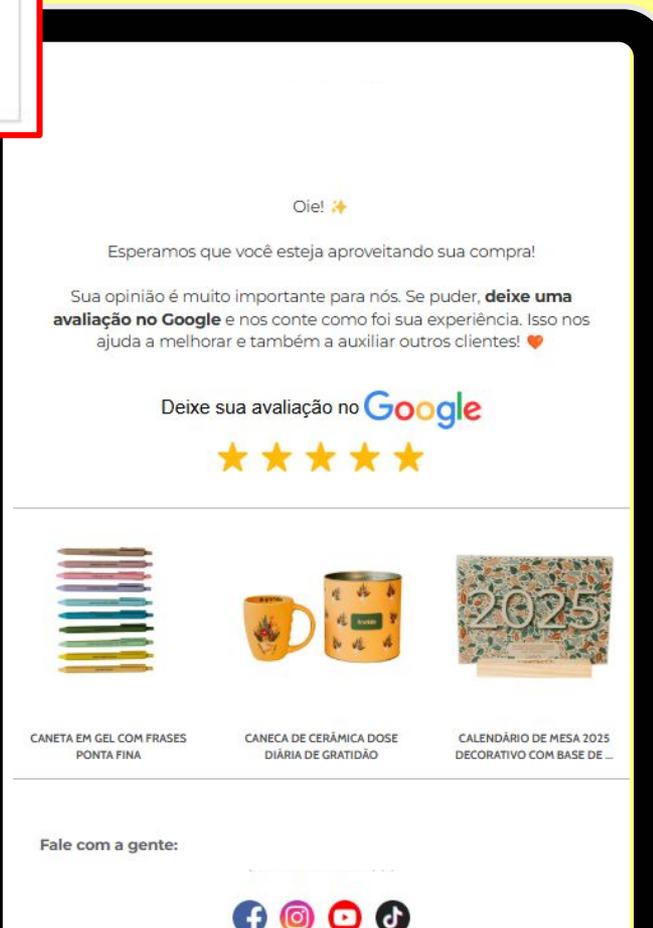
RETENÇÃO = MEGA TENDÊNCIA 2025

7 novas automações

Domine a **retenção** de clientes

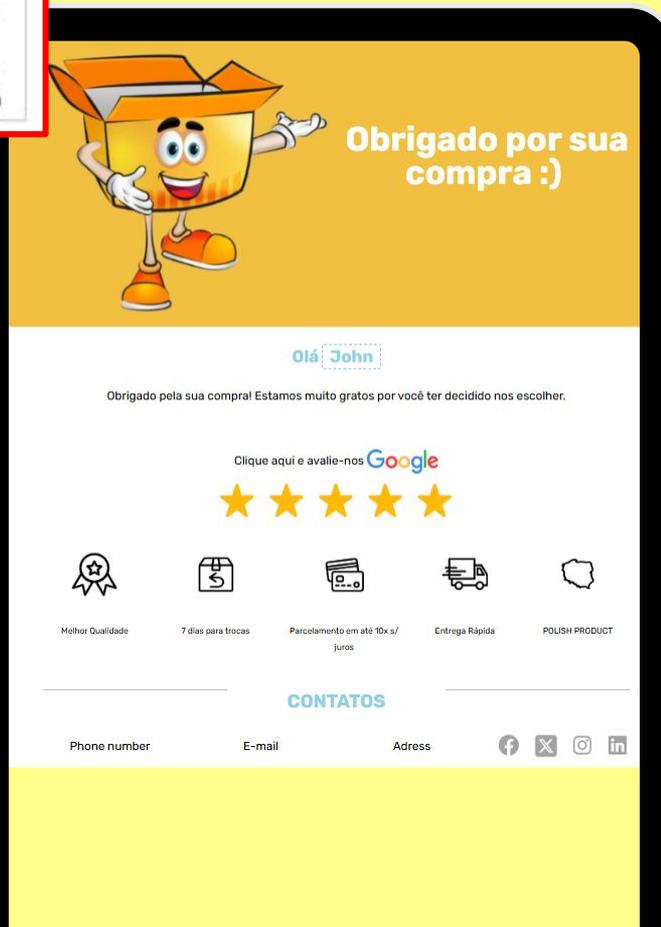
1. Colete avaliações do Google

- Novos compradores geralmente começam verificando as avaliações do Google!
- Fator de decisão mais importante quando se trata de compras pela primeira vez em uma determinada loja



1. Avaliações do Google - Benefícios

- Muitas opiniões = prova social
- Transparência = autenticidade = confiança!
- Leia opiniões, é um feedback valioso e uma fonte de conhecimento!
- Melhoria de SEO! As avaliações afetam sua posição no Google



Obrigado por sua compra :)

Olá John

Obrigado pela sua compra! Estamos muito gratos por você ter decidido nos escolher.

