

**CUSTOM  
FLOW**

**COMUNICAÇÃO  
PERSONALIZADA  
PARA E-COMMERCE**

[edrone.me/pt](https://edrone.me/pt)



# COMUNICAÇÃO PERSONALIZADA PARA E-COMMERCE

O consumidor digital moderno é exigente, curioso e independente. O padrão de consumo evoluiu: hoje, os clientes buscam mais do que suprir uma necessidade. A busca é por satisfação, segurança e por experiências de compra personalizadas.

A personalização é vital para o sucesso do e-commerce. Negócios que utilizam a personalização impulsionada por IA reportam crescimento significativo, com 92% das empresas afirmando usar essa tecnologia para impulsionar suas vendas\*.

\*The State of Personalization 2023 – Twilio Segment

A comunicação com o consumidor digital deve ser estratégica, eficiente e transparente. Apostar em um plano de comunicação personalizado aproxima o seu e-commerce do consumidor, fortalece a sua reputação no mercado, fideliza clientes e aumenta suas vendas.

Aderir à personalização é mais fácil do que parece. Felizmente, as ferramentas de automação de marketing são extremamente eficazes: com elas, você cria fluxos de comunicação automáticos, que te aproximam do consumidor sem despender muito tempo da sua operação.



# O QUE É RÉGUA DE AUTOMAÇÃO?



As **réguas de automação** no e-commerce são sequências de ações automatizadas, chamados fluxos, que as lojas virtuais usam para interagir com os clientes em diferentes etapas da jornada de compra. Elas enviam mensagens personalizadas com base no comportamento e preferências dos usuários, visando aumentar o engajamento, retenção e conversão.



# PRODUTO VISUALIZADO



## AUTOMAÇÃO PARA VISUALIZAÇÃO DE PRODUTO

A régua de automação de visualização de produto rastreia o interesse dos clientes em produtos específicos e reengaja com ofertas e informações relevantes, melhorando as chances de conversão.

