



Pensando em adquirir uma Plataforma
de Engajamento de Clientes?

O Guia Definitivo do Comprador

Índice

Introdução	03
Principais Considerações para uma Infraestrutura de Engajamento Preparada para o Futuro	04
Quais Capacidades Devo Buscar em uma PEC?	06
Essenciais / Indispensáveis	06
Desejáveis	07
Escolhas Estratégicas: Decidindo o que é Ideal para Você	08
Solução Pontual vs. Solução All-in-One	09
Construir Internamente ou Comprar uma Plataforma Existente? O Debate “Construir vs. Comprar”	10
Caso Prático: Escolhendo a Plataforma Certa para o Seu Estágio de Crescimento	11
Como Iniciar o Processo de Compra	15
A Plataforma All-in-One de Engajamento e Retenção de Clientes da CleverTap	18
Estudo de Caso	21
Inicie Sua Jornada de Engajamento com Confiança	22
Anexo I: Checklist de Capacidades da PEC	23
Anexo II: Principais Perguntas para Fazer aos Fornecedores de PEC	27

Introdução

Engajar e reter clientes hoje não é fácil. Embora isso já seja algo bem estabelecido, ainda merece destaque no contexto do marketing moderno.

Por muito tempo, a melhor forma de engajar clientes e mantê-los engajados era gastar mais do que a concorrência e inundar os usuários com descontos, cashback e brindes, na esperança de “comprar” sua lealdade. No entanto, os “dias de crescimento a qualquer custo” já ficaram para trás.

“

Marcell Rosa

General VP LATAM @ CleverTap



Na sua essência, o engajamento e a retenção de clientes são a combinação de estratégias, táticas e da capacidade de transformar clientes transacionais em relacionamentos de confiança e lealdade.

Hoje, as equipes de marketing focadas em engajamento e retenção precisam decifrar e interpretar milhões de necessidades, comportamentos, interesses e intenções individuais em tempo real. Devem desenvolver e executar campanhas multicanais imediatamente para atender a essas necessidades, enquanto provam continuamente o ROI de seus esforços. Somando-se a essa complexidade, há a necessidade de interpretar grandes volumes de dados espalhados por diversas plataformas e soluções, tudo isso sob a pressão constante de agir instantaneamente e operar de forma contínua.

Além disso, as pilhas de martech — com abordagens isoladas e uma infinidade de soluções pontuais — tornaram-se tão complexas que logo irão rivalizar com produtos financeiros derivados em termos de complicação.

Ao mesmo tempo, os clientes não apenas se tornaram mais inteligentes, mas também estão armados com a ferramenta cognitiva mais poderosa que a humanidade já criou.

O que os profissionais de marketing precisam agora não são mais ferramentas, mas a ferramenta certa. Uma Plataforma Integrada de Engajamento do Cliente (PEC) entrega exatamente isso.

A PEC certa pode funcionar como o centro neural das estratégias modernas de engajamento e retenção, por meio da sua capacidade de unificar, orquestrar e operacionalizar o engajamento do cliente em todo o ciclo de vida.

Portanto, se você chegou até aqui, provavelmente está considerando — ativamente ou não — adquirir ou atualizar uma PEC. Nesse caso, este guia é um ótimo ponto de partida.



Principais Considerações para uma Infraestrutura de Engajamento Preparada para o Futuro

No mundo atual, centrado em experiências e impulsionado por IA, o cliente moderno e conectado:

- Quer que as marcas antecipem suas necessidades antes mesmo que ele as manifeste.
- Prefere “puxar” o valor que deseja, em vez de ser “empurrado” por uma agenda de marca.
- Busca assistência imediata, em qualquer canal de sua escolha, sem atrasos, atritos ou esforço.
- Interage de forma fluida e instantânea entre múltiplas equipes e funções.

Mesmo as melhores equipes de marketing podem enfrentar dificuldades para atender consistentemente a essas expectativas e gerenciar como, quando e onde interagem com seus clientes. Os desafios aumentam quando há falta de acesso às ferramentas certas ou de recursos para executar estratégias de forma eficiente.

Embora tudo isso possa ser feito manualmente — analisando grandes volumes de conteúdo e dados, envolvendo desenvolvedores dedicados, conduzindo pesquisas isoladas, revisando planilhas e contando com uma equipe disponível 24/7 — essa abordagem não é escalável nem sustentável.