Clique aqui e avale-nos 

★★★★★

 Melhor Qualidade

 7 dias para trocas

 Parcelamento em até 10x s/ juros

 Entrega Rápida

 POLISH PRODUCT

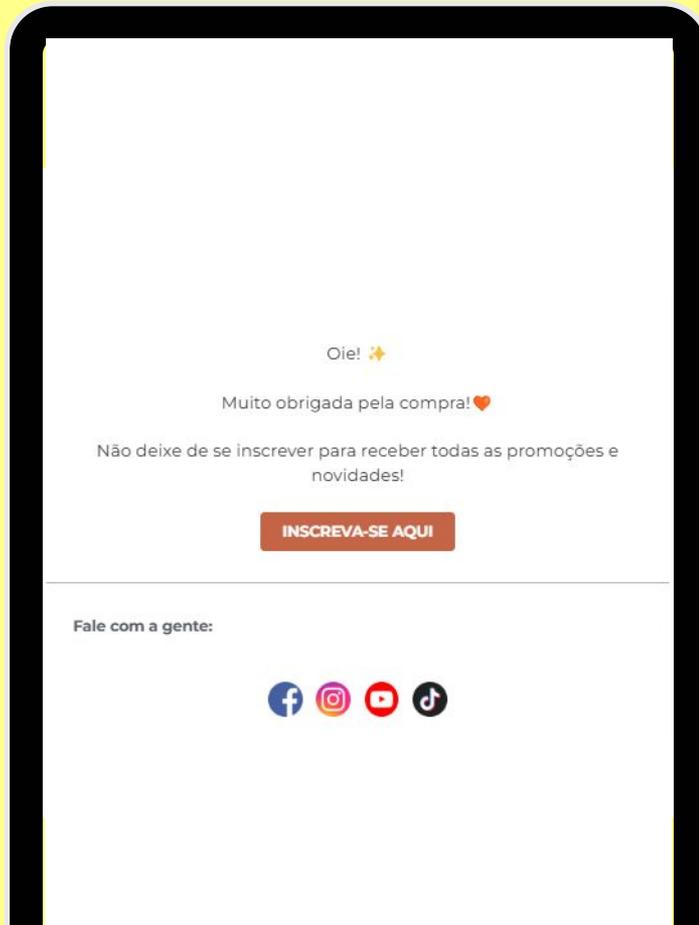
CONTATOS

Phone number E-mail Address

2. Incentive a assinatura após a compra

- Finalização da transação = final feliz? Feliz sim, final não:)
- Neste cenário, alcançamos clientes que: já compraram de nós 😊, mas não são assinantes 😞
- Estamos tentando fortalecer o relacionamento: **cuide da retenção.**



2. Incentive as assinaturas logo após a compra, porque...

- Carpe diem – o momento após a compra é o momento de maior engajamento no relacionamento com a loja. **Aproveite o momento!**
- Relembre os benefícios da sua assinatura.
- Forneça benefício adicional pela inscrição, como desconto na próxima compra.



3. Alerta para queda dos preços

- A oportunidade faz... o cliente.
- BOAS NOTÍCIAS apresentadas de forma agradável a um preço mais baixo = eliminando objeções
- As pessoas compram com base em cálculos, mas também em emoções, e um desconto é uma emoção POSITIVA



4. Alerta para alta de preços

- Sim, a aversão à perda é um mecanismo muito poderoso!
- Pode ser transformado em aversão à perda **futura** , ou...
- ...venha ao resgate com um código de desconto por tempo limitado que ajudará você a evitar perdas



Suas peças favoritas estão esperando você!

Olá, **John**.

Alguns produtos tiveram reajuste, mas queremos que você aproveite com um mimo especial! Use o cupom **COUPON CODE** e garanta seu desconto.

 Aproveite enquanto dura!