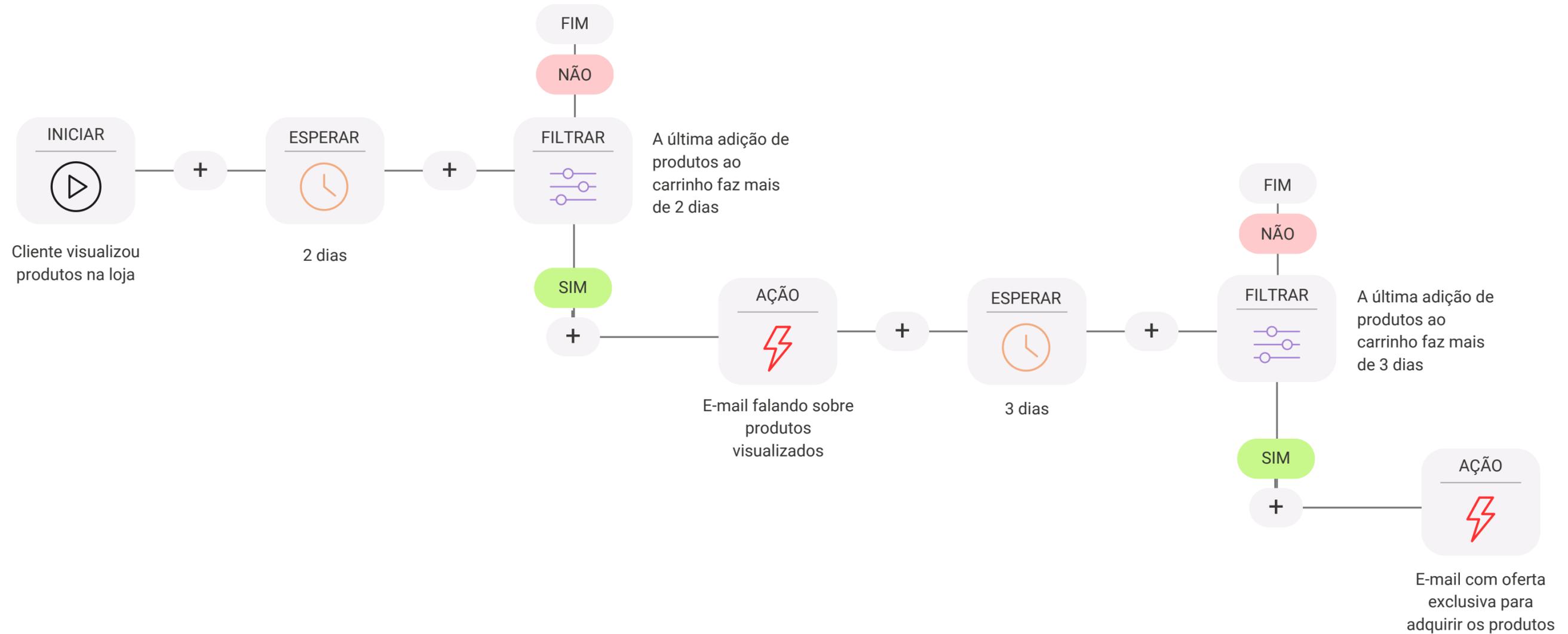
## EXEMPLOS

**E-mail de oferta personalizada:** oferece um desconto ou incentivo exclusivo com base no produto visualizado.

**E-mails de recomendação:** sugere produtos relacionados ou complementares ao item visualizado.

**E-mail de escassez ou urgência:** destaca a baixa disponibilidade do produto ou a expiração de uma oferta especial.

# PRODUTO VISUALIZADO



RELEMBRE OS CLIENTES SOBRE OS ITENS QUE DESPERTARAM INTERESSE



# CARRINHO ABANDONADO



## AUTOMAÇÃO DE CARRINHO ABANDONADO

A régua de automação para abandono de carrinho visa reengajar os clientes, oferecer suporte e fornecer incentivos para que eles voltem ao site e finalizem suas compras. Automatizar esses e-mails permite que as lojas virtuais se comuniquem de forma eficaz e oportuna com os clientes, aumentando as chances de conversão e reduzindo as perdas de vendas devido ao abandono de carrinho.

## EXEMPLOS

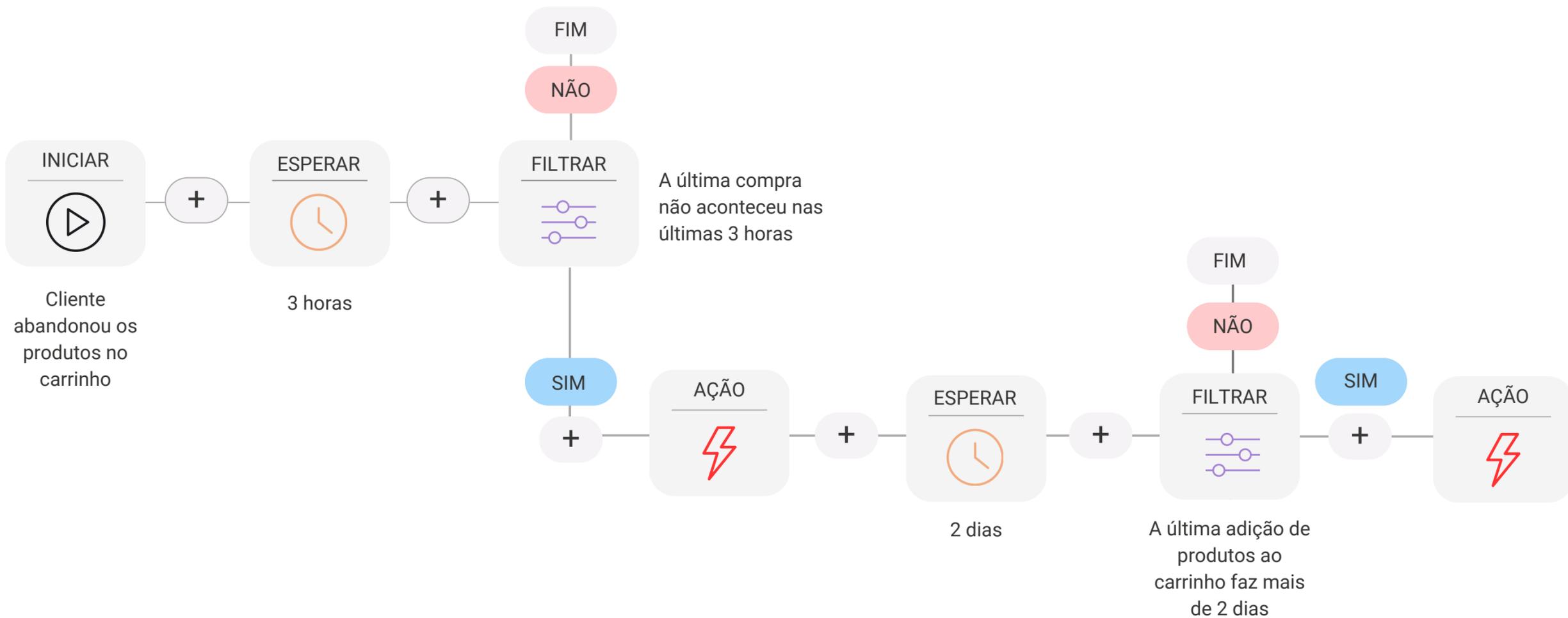
A configuração da régua de automação para abandono de carrinho pode ser adaptada às necessidades e metas específicas de cada loja virtual. Geralmente, inclui os seguintes tipos de e-mails:

**E-mail de lembrete:** recorda o cliente sobre os itens deixados no carrinho e o incentiva a concluir a compra.

**E-mail com oferta ou desconto:** oferece incentivos adicionais, como descontos ou frete gratuito que encorajam a compra.

