

**CRM é estratégia  
não ferramenta!**





# **Prazer!**

## **Sou o Vini Guimarães**

32 anos, com praticamente metade da vida  
com atuação em marketing e vendas

Estou como Executivo de marketing da Tray

# O que é CRM?

E não, não quero falar de ferramenta por si só!



“

**“Customer Relationship  
Management”**

“

**“Gestão de  
Relacionamento com o  
Cliente”**

## MAS...QUAL A MATRIZ?

- ✓ Dados dos clientes
- ✓ Informações históricas
- ✓ Gatilhos para uso

**Sim...é o básico que não deve ser negligenciado!**



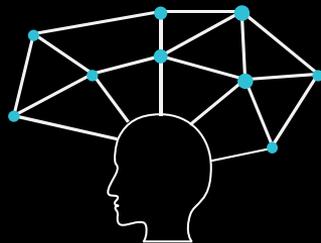
A silhouette of a person sitting on a rock against a sunset sky. The person is positioned on the left side of the frame, sitting on a large rock. The sky is a mix of dark blue and orange, with some clouds. The overall scene is a landscape at dusk or dawn.

**VINI, EU JÁ FAÇO A CAPTURA  
DESSES DADOS...**



**“Mas e o uso,  
como é feito?”**

**Captar e não utilizar os dados é o erro mais comum!**



# Dados Básicos

Caso você ainda não controle isso, **sinal vermelho!**

# QUAIS SÃO OS DADOS BÁSICOS?

## Contato

Nome, e-mail, telefone, etc. Todos aqueles que são de cunho pessoal e tornam os clientes únicos

## Valor de compra

Valor total consumido total ou por período (mês, trimestre, ano)

## Itens comprados

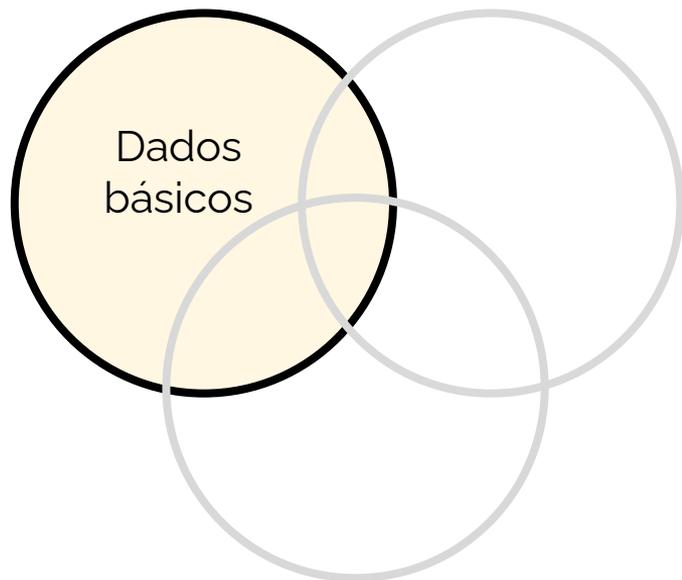
Produtos, marcas, modelos e quaisquer outras características que diferenciam o consumo

## Última transação

Quando foi a última transação e/ou contato realizado



# SÃO A BASE DE UMA TRÍADE



1. Servem para balizar o mínimo de relacionamento com o cliente
2. São totalmente passivos para um primeiro contato (Atenção com LGPD, hein!)

# Dados Avançados

Aqui é onde torna a mágica **mais próxima!**

# QUAIS SÃO OS DADOS AVANÇADOS?

## **Logístico**

Localização e frete

## **Categoria**

Tipos de produtos

## **Ticket Médio**

Valor médio por transação

## **Pagamento**

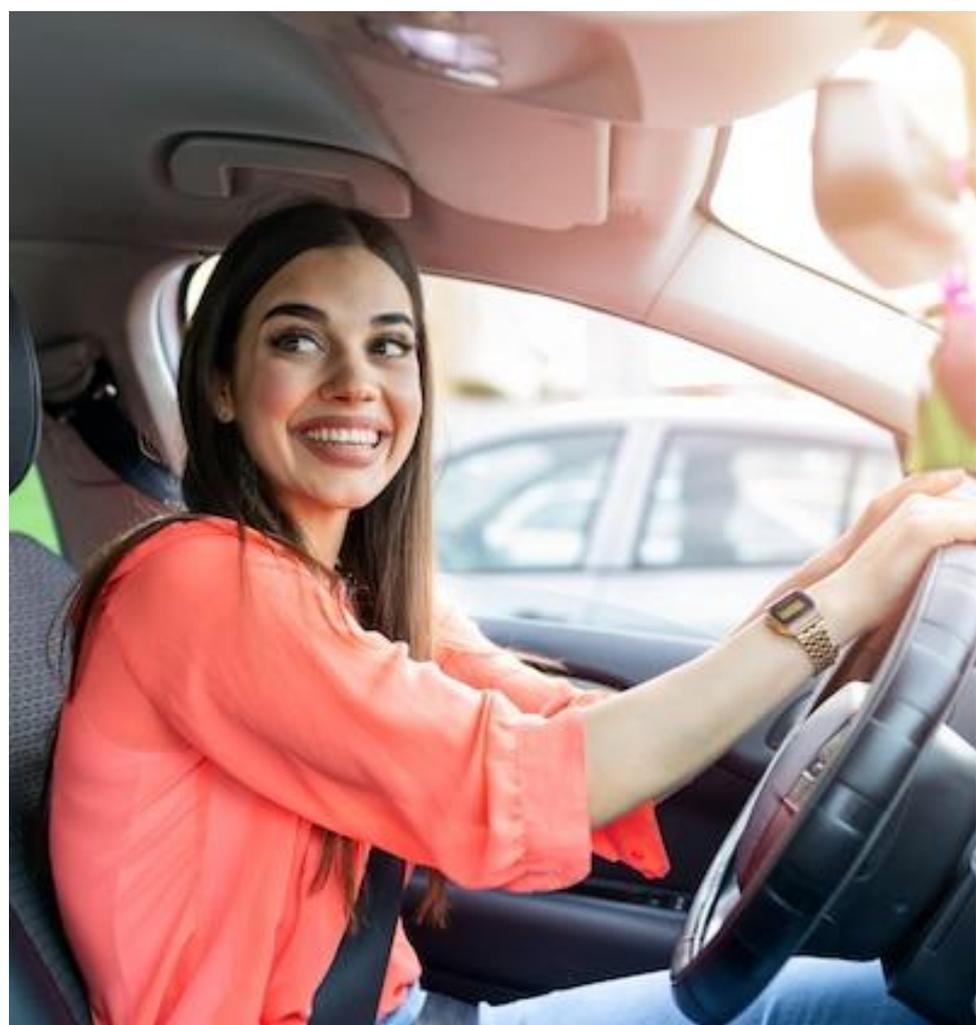
Forma de pagamento

## **Tempo sem compra**

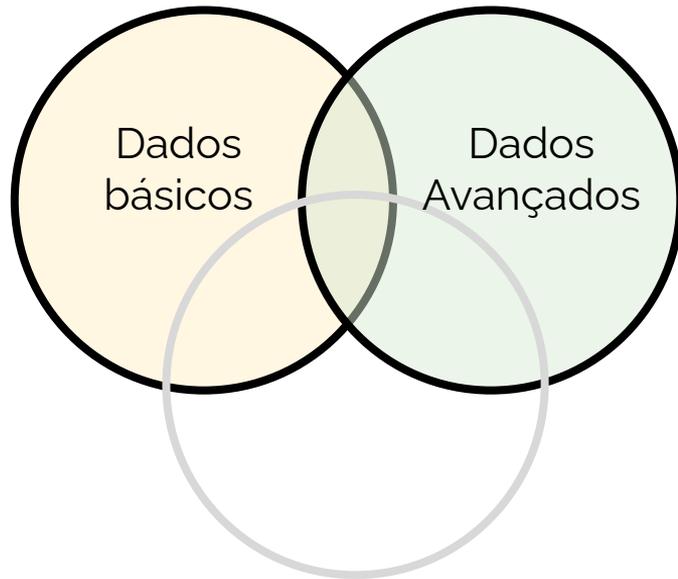
Quantitativo e média

## **Preferências**

Gênero, time, etc



# CONTEMPLAM A MATRIZ DE DADOS



1. Tornam as similaridades e as dispersões mais claras
2. Permite trabalhar de forma segmentada e fugir de ações (e resultados) genéricos!

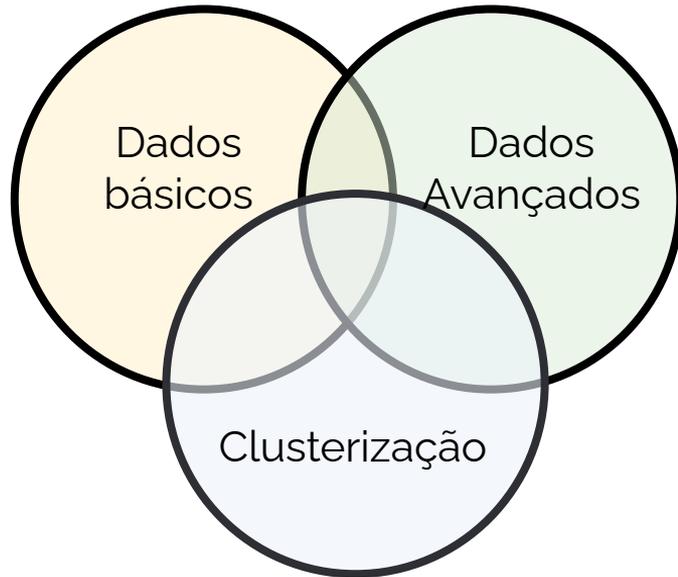
# Clusterização

Dá trabalho, mas também traz **mais resultados!**

“

**“Cruzamento de dados  
para transformá-los em  
públicos únicos”**

## Enfim, a tríade completa para CRM



1. Ajusta a comunicação
2. Tem mais receptividade do cliente
3. Gatilho mental de relacionamento, de ser especial
4. Melhora pontos de fricção

# Vamos praticar?

Hora de juntar as peças que vimos hoje!



# IMAGINEM ESSE CENÁRIO

- Lançamento de uma nova camiseta do Corinthians por R\$399
- Loja com frete grátis para sul e sudeste acima de R\$199
- Frete grátis Brasil acima de R\$499
- Desconto extra de 10% em pagamentos por Pix



# O QUE A MAIORIA FAZ...

## Comunicação geral

Traz a novidade e todas as informações "destacadas" em uma mesma comunicação para todos

## Regionalização

Separa por região, visto que o frete tem condições distintas por esse fator

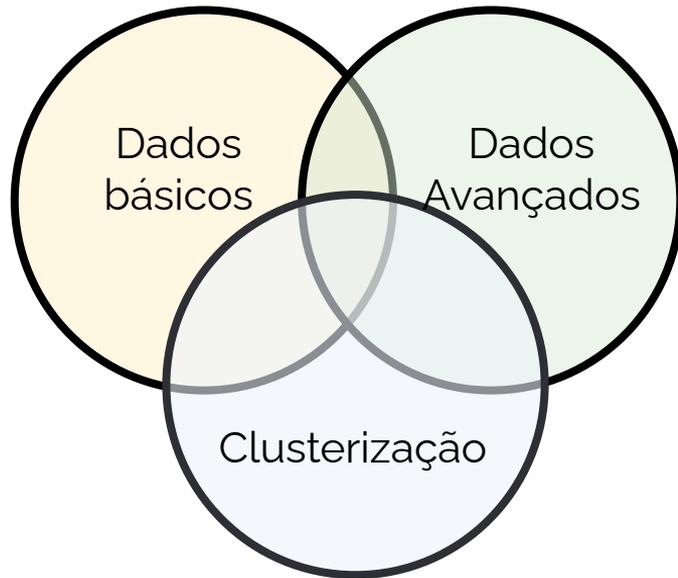


# ALGUNS CLUSTERS QUE EU TRABALHARIA

- Já comprou camiseta do Corinthians antes, região Sul e Sudeste (Por forma de pagamento)
- Já comprou camiseta do Corinthians antes, demais estados (Por forma de pagamento)
- Possui compra anterior de itens do Corinthians ou respondeu que é o time do coração (por região e forma de pagamento)
- Torcedor de time rival (por região e forma de pagamento)
- Torcedores de outros times (por região e forma de pagamento)
- Demais clientes por região

**Plus:** Em todas caberia segmentação de gênero para mostrar produto em foco

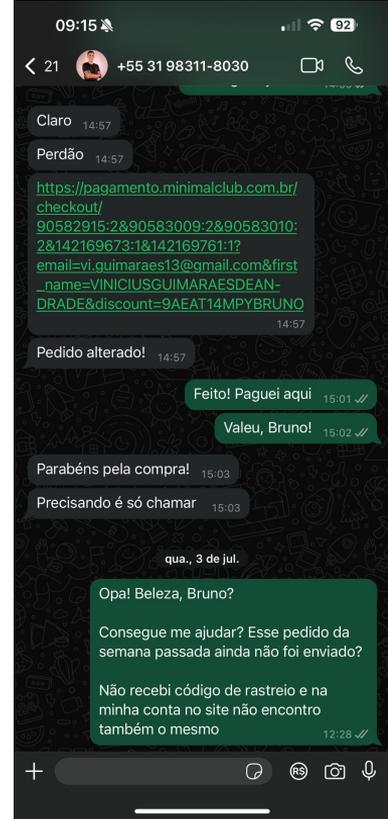
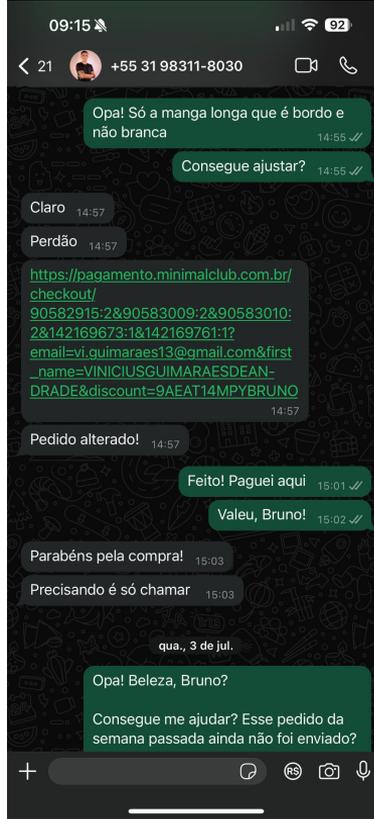
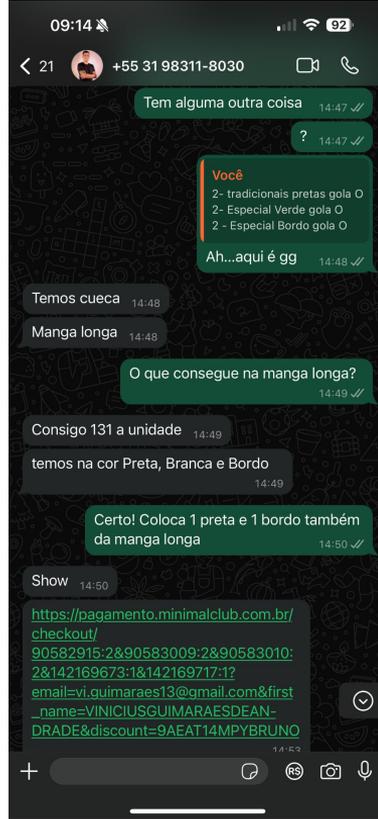
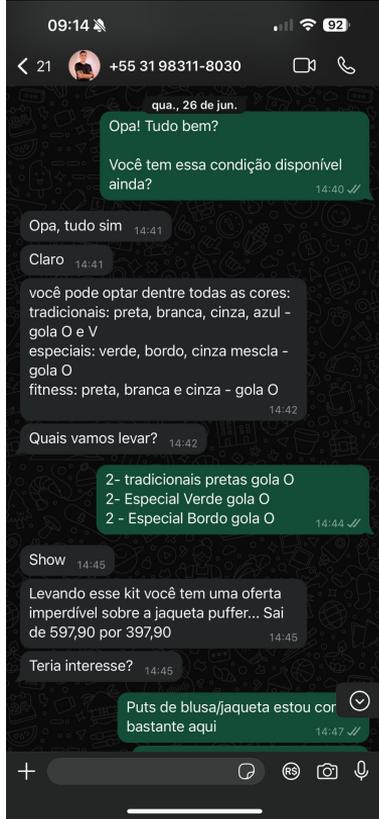
## 4 coisas para vocês me deixarem feliz hoje!

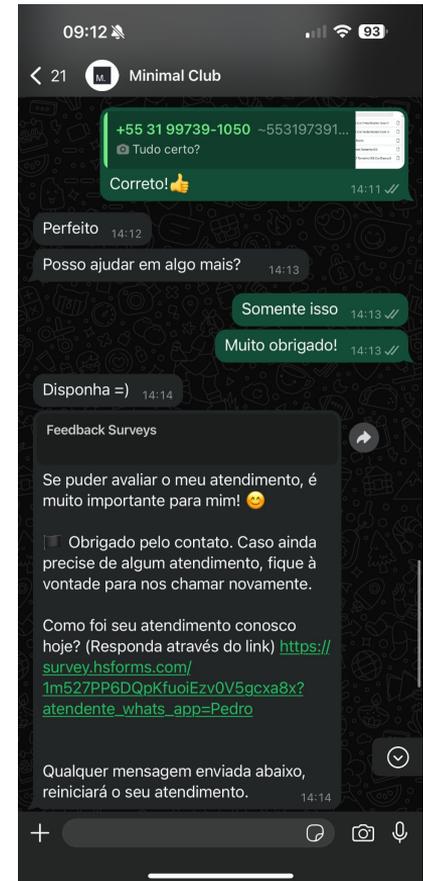
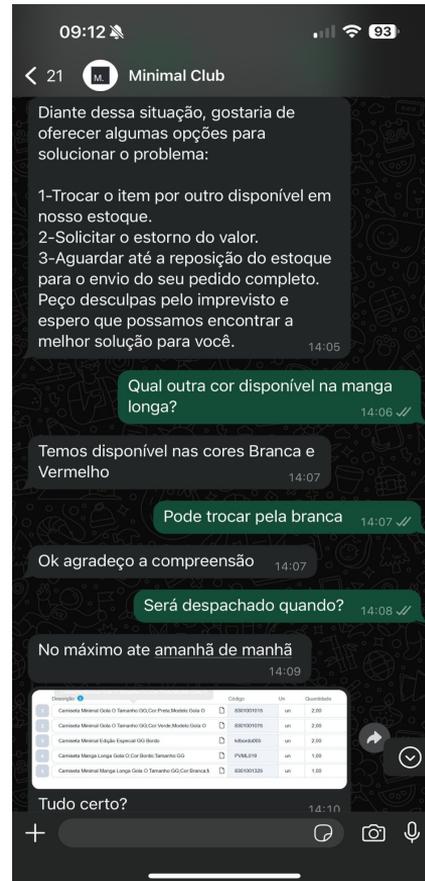
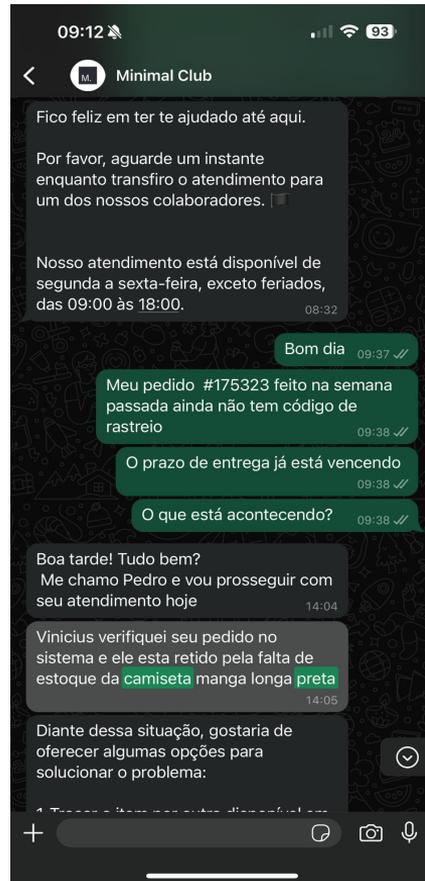
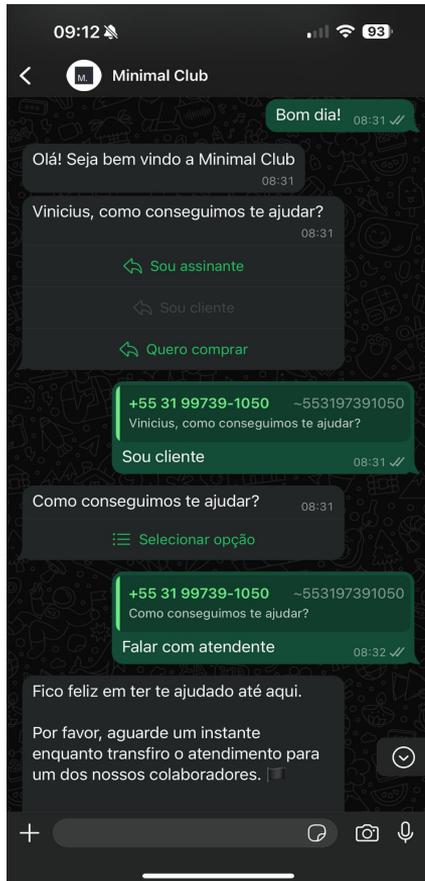


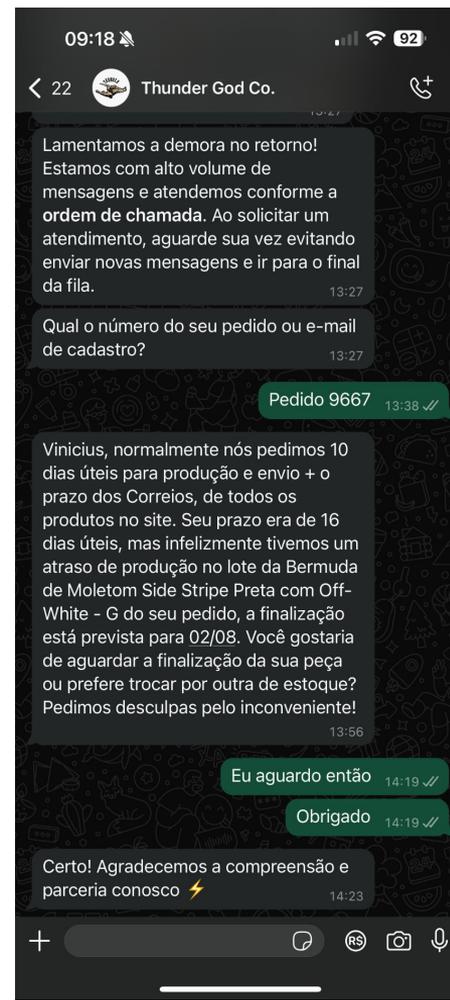
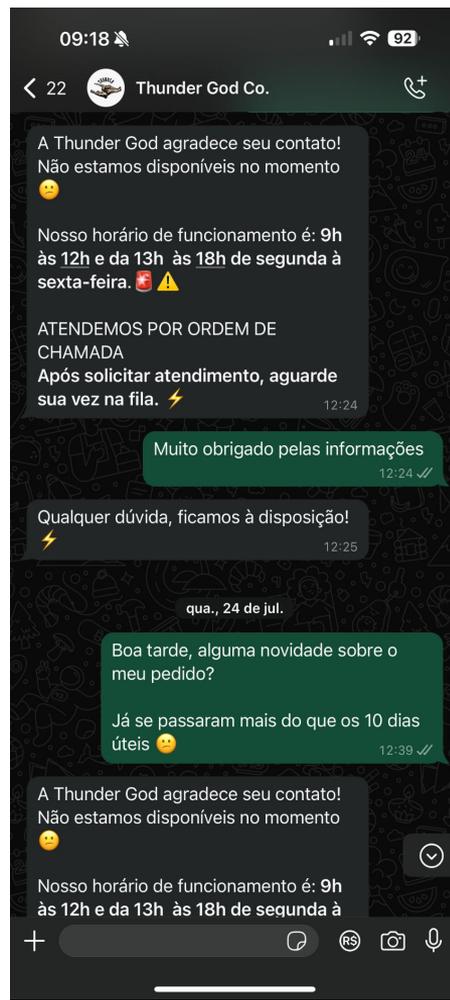
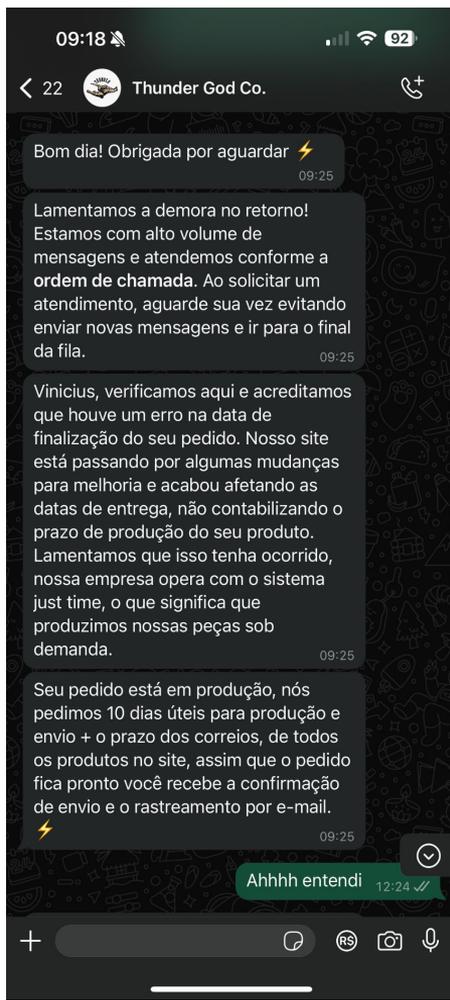
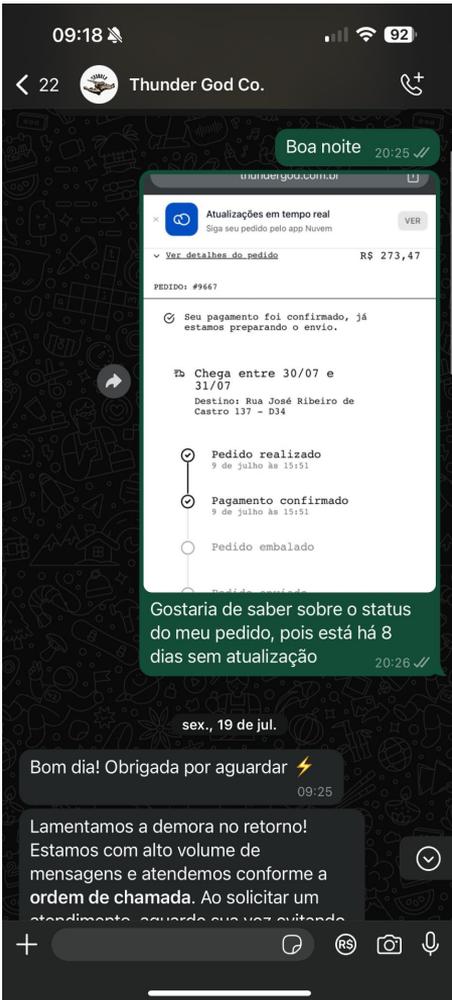
1. Contexto
2. Não caia em tentação do mais fácil
3. O segredo está no básico
4. Lembrem desses casos que falarei com vocês agora

**O que não  
fazer...**



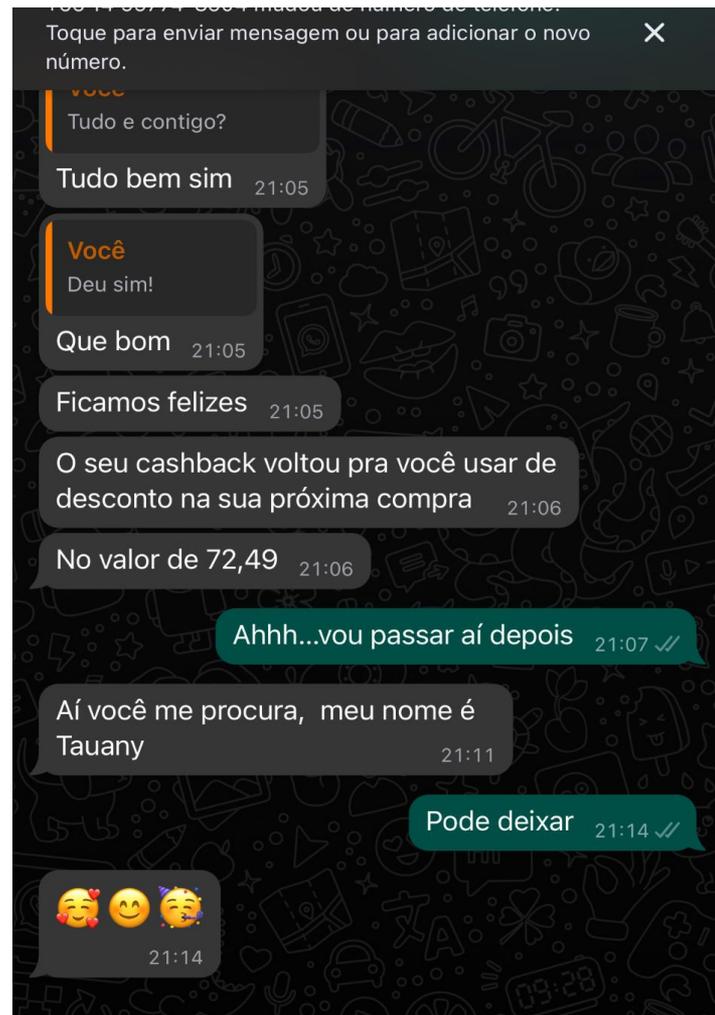
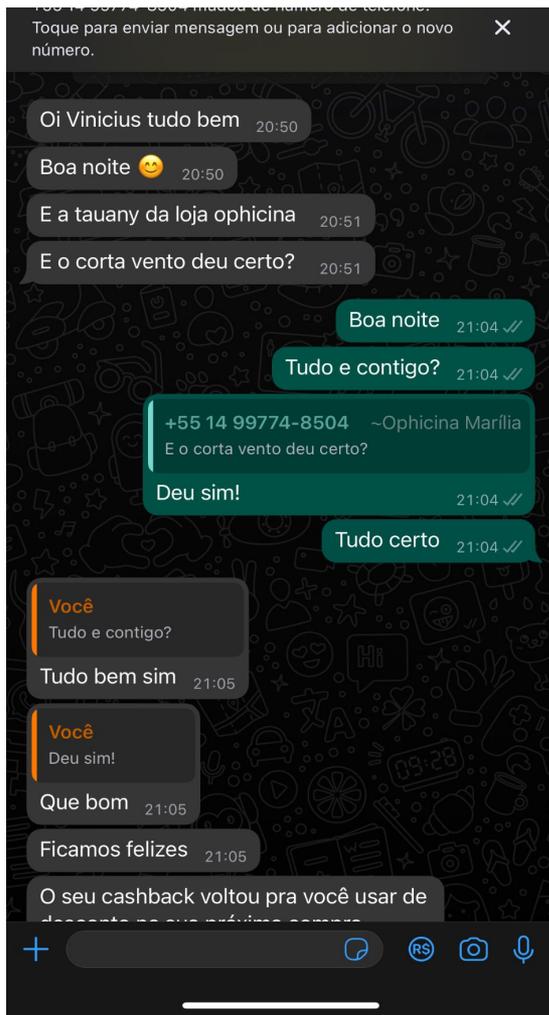






**O que fazer...**







**Muito obrigado!**