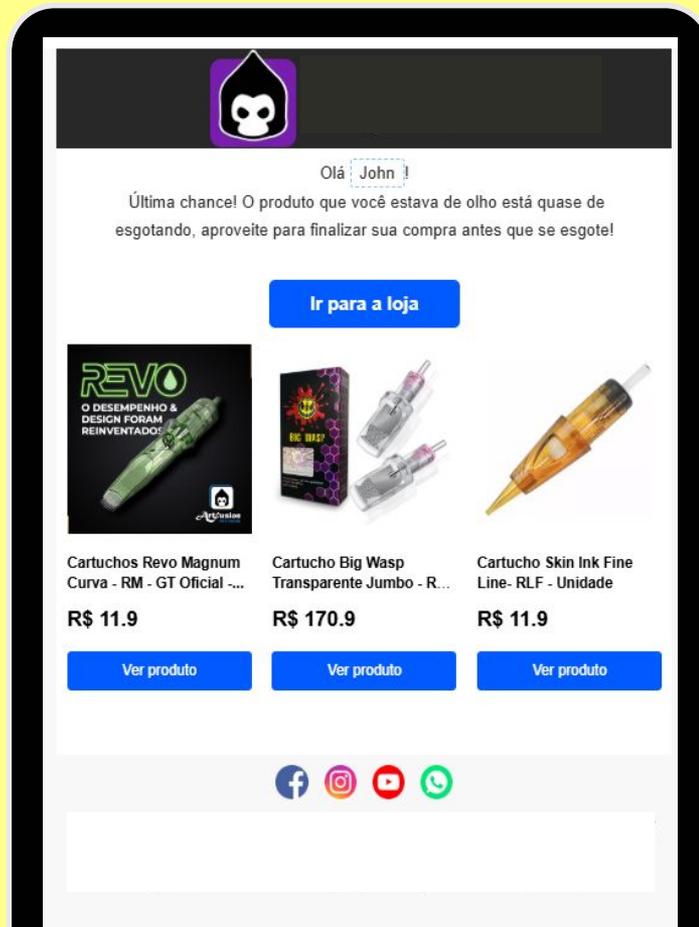
Um beijo,
Mari.

QUERO APROVEITAR

5. Alerta de últimas unidades

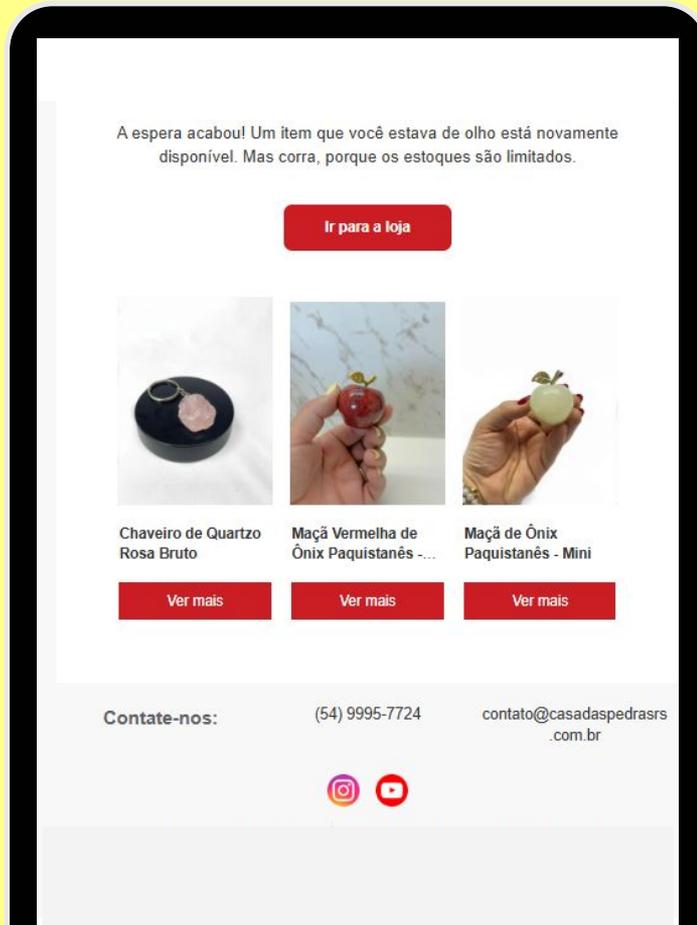
Os três benefícios desse fluxo são:

- 1) Você cuida do **relacionamento** - você se lembra do cliente e gentilmente sugere o produto caso o cliente esqueça.
- 2) Não sobraram muitos, o que significa que outros estão comprando. Então talvez eu devesse fazer o mesmo? **Prova social!**
- 3) **FOMO** na prática – "Eu ia comprar, então talvez eu compre porque vai acabar" – ainda funciona!