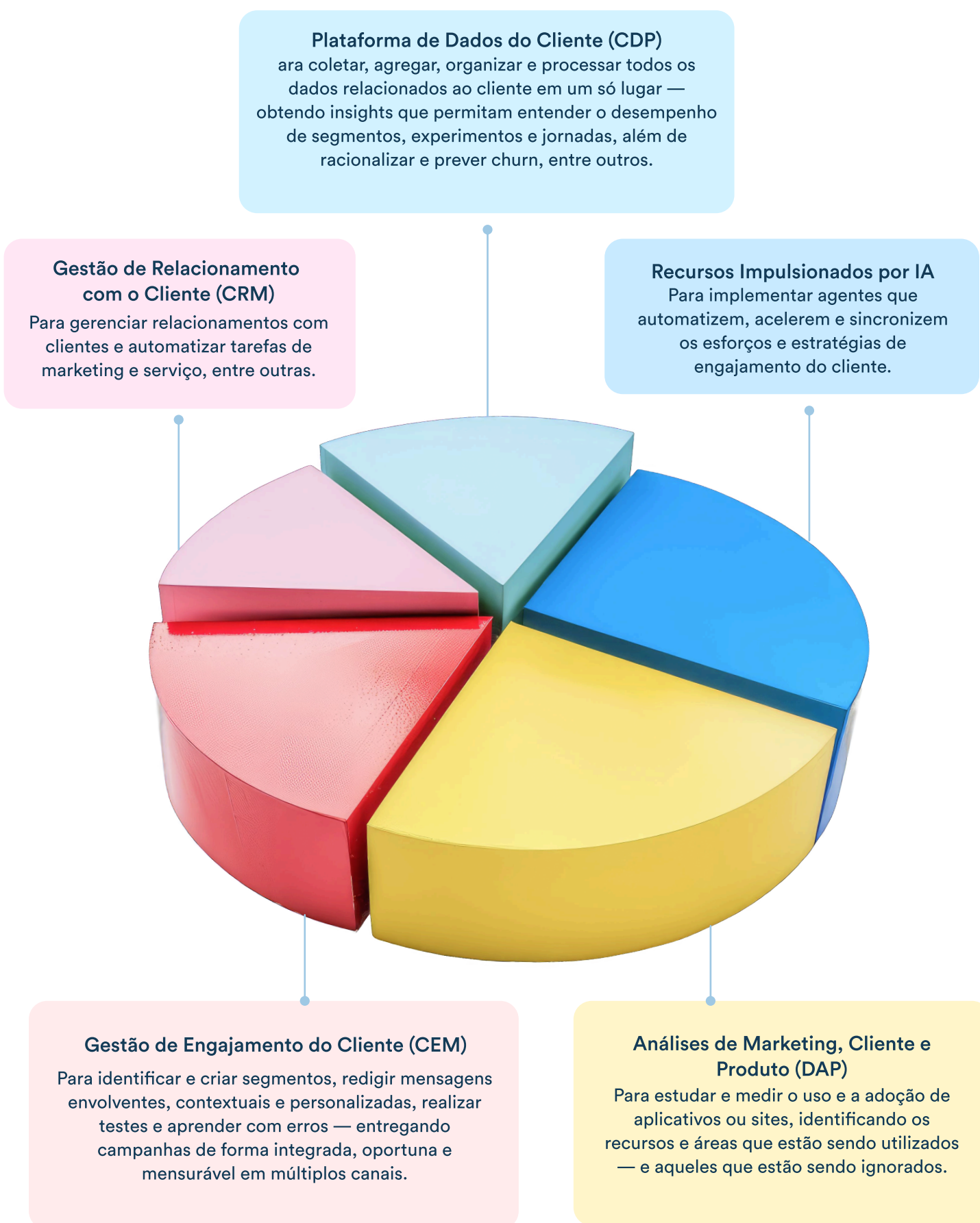


Rahim Penangwala
SVP Product Development, CleverTap

Em 2025, fazer engajamento de clientes manualmente é como tentar esvaziar uma caixa d'água com uma colher de chá — nem tente. Hoje é um mercado voltado para o comprador, então invista em uma solução que realmente entregue seus objetivos.



Portanto, o método mais eficiente e eficaz para atender a essas expectativas e requisitos é que as marcas utilizem uma combinação de:



Quais Capacidades Devo Buscar em uma PEC?