**E-mail de urgência ou escassez:** cria um senso de urgência, destacando a limitação de estoque dos itens ou a proximidade do fim de uma oferta especial.

# CARRINHO ABANDONADO



RECUPERE VENDAS PERDIDAS





# PÓS-VENDAS



## AUTOMAÇÃO DE PÓS-VENDAS

A automação pós-vendas desempenha um papel fundamental em fortalecer o vínculo com os clientes, oferecendo um suporte personalizado e relevante após cada compra. Essa abordagem não apenas fortalece a fidelidade, mas também eleva as probabilidades de recompra, melhora a satisfação geral do consumidor e impulsiona o desenvolvimento sustentável do negócio a longo prazo.

## EXEMPLOS

A configuração da régua de automação pós-venda varia conforme as necessidades específicas de cada loja. Geralmente, inclui os seguintes tipos de comunicação:

**E-mail de agradecimento:** agradece pela compra e reforça o relacionamento com o cliente, detalhando o pedido realizado.

**E-mail de avaliação e feedback:** coleta a opinião do cliente sobre a experiência de compra, obtendo insights valiosos para estratégias futuras.

**E-mail de suporte e assistência:** oferece suporte adicional em caso de dúvidas ou problemas, reafirmando o compromisso com um atendimento de alta qualidade.

# PÓS VENDAS



# NA PRÁTICA

Vamos explorar duas situações distintas onde aplicamos o Custom Flow para resolver desafios específicos:

**1. No primeiro caso,** vamos analisar como ele foi implementado em uma loja de roupas infantis, com o objetivo de trazer impactos positivos na recuperação de vendas perdidas e na melhoria da experiência do cliente.

**2. No segundo caso,** veremos como a automação visa otimizar os processos internos de uma empresa de remédios/suplementos, com foco em maior eficiência operacional e satisfação dos clientes.



## SEGMENTO: ROUPAS INFANTIS

A loja de roupas infantis "Pequenos Encantos" quer aumentar suas vendas, mas enfrenta dificuldades com carrinhos abandonados. **Muitos clientes adicionam itens ao carrinho, mas não finalizam a compra.** A loja quer aproveitar esses dados para engajar os clientes e incentivá-los a completar suas compras, aumentando assim a taxa de conversão e o ticket médio.



## SEGMENTO: REMÉDIOS/SUPLEMENTOS

A empresa de remédios e suplementos "Saúde em Dia" quer aumentar a recorrência de compras e melhorar a fidelização dos clientes. **Eles perceberam que muitos produtos, como vitaminas e medicamentos, são comprados periodicamente pelos clientes,** mas não têm um sistema eficiente para lembrar os clientes de fazer novas compras antes de ficarem sem estoque.