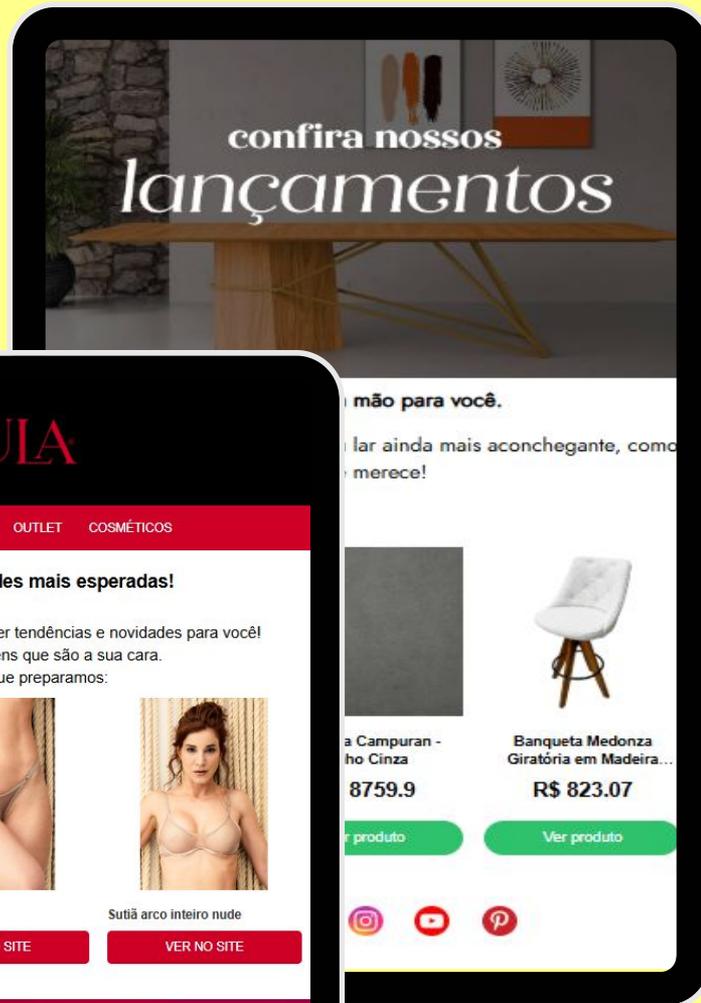
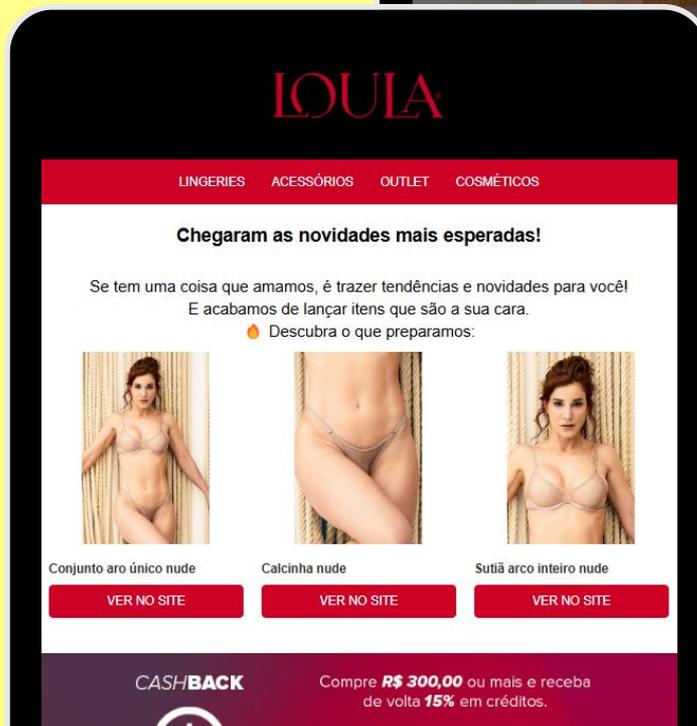
6. De volta ao estoque

- Um fluxo elegante
- Você não está apressando o cliente
- Você não está incomodando
- Boa notícia: olha, lembramos que você estava procurando por este produto – e estamos avisando que ele está ao seu alcance!



7. Lançamentos

- Informação sobre novos produtos lançadas nas categorias de produtos que foram visitados
- Quanto mais detalhado for o feed de produtos categorizado, mais precisas serão as recomendações.
- Cuidado: muitos produtos novos e poucas categorias: cliente sobrecarregado não comprará, mas é para isso que existem os limites!



 ***edrone***