Ao procurar uma PEC, os líderes de marketing devem ter uma compreensão clara de quais capacidades são absolutamente essenciais para elevar o engajamento e a experiência do cliente — e quais são opcionais, especialmente no contexto de restrições orçamentárias e alocação de recursos.

Consulte o Anexo I para a checklist completa de capacidades.

Capacidades Essenciais / Indispensáveis

Se você está avaliando plataformas, certifique-se de que esses itens essenciais façam parte do pacote:



Perfis Unificados de Clientes

Visualize as ações, preferências e histórico de cada usuário ao longo de um período estendido.



GTM Omnicanal

Execute campanhas via e-mail, push notifications, SMS, WhatsApp, intersticiais e muito mais.



Segmentação Inteligente

Agrupe usuários com base em dados demográficos, comportamento, preferências e outros critérios.



Personalização em Tempo Real

Customize cada mensagem com conteúdo relevante e contextual para cada usuário.



Analytics Integrado

Acompanhe o que está funcionando com relatórios intuitivos e fáceis de ler.



Ferramentas de Teste

Execute testes A/B ou multivariáveis para melhorar a performance.



Privacidade e Conformidade de Dados

Mantenha-se em conformidade com regulamentos como GDPR e CCPA.



Funcionalidade Sem Código

Crie, implemente e teste com interfaces intuitivas — sem necessidade de programação.



Integrações

Conecte-se facilmente a todas as fontes de dados e provedores de tecnologia para centralizar informações.

Capacidades Desejáveis

Além do básico, essas capacidades adicionais podem levar você ainda mais longe:

Período de Retrospectiva Multianual: Garanta a disponibilidade de histórico de uso processável ao longo de vários anos, permitindo uma compreensão mais profunda da evolução e das tendências comportamentais dos clientes.

Experiências de Produto: Personalize e diferencie a aparência, o layout e os fluxos de trabalho de apps e sites sem depender das equipes de engenharia.

Templates por Indústria: Comece rapidamente com jornadas pré-construídas específicas para o seu setor.

Motor de Recomendações: Garanta que a plataforma ofereça recomendações de produtos e conteúdos com base no que os clientes têm maior probabilidade de engajar.

APIs Flexíveis: Conecte-se facilmente aos sistemas e ferramentas que você já utiliza.

Sistema de Gestão de Recompensas: Crie, gerencie, distribua e otimize programas de fidelidade e recompensas.

Capacidades de IA Agente: Aproveite agentes impulsionados por IA para automatizar vários aspectos do ciclo de engajamento do cliente, como interações personalizadas, recomendações de produtos e conteúdo contextual, otimizando as próximas ações.



O melhor momento para adquirir uma plataforma de engajamento de clientes foi há seis anos. O segundo melhor momento é agora!

Subharun Mukherjee

Vice President - Product Marketing, CleverTap

Escolhas Estratégicas: Decidindo o que é Ideal para Você

Com necessidades que vão desde a unificação de dados até a orquestração entre canais e a previsão comportamental, muitas marcas se encontram em um ponto de decisão: devem unir múltiplas soluções pontuais, desenvolver uma plataforma internamente ou investir em uma única Plataforma Integrada de Engajamento do Cliente (PEC)? Nesta seção, exploramos as questões práticas que os profissionais de marketing precisam responder ao avaliar uma PEC — desde considerações sobre recursos até decisões de arquitetura, como construir vs. comprar.



Solução Pontual vs. Solução All-in-One

Como mencionado, é necessário contar com diversas capacidades principais, incluindo CDP, CEM, CRM, DAP e recursos impulsionados por IA para garantir um engajamento eficaz. Você pode:

- Combinar múltiplas soluções pontuais, cada uma especializada em uma área específica.
- Usar uma PEC All-in-One, que reúne todas as capacidades em uma única plataforma integrada.

