



A Fórmula do Cartão de Todos para Crescer 400% com Marketing de Engajamento

Sobre a empresa

Com mais de 30 milhões de atendimentos realizados, o Cartão de Todos é o maior cartão de descontos do Brasil. Criado para garantir acesso à saúde e educação de qualidade a preços acessíveis, o Cartão de Todos atua com uma proposta social inclusiva, presente em mais de 1.500 municípios em todo o país.

Com soluções voltadas à democratização do bem-estar, a empresa conecta seus mais de 6 milhões de associados a uma ampla rede de clínicas médicas, laboratórios, instituições de ensino, farmácias e estabelecimentos parceiros. Mais do que uma marca, o Cartão de Todos se consolidou como um ecossistema de acesso que transforma a vida de milhões de brasileiros.



Cenário

Antes de contar com uma plataforma robusta de engajamento como a CleverTap, o Cartão de Todos enfrentava limitações operacionais para evoluir suas estratégias de marketing digital. A empresa utilizava uma solução desenvolvida internamente, o que impunha desafios de escalabilidade, pouca flexibilidade para segmentações e dependência constante da equipe de produto para executar campanhas.

A integração de novas soluções também era dificultada pela ausência de recursos dinâmicos e testes automatizados, o que impedia uma evolução rápida nas ativações com base no comportamento dos usuários.

Desafios

Entre os principais desafios estavam a centralização das ações de marketing em outras áreas, a ausência de autonomia para criar e testar campanhas com agilidade, a falta de recursos para personalização de mensagens, além de uma baixa capacidade de segmentação baseada em dados transacionais e de uso.

O marketing precisava de ferramentas que permitissem reduzir o tempo de execução, otimizar jornadas e potencializar o impacto sobre os indicadores de ativação e retenção.



Resultados

Crescimento acelerado impulsionado por engajamento real

Desde a adoção da CleverTap em março, o Cartão de TODOS registrou crescimento acelerado em engajamento, ativação e recorrência de uso. A plataforma se consolidou como canal central de relacionamento e comunicação, impulsionando campanhas segmentadas, jornadas automatizadas e personalização em escala.



**+2MM de
novos MAUs**

de ~470 mil para
+2,4 milhões
(410%)

**150 mil novos
usuários**

usuários impactados
pela jornada de
integração

**20,4% taxa
de conversão**

na jornada de
abandono de
carrinho

**11,32% taxa
de conversão**

na jornada de
marcação de
consultas

+15% CTR

com personalização
de segundo nível
em push

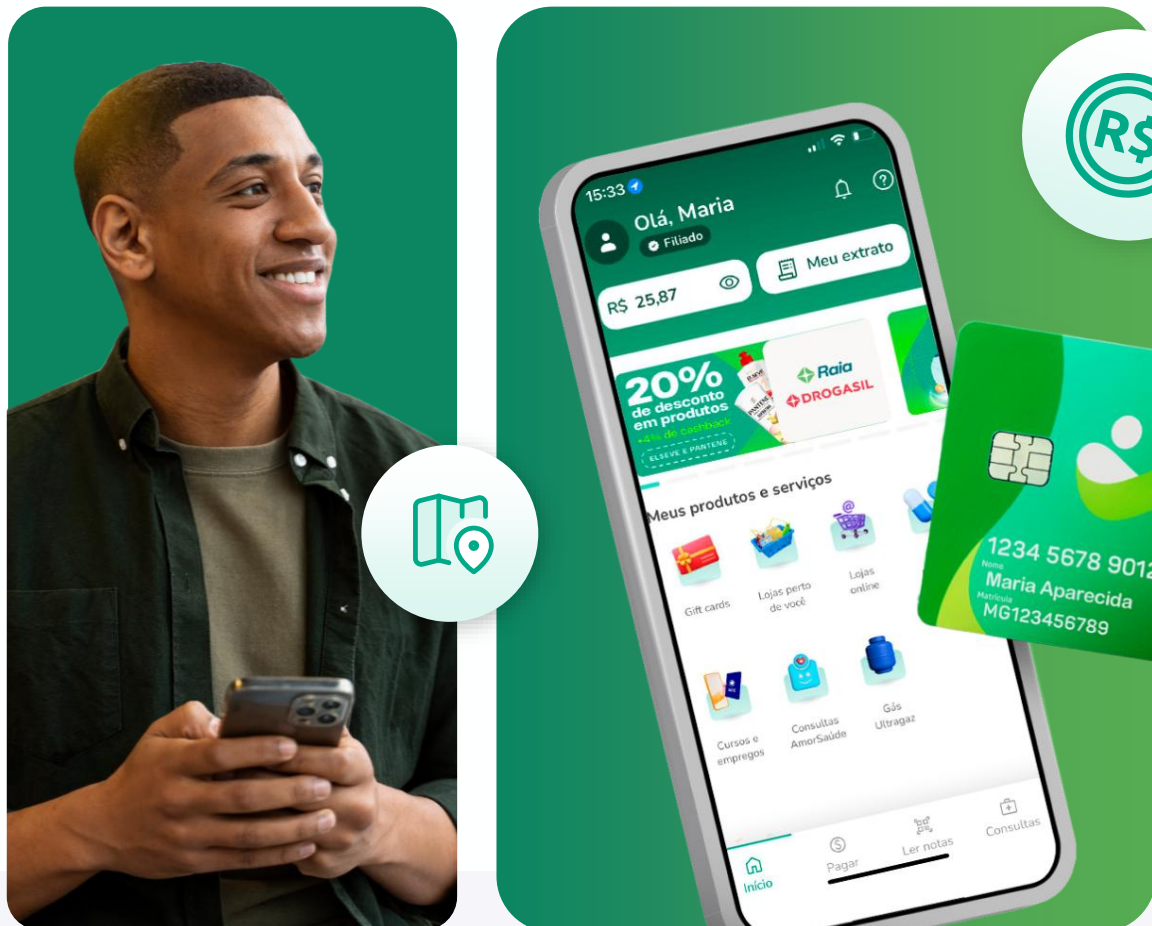
+6,35%

em usuários únicos
líquidos de
cashback

**30x
crescimento
de cliques**

em in-app messages,
chegando a 24,4%
do total





Próximos passos

A Mais Todos pretende integrar cada vez mais a plataforma de engajamento ao seu ecossistema digital, conectando-a com outras soluções como o CRM para enriquecer ainda mais suas segmentações e jornadas. A visão da empresa é ampliar o uso de automações inteligentes, personalização em tempo real e dados comportamentais para escalar suas estratégias com mais precisão.

A CleverTap deve se tornar ainda mais central na operação de marketing da empresa, sustentando a evolução contínua da experiência do cliente e contribuindo para indicadores-chave como retenção, uso recorrente e monetização.