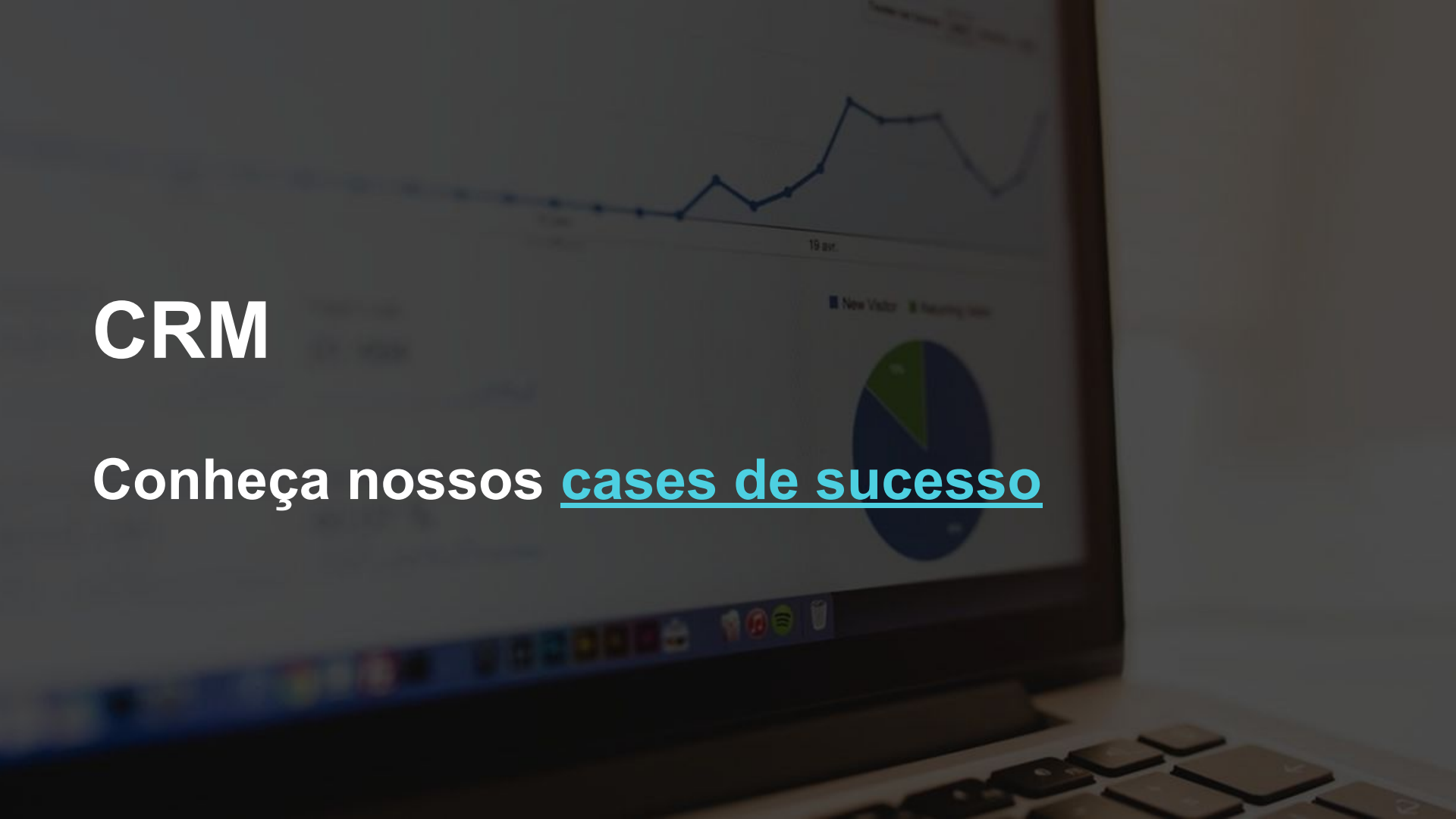




Consultoria estratégica em BI & CRM

CRM

Conheça nossos [cases de sucesso](#)



Case de CRM | Vittal Calçados

Contexto

Empresa do setor de varejo de calçados, com forte posicionamento em produtos de alta durabilidade, especialmente botas em couro.

Base ativa de aproximadamente 300 mil contatos, com grande dependência de mídia paga para aquisição de novos clientes, a marca possui apenas e-commerce.

Desafio

Apesar do alto volume de clientes na base, a empresa enfrentava dificuldades significativas em fidelização e recompra:

- *Cerca de 80% da base não realizava uma segunda compra.*
- *Baixa taxa de recompra ao longo do ciclo de vida do cliente.*
- *CRM subutilizado, com pouco foco em relacionamento e retenção.*
- *Forte dependência de mídia paga para manter o volume de vendas.*
- *Mix de produtos pouco explorado nas estratégias de comunicação.*

O principal desafio era transformar compradores únicos em clientes recorrentes, reduzindo a dependência de aquisição paga.

Objetivos do projeto

- *Aumentar a taxa de recompra da base.*
- *Estimular o consumo de novos produtos e categorias.*
- *Melhorar a fidelização e o relacionamento com clientes.*
- *Tornar o CRM um canal estratégico de retenção.*
- *Incentivar a recompra dentro de um período determinado após a primeira compra.*



Estratégia aplicada

Análise de produto e comportamento de compra:

Foi identificado que o carro-chefe da marca, botas em couro altamente duráveis, impactava diretamente o ciclo de recompra, uma vez que o produto possui longa vida útil.

A partir disso, tornou-se clara a necessidade de ampliar o mix de produtos e direcionar a comunicação para novas categorias e lançamentos.



Estratégia aplicada

Estruturação de réguas de relacionamento personalizadas:

Foram implementadas réguas automatizadas de CRM, utilizando e-mail marketing e WhatsApp, com foco em personalização e comportamento do cliente.

Principais frentes:

Régua para One Time Buyers

Comunicação estratégica com clientes que realizaram apenas uma compra, incentivando a segunda conversão.

Cross sell por categoria

Estímulo à recompra de novos produtos e categorias complementares às compras anteriores.

Produtos complementares

Sugestões personalizadas de itens que ampliavam o uso ou a experiência com o produto já adquirido.

Estratégia aplicada

Comunicação focada em novas coleções e mix ampliado:

As comunicações passaram a destacar:

- *Novos produtos.*
- *Novas coleções.*
- *Alternativas ao produto carro-chefe.*

Sempre com foco em relevância e momento de compra, evitando comunicações massivas.

Estratégia aplicada

Implementação de estratégia de cashback:

Foi criada uma estratégia de cashback com prazo definido, incentivando a recompra em um período específico após a primeira compra.

Objetivos do cashback:

- *Criar senso de urgência.*
- *Reduzir o intervalo entre compras.*
- *Aumentar a taxa de recompra no curto e médio prazo.*
- *Manter o cliente ativo dentro do ecossistema da marca.*



Resultados alcançados

Implementação de estratégia de cashback:

- *Aumento consistente na taxa de recompra.*
- *Maior engajamento nas comunicações de CRM.*
- *Melhor aproveitamento da base existente.*
- *Redução da dependência exclusiva de mídia paga para vendas recorrentes.*
- *Fortalecimento do relacionamento com clientes ao longo do ciclo de vida.*

Os resultados foram mensurados de forma proporcional e comparativa, respeitando a confidencialidade dos dados da empresa.

B.I

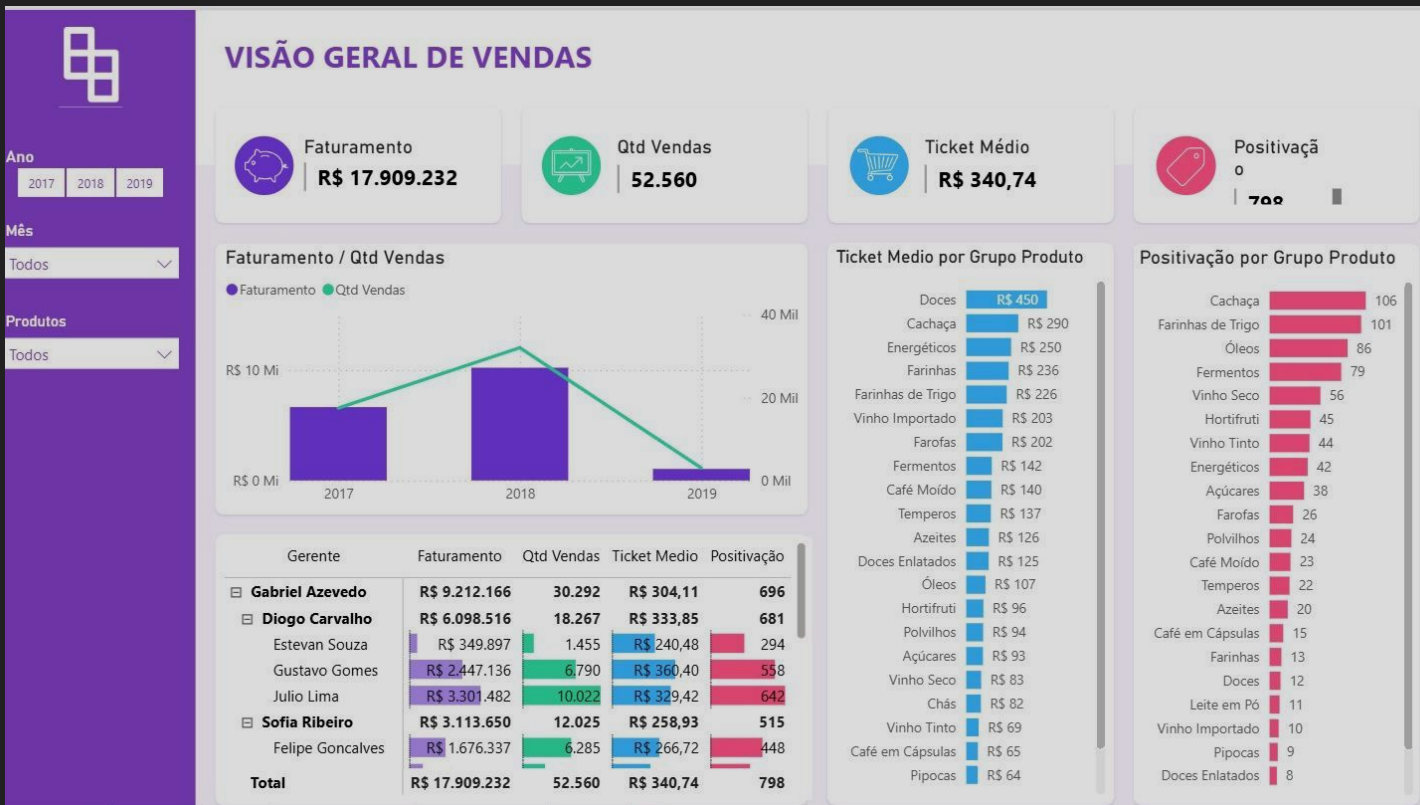
Conheça nosso portfólio



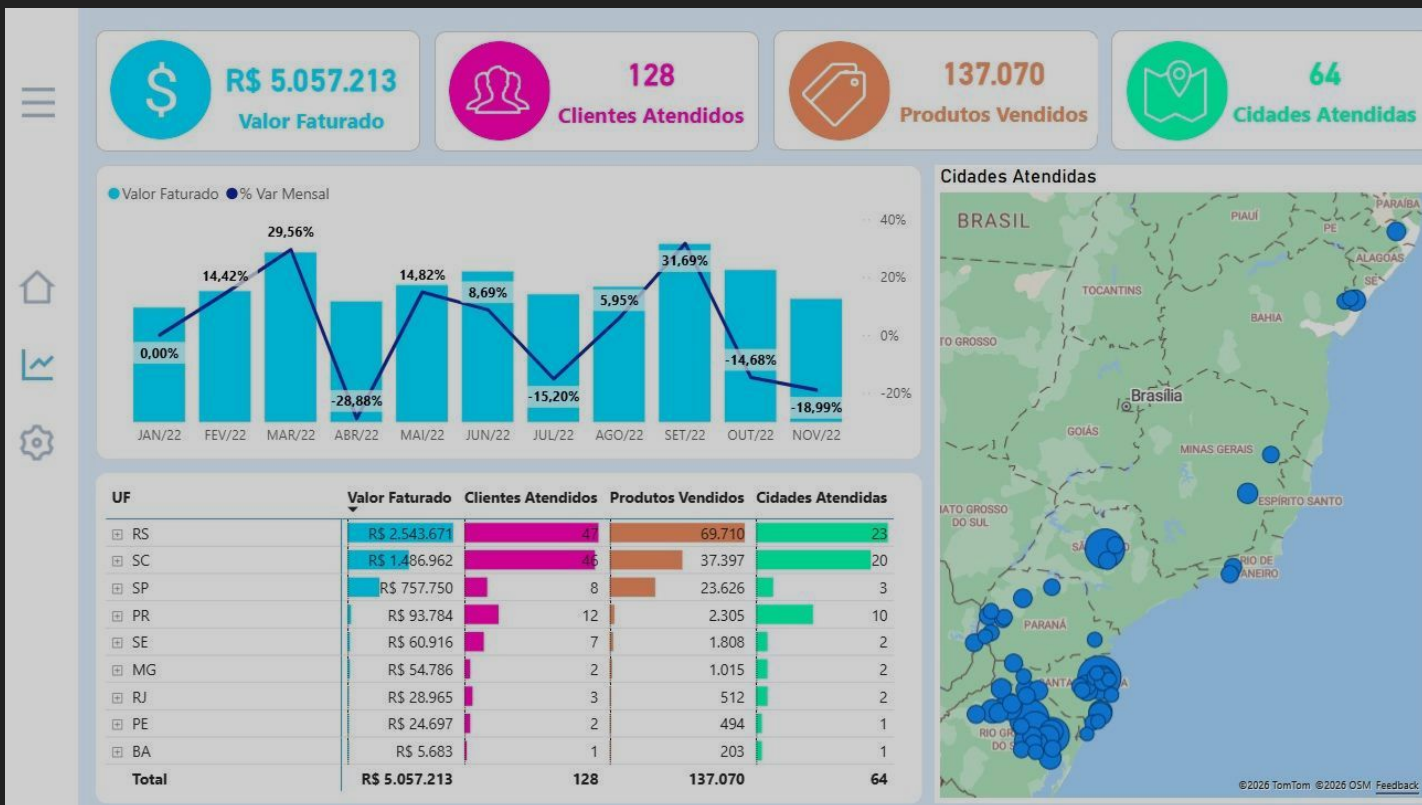
Visão geral / indicadores principais



Evolução e comparação de resultados



Análises por categoria / produto / região



Painel de faturamento



Detalhamento operacional



Visão consolidada de performance



Total Lucro Ano Atual e Total Lucro Ano Anterior por Nome do Mês

● Total Lucro Ano Atual ● Total Lucro Ano Anterior

Mês	2019	2018
janeiro	3.5	1.8
fevereiro	3.8	2.2
março	2.5	1.8
abril	3.2	2.5
maio	4.2	3.0
junho	4.1	3.2
julho	4.0	3.5
agosto	3.5	3.0
setembro	3.8	3.2
outubro	4.2	3.5
novembro	3.5	3.0
dezembro	4.0	3.5

Total Lucro Ano Atual Ac. e Total Lucro Ano Anterior Ac. por Nome do Mês

● Total Lucro Ano Atual Ac. ● Total Lucro Ano Anterior Ac.

Mês	2019	2018
janeiro	3.5	1.8
fevereiro	7.3	4.0
março	11.1	5.8
abril	14.9	8.0
maio	19.1	11.0
junho	23.2	14.2
julho	27.3	17.7
agosto	31.4	20.7
setembro	35.6	23.9
outubro	39.8	27.4
novembro	43.9	30.4
dezembro	48.1	33.9

Contatos

Acesse [nosso site](#)

Entre em contato pelo [WhatsApp](#)

Confira nosso [Instagram](#) e [Linkedin](#)