Embora ambas as abordagens possam atender tecnicamente às necessidades do negócio, o modelo de PEC All-in-One oferece vantagens operacionais, estratégicas e financeiras significativas:

CRITÉRIO	SOLUÇÕES PONTUAIS	PEC ALL-IN-ONE
 Tempo de Implementação	Mais rápido devido ao escopo limitado de implementação.	Mais longo devido ao escopo maior e às configurações complexas.
 Consolidação de Dados	Frequentemente fragmentada entre diferentes ferramentas.	Visão unificada do cliente em todo o ciclo de vida.
 Insights sobre o Cliente	Falta de uma visão 360° do perfil do cliente.	Visão completa e histórica de 360° do cliente e de sua jornada em múltiplos pontos de contato.
 Orquestração entre Canais	Complexa, requer sincronização entre várias plataformas.	Orquestração nativa e integrada de forma contínua.
 Custo Total de Propriedade	Alto, devido a licenças, integrações e manutenção.	Mais baixo, com preços integrados e menos custos ocultos.
 Escalabilidade	Difícil de escalar sem adicionar complexidade.	Escala facilmente à medida que as capacidades se expandem.
 Personalização com IA	Difícil de implementar de forma consistente entre os pontos de contato.	IA integrada otimiza o engajamento em tempo real.
 Dependência de TI / Desenvolvimento	Alta, para conectar fluxos de trabalho e gerenciar APIs.	Baixa, permitindo que as equipes de marketing operem de forma autônoma com ferramentas de autoatendimento.

O Debate: Construir vs. Comprar

À primeira vista, desenvolver internamente pode parecer atraente. Você teria controle total, poderia adaptar a solução às suas necessidades específicas e, possivelmente, economizar em taxas de licenciamento. Mas a realidade é bem diferente — especialmente quando se trata de manutenção, escalabilidade, velocidade e valor a longo prazo.

Construir uma PEC é como tentar construir sua própria rede elétrica quando tudo o que você precisa é acender algumas luzes. Comprar uma plataforma significa obter uma solução testada, confiável e completa, que funciona desde o primeiro dia — evitando um desenvolvimento demorado e doloroso, acelerando resultados e permitindo que você se concentre no que realmente importa: seus clientes.

Veja por que adquirir uma PEC confiável e pronta para uso é uma decisão inteligente:

Uso Eficiente de Recursos:

Você economiza tempo, esforço e custos significativos com escopo de requisitos, desenvolvimento interno, testes, manutenção e atualizações.

Menos Complexidade: Uma PEC combina gestão de dados, segmentação, orquestração, analytics, IA e muito mais — tudo pronto para uso. Construir e manter isso internamente é um grande desafio de engenharia.

Retorno Mais Rápido (Time-to-Value): Os ciclos de implementação já foram testados e otimizados, permitindo começar em dias, não meses ou anos. Lançamentos acontecem mais rápido, sem longos períodos de desenvolvimento e configuração.

Foco no Core Business: Permita que sua equipe se concentre em crescimento e inovação, em vez de resolver falhas de entrega, manter APIs ou escalar infraestrutura.

Escalabilidade Comprovada e Inovação Contínua: Aproveite PECs desenvolvidas por fornecedores especializados, que testam suas plataformas globalmente e realizam atualizações regulares — incluindo melhorias de IA e novas funcionalidades — para acompanhar a evolução das necessidades do mercado e dos clientes.

Menor Custo Total de Propriedade: Evite custos ocultos, como desenvolvimento, implementação, infraestrutura, correções e manutenção contínua.

Caso Prático:

Escolhendo a Plataforma Certa para o Seu Estágio de Crescimento

As necessidades de engajamento do cliente variam significativamente de acordo com o porte da empresa, a maturidade dos dados e os recursos disponíveis. Veja como definir sua estratégia de PEC com base em onde seu negócio está hoje — e para onde você quer levá-lo amanhã.



Startups:

Priorizando Velocidade,
Simplicidade e Custo

"Com orçamentos enxutos e uma base de usuários em crescimento, precisamos de uma plataforma que lance rápido, escale com eficiência e mantenha os custos baixos — velocidade, simplicidade e eficiência em um só lugar."

– Founder, FinTech Startup



Resumo do Desafio



Orçamentos limitados, equipes pequenas e bases de usuários relativamente reduzidas dificultam o investimento em grandes plataformas. Startups geralmente precisam agir com rapidez, focando em algumas capacidades essenciais.

Como Isso se Aplica na Prática



Uma empresa em crescimento costuma usar ferramentas básicas para enviar e-mails promocionais e atualizações via WhatsApp. Com menos de 50 mil usuários ativos e pouco histórico de dados, essas empresas concentram-se em 2 ou 3 canais principais. Suas maiores necessidades estão em confiabilidade, rápida implementação e personalização básica — mais do que em análises avançadas ou segmentação baseada em IA.