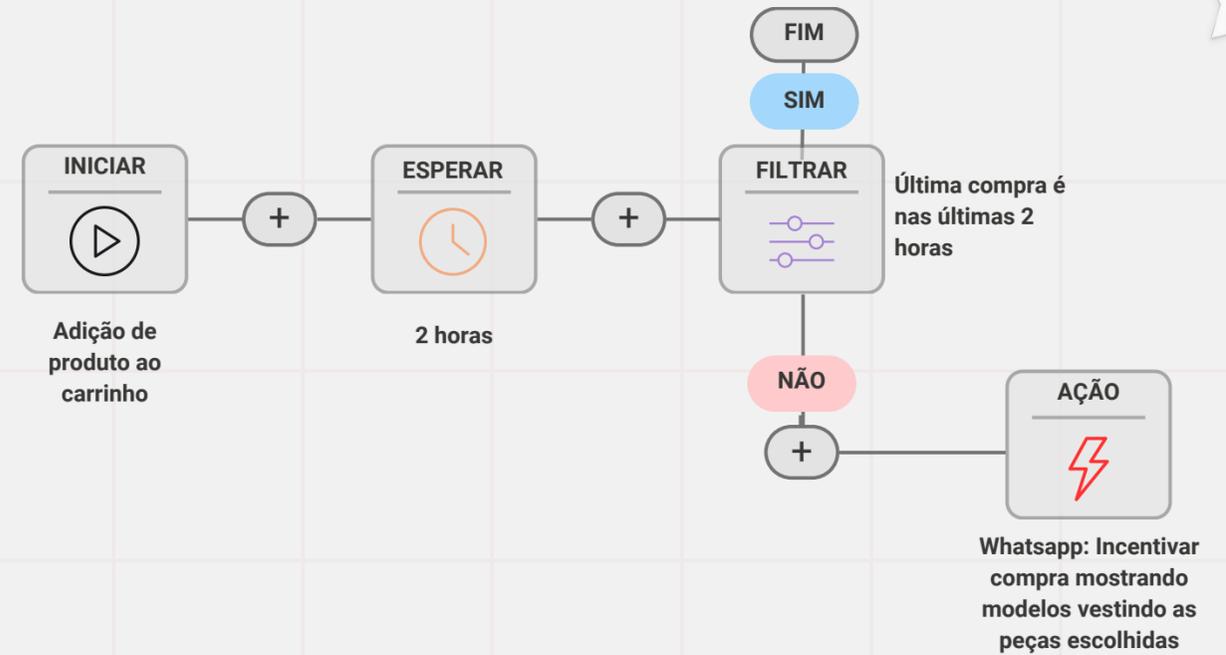
# DESVENDANDO O FLUXO

Personalização, timing e incentivos são essenciais para manter o engajamento e incentivar a conversão. Em linhas gerais, a criação de um Custom Flow eficaz envolve:

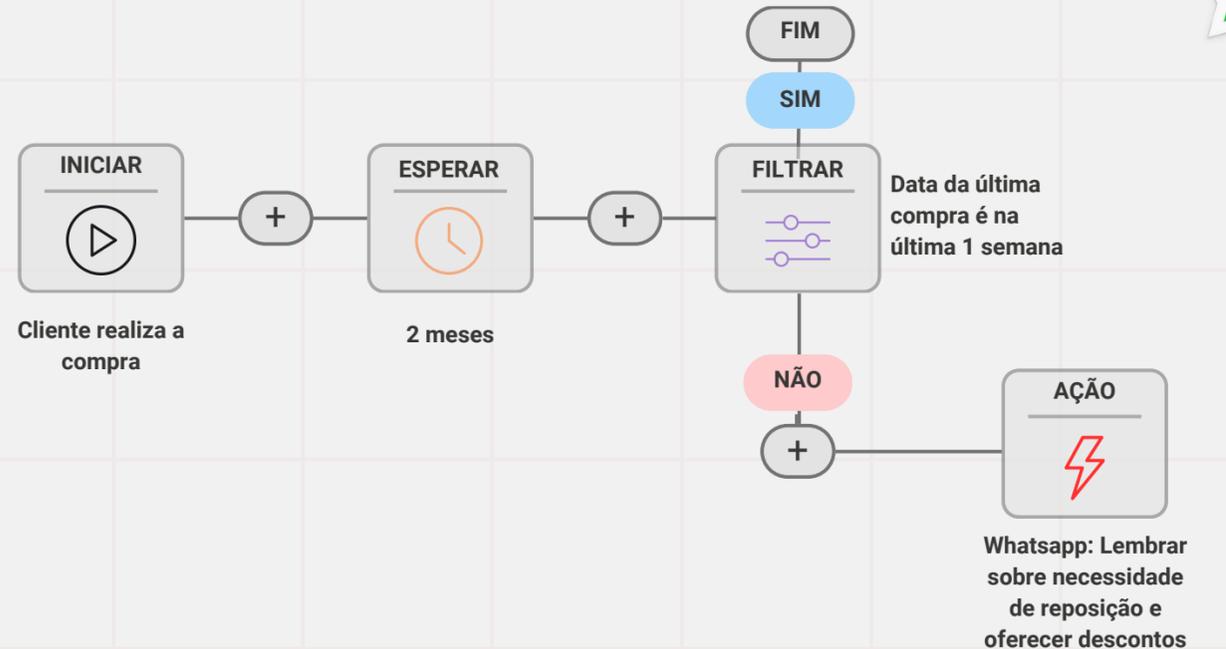
1. Identificar o comportamento do cliente e registrar a atividade no sistema;
2. Iniciar uma comunicação personalizada por e-mail;
3. Utilizar retargeting para reforçar a mensagem. Se não houver resposta, oferecer descontos adicionais.

Conhecer o público é fundamental para personalizar as ofertas de maneira atraente. Em ambos os casos, os fluxos foram resolvidos considerando a **integração com o WhatsApp** para aumentar a eficácia das **comunicações** e engajar os clientes de maneira mais direta e eficiente.

## INCENTIVE OS CLIENTES A FINALIZAREM A COMPRA!



## LEMBRE SEUS CLIENTES DE REABASTECER SEUS PRODUTOS!



 ***edrone***