



Cómo CityClub by Soriana multiplicó 19 veces sus usuarios activos con personalización y automatización

Con el apoyo de CleverTap, la empresa mexicana utilizó marketing basado en datos para ampliar su base de usuarios activos e impulsar el engagement y la retención.



5-7%

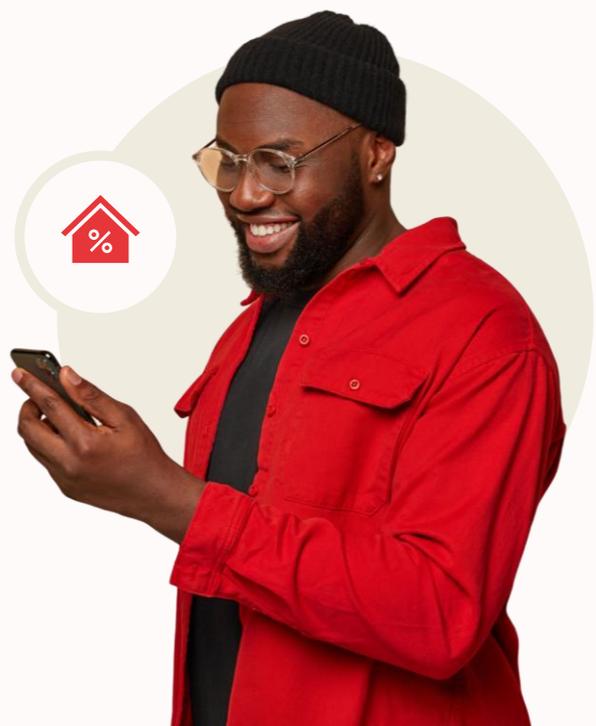
Aumento en la tasa de recuperación de carritos abandonados.

La historia de City Club

Con un modelo de negocio basado en suscripciones, City Club fue fundado en 2002 como el brazo mayorista del grupo Soriana, uno de los minoristas más grandes de México.

Ofrece una amplia variedad de productos, incluyendo alimentos, bebidas, electrónicos, artículos para el hogar y productos importados, para clientes que buscan calidad y precios accesibles.

Con más de 70 tiendas en todo el país y una app con más de 1 millón de usuarios activos, City Club buscaba soluciones para personalización a escala, aumentar la retención y el valor del tiempo de vida del cliente (LTV), además de promover un engagement continuo.

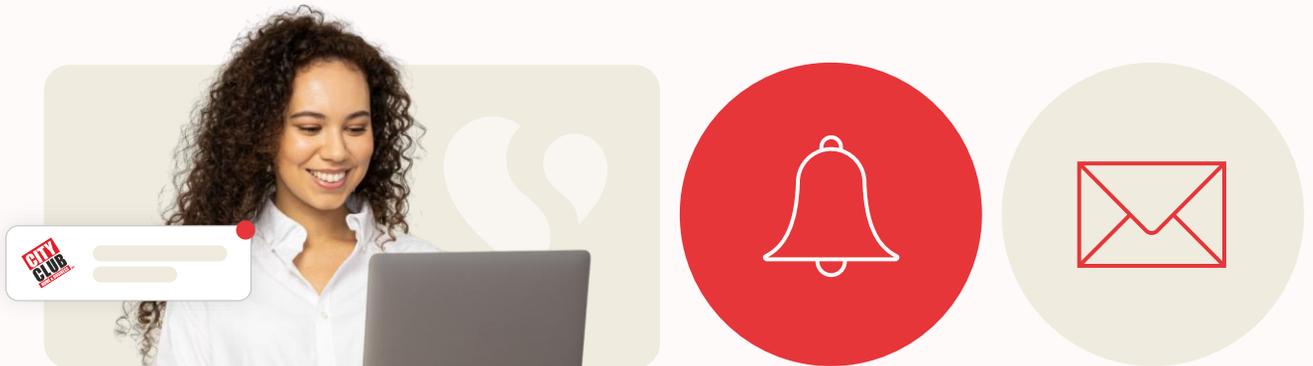


Desafíos

A medida que el negocio y el número de suscriptores crecían, City Club percibió la necesidad de mantener un alto nivel de engagement para retener a los miembros y asegurar que aprovecharan al máximo los beneficios del club.

Sin embargo, la empresa enfrentaba grandes desafíos en sus operaciones de marketing digital.

La falta de comunicación basada en eventos impedía la personalización de las interacciones con los clientes, dificultando la entrega de campañas eficaces y relevantes. Además, existían dificultades para segmentar y analizar el comportamiento de los usuarios en tiempo real, lo que limitaba las estrategias de adquisición. Utilizando herramientas como Mailchimp y Google Analytics, City Club no lograba alcanzar el nivel de personalización y automatización necesario para optimizar sus resultados.



Soluciones

Tras identificar la necesidad de actuar no solo en la adquisición de nuevos usuarios, sino también en la retención de toda la base — ya sea antigua o nueva — City Club recurrió a CleverTap. Con el uso de herramientas como IntelliNODE y Scribe, y canales de comunicación como notificaciones push, email, WhatsApp, SMS y mensajes in-app, la empresa pasó por una verdadera transformación digital.

Cambiar de herramienta es un reto por su complejidad, pero también porque exige entender los procesos internos de las implementaciones técnicas. Comprender lo que 'debe ser' y lo que 'puede ser' es complicado, pero el equipo de CleverTap nos brindó un soporte increíble.

FERNANDA QUINZÁ, OWNED MEDIA MANAGER DE SORIANA

El análisis profundo del comportamiento de los usuarios y la segmentación avanzada permitió crear campañas altamente personalizadas, activadas en el momento adecuado.

Resultados

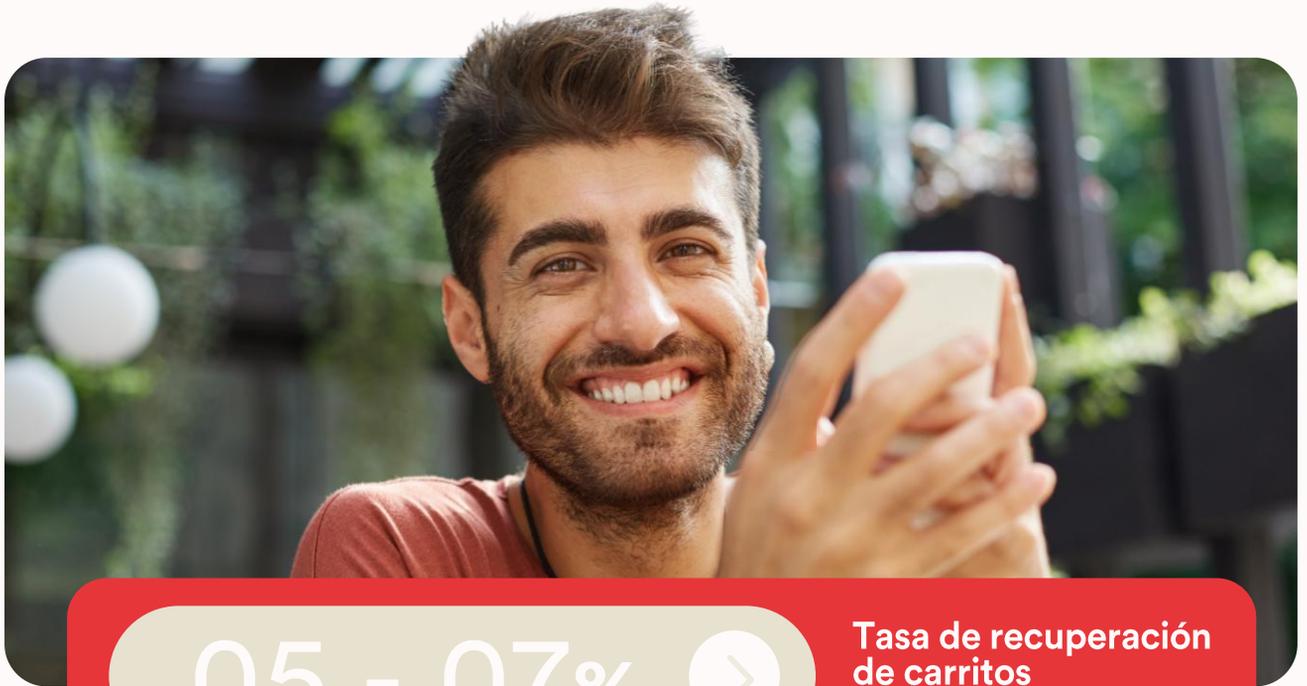
Como resultado, el número de usuarios activos en la app creció de 5,000 a 78,000, superando recientemente los **100.000**.

City Club multiplicó por 19 su base de usuarios activos, logró un crecimiento de 2.5 veces en las conversiones y comenzó a recuperar carritos abandonados de forma automatizada a través de CleverTap Journey Builder, reenganchando usuarios en tiempo real.

Al mismo tiempo, City Club empezó a tomar decisiones más estratégicas con base en

datos en tiempo real, lo que permitió ajustes continuos y acciones de marketing más acertadas. Con notificaciones y comunicaciones por correo electrónico más segmentadas, la empresa fortaleció la relación con los clientes, garantizando mayor retención y fidelización.

Durante más de un año, se ejecutaron múltiples acciones y campañas con el apoyo de CleverTap.



05 - 07%



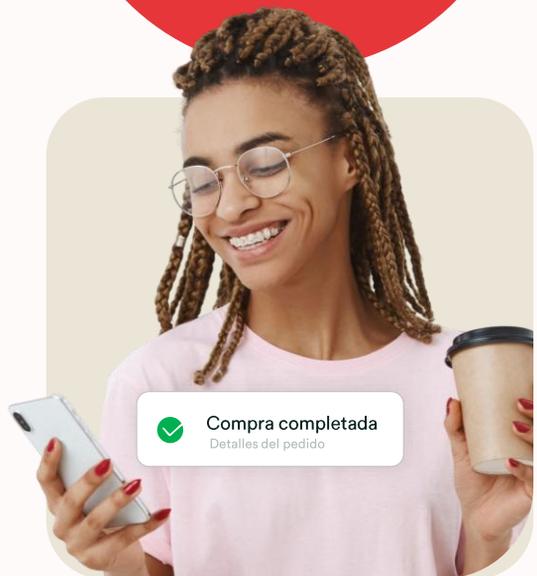
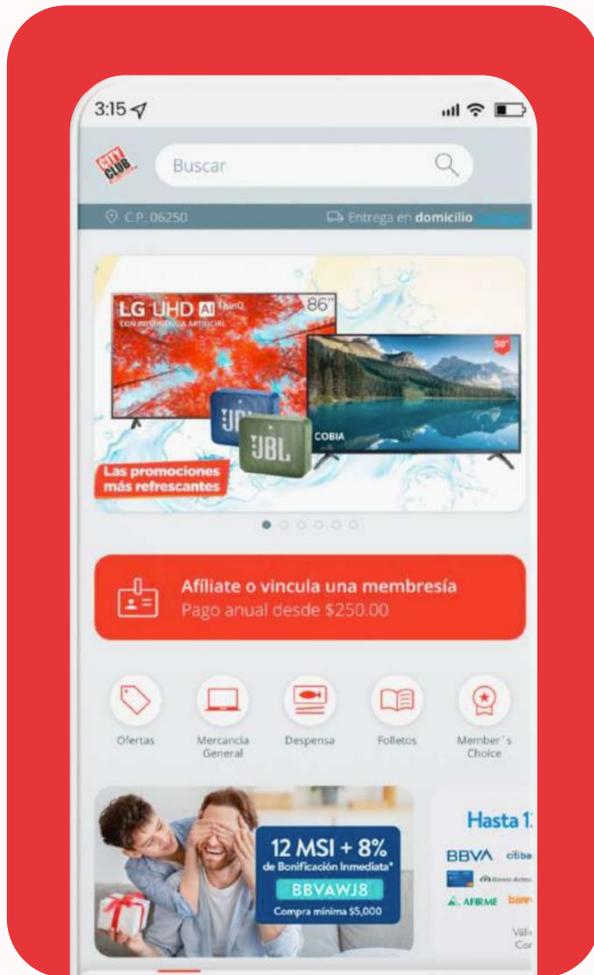
Tasa de recuperación de carritos abandonados

“

En nuestro modelo de negocio, dependemos de si un socio cuenta o no con una afiliación activa, así como de si existen otras afiliaciones adicionales. También llevamos el registro de cuáles afiliaciones se hicieron para uso personal o profesional. CleverTap nos ayudó a localizar y segmentar cada público dentro de nuestra base de datos, además de permitir el seguimiento de las actividades para mejorar el alcance y la retención.

”

FERNANDA QUINZÁ, OWNED MEDIA MANAGER @ SORIANA



Próximos pasos

En los próximos meses, City Club planea seguir invirtiendo en acciones de adquisición y retención, además de explorar nuevas funcionalidades dentro de la plataforma de CleverTap.

“

Sinceramente, todos los días me sorprende al descubrir una funcionalidad que ni siquiera imaginaba que existía, pero que, al implementarse, puede hacer que la comunicación sea mucho más atractiva.

”

KARLA DELGADO, SUBGERENTE DE MEDIOS PROPIOS DE CITY CLUB