Nossa Recomendação



Neste estágio, uma solução pontual leve pode ser suficiente. Ela mantém os custos baixos e permite execução rápida. Mas, conforme o negócio cresce e expande múltiplos canais e dados de clientes, essa solução pode se tornar limitada. O ideal é escolher uma plataforma modular e flexível, capaz de evoluir para uma PEC completa conforme o negócio amadurece.

Empresas de Médio Porte:

Conectando Crescimento e Complexidade

"O engajamento entre canais trouxe um milhão de usuários — e também o caos de dados. Uma PEC unificada restabeleceu uma visão única do cliente e a agilidade de campanha que precisávamos para continuar crescendo."

– VP Marketing, Delivery App



Resumo do Desafio

Com o aumento da base de usuários e mais canais de engajamento em operação, as equipes de marketing frequentemente enfrentam dificuldades para unificar dados de clientes e oferecer experiências consistentes.



Como Isso se Aplica na Prática

Um aplicativo que atinge até 1 milhão de usuários mensais envia campanhas por push, SMS, e-mail e in-app. A equipe de marketing busca uma segmentação comportamental mais profunda e automação, mas o uso de múltiplas ferramentas acaba criando silos e inconsistência nos resultados. As jornadas se tornam longas e difíceis de ajustar.



Nossa Recomendação

Este é o ponto de virada em que uma PEC All-in-One se torna essencial. Você precisa de uma plataforma integrada que orchestre jornadas, analise dados em tempo real e segmente com precisão para acompanhar a demanda. Investir em uma solução unificada que combine dados, engajamento e otimização garante eficiência de longo prazo e maior ROI.

Grandes Empresas:

Operando em Escala com Precisão

"Com milhões de clientes ao redor do mundo, apenas uma PEC em nível corporativo une conformidade, personalização e analytics com precisão em escala."

– VP of Marketing and Growth, E-commerce Brand



Resumo do Desafio

Grandes empresas possuem equipes extensas, pilhas tecnológicas complexas e milhões de usuários para engajar — muitas vezes em diferentes regiões, marcas e verticais. Os riscos são altos, e a fragmentação de dados é custosa.



Como Isso se Aplica na Prática

Uma marca global com 20 milhões de usuários gerencia jornadas por e-mail, aplicativo e programas de fidelidade. Usam mais de cinco ferramentas integradas, mas carecem de uma fonte única de verdade. Questões como conformidade, rastreamento de performance e hiperpersonalização entre regiões tornam-se gargalos.



Nossa Recomendação

Neste nível, uma PEC unificada e em escala corporativa é indispensável. Você precisa de automação poderosa, otimização com IA, conformidade regulatória e análises em tempo real. Apenas uma plataforma All-in-One robusta pode oferecer a confiabilidade, inteligência e escalabilidade exigidas por empresas desse porte.

Como Iniciar o Processo de Compra

Escolher a PEC certa é uma decisão estratégica e, como em qualquer aquisição de software empresarial, envolve múltiplas etapas e partes interessadas. Aqui está um resumo das principais fases que as marcas normalmente seguem:

1. Formação da Equipe de Compra

Identifique os principais stakeholders que participarão do processo e crie um comitê multifuncional para representar cada área. Geralmente, isso inclui as equipes de Marketing e Produto como líderes, e TI/Engenharia como coavaliadores. Em empresas mais avançadas, podem ser incluídos os departamentos Jurídico, Financeiro, de Compras e até o Conselho, em alguns casos. Essa equipe será responsável por definir as necessidades, avaliar plataformas e tomar as decisões finais. Enquanto isso, os responsáveis pelas áreas impulsionarão o processo desde o início até a conclusão. Defina claramente quem serão os responsáveis, aprovadores, influenciadores, usuários e suporte.



Por que isso é importante: O engajamento do cliente abrange equipes, ferramentas e canais. Incluir as pessoas certas desde o início garante que todos os requisitos sejam cobertos e que obstáculos sejam evitados.

2. Definição de Metas e Objetivos

A equipe deve alinhar o que deseja alcançar com uma PEC — seja melhorar a retenção, aumentar a ativação, impulsionar personalização, orquestrar campanhas ou integrar canais. Depois de definir as metas, selecione métricas específicas para medi-las e investigue o que cada fornecedor oferece nesse sentido.



Por que isso é importante: Objetivos claros direcionam o foco e permitem mensurar o ROI. Eles também ajudam a identificar quais recursos são realmente necessários.

3. Levantamento de Requisitos e Criação de Checklist

A próxima etapa envolve listar requisitos técnicos, funcionais e de negócios — desde recursos essenciais (como orquestração de jornadas, segmentação e analytics) até diferenciais (como capacidades de IA, templates prontos, amplitude de canais, etc.), além de aspectos de segurança e conformidade (como controle de acesso e SSO).



Por que isso é importante: Esse checklist serve como seu guia durante a avaliação de fornecedores, garantindo que a comparação entre plataformas seja feita com base no que realmente importa para o seu negócio.

Consulte o Anexo I para o checklist completo de capacidades.

4. Exploração de Soluções Disponíveis

Comece identificando e pesquisando fornecedores, participando de demonstrações, analisando estudos de caso e revisões, e buscando recomendações de colegas e analistas. Essa é uma fase ampla, voltada a entender o que o mercado oferece. Análises de plataformas, relatórios de analistas e recomendações de pares são ótimos pontos de partida. Pesquisas, demonstrações e eventos do setor também ajudam a mapear as opções existentes.



Por que isso é importante: Você terá uma visão geral do cenário — quem são os líderes em cada área, quais diferenciais existem e como as plataformas se alinham aos seus requisitos, estratégia de marketing e metas.

5. Seleção e Curadoria de Fornecedores

Com base em adequação, funcionalidades, preço e compatibilidade, reduza suas opções para duas ou três empresas. RFPs (solicitações de proposta) ou questionários são comumente utilizados nessa fase. Entre em contato com os fornecedores e agende demonstrações e sessões de discussão. Envie o checklist e os critérios definidos anteriormente para comparação e avaliação final.



Por que isso é importante: Ter uma lista curta de fornecedores permite aprofundar as conversas sobre integrações, suporte e escalabilidade, além de iniciar negociações mais direcionadas e produtivas.

6. Avaliação e Consolidação de Consenso

Realize POCs (provas de conceito), testes-piloto ou análises técnicas detalhadas para validar as capacidades da plataforma. Os stakeholders avaliam os resultados, comparam descobertas e, juntos, definem a melhor solução.



Por que isso é importante: Incluir todos no processo aumenta a confiança na decisão e garante alinhamento organizacional — especialmente em plataformas de grande impacto e longo prazo, como uma PEC.

7. Aquisição e Aprovação Final

Após escolher o fornecedor ideal, negocie termos, finalize preços, garanta a conformidade e obtenha a aprovação executiva ou do comitê.



Por que isso é importante: Essa fase define o tom para o onboarding. Um processo de compra fluido acelera o time-to-value e garante um início sólido com o novo parceiro.

Etapa Final Opcional: Onboarding e Ativação

Embora não faça parte direta da decisão de compra, é uma fase crucial. Planeje cronogramas de implementação, defina responsáveis internos e alinhe os objetivos de go-live junto à equipe de sucesso do fornecedor.

Adquirir uma Plataforma de Engajamento do Cliente vai muito além de marcar um item em uma lista — é uma missão estratégica que exige liderança unificada. Somente por meio de envolvimento coletivo, apoio executivo, avaliação minuciosa de fornecedores e testes de produto é possível garantir uma solução que realmente eleve o seu negócio.

Plataforma All-in-One de Engajamento e Retenção de Clientes da CleverTap

A CleverTap é uma plataforma All-in-One de engajamento e retenção de clientes, desenvolvida para ajudar marcas a desbloquear um LTV (Lifetime Value) ilimitado.

Ela integra uma infraestrutura de dados robusta com analytics em tempo real, engajamento hiperpersonalizado e omnicanal, além de inteligência impulsionada por IA — tudo em um único ecossistema ágil. Atende mais de 2.000 marcas globais nos setores de serviços financeiros, e-commerce, streaming, games e muito mais.



Para empresas que buscam elevar a retenção de clientes, aumentar o LTV e operar com precisão de marketing em escala, a CleverTap entrega valor incomparável — com eficiência, inteligência e em tempo real. Veja o que diferencia a CleverTap de outras plataformas de engajamento de clientes:

1. Plataforma de Dados do Cliente (CDP)

O banco de dados proprietário da CleverTap, TesseractDB™, foi desenvolvido especificamente para engajamento e retenção em grande escala, com alta precisão. Ele oferece:

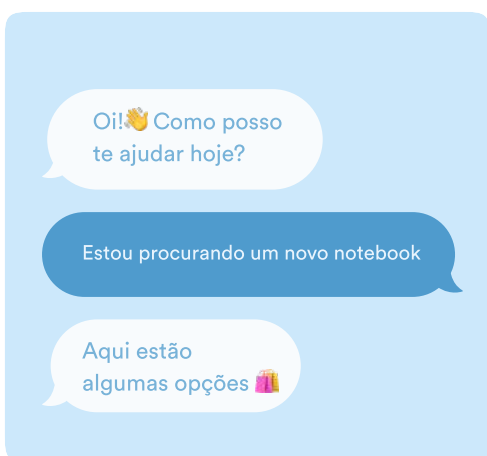


- Dados ilimitados por usuário: até 10.000 eventos por usuário por mês, armazenados por até 10 anos.
- Perfis unificados de cliente: agrega dados de aplicativos, web e fontes offline para criar uma identidade holística do usuário.
- Ingestão e consulta em tempo real: permite segmentação de usuários, análises de coortes e decisões instantâneas — tudo diretamente da IA, sem atrasos.

Esse armazenamento profundo e de longo prazo garante que as empresas nunca percam o contexto comportamental, um fator essencial para a hiperpersonalização de alto impacto.

2. Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM)

A CleverTap vai além dos sistemas tradicionais de CRM, incorporando capacidades impulsionadas por IA à sua infraestrutura de engajamento:

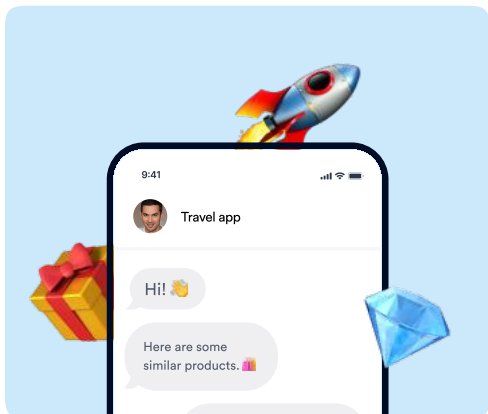


- Gerenciamento de identidade: rastreia com precisão sessões e ações de usuários, inclusive perfis anônimos e logados, usando identificadores como e-mail ou número de telefone.
- Automação do ciclo de vida: gerencia relacionamentos em cada estágio — desde o onboarding até a reativação — prevenindo churn e incentivando o retorno.
- CRM para marketing moderno: integra perfeitamente mensagens, analytics e personalização, oferecendo uma visão unificada para equipes de marketing e produto.

Essa abordagem consolidada elimina silos, empodera as equipes e garante experiências coesas ao cliente.

3. Gestão de Engajamento do Cliente (CEM)

A CleverTap capacita marcas a engajar usuários em mais de 15 canais, entregando experiências contextualmente relevantes no momento certo. Suas funcionalidades incluem:

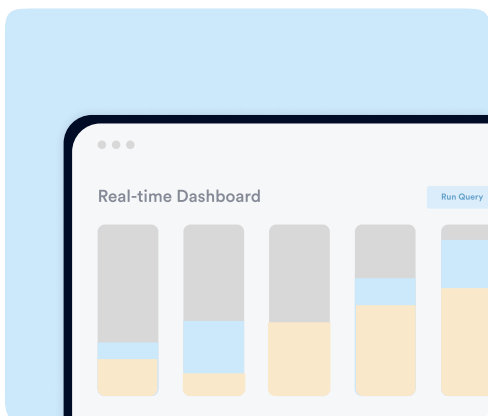


- Canais como: mensagens in-app, RCS, SMS, push notifications, web messaging e WhatsApp.
- RenderMax™: tecnologia que aumenta em até 90% as taxas de entrega de push notifications, especialmente em dispositivos OEM onde falhas são comuns.

Orquestração visual: ferramentas como Journeys e Campaigns permitem criar jornadas, testar variações (A/B) e executar campanhas omnicanal, aumentando o engajamento e a retenção enquanto reduzem o churn.

4. Análises de Marketing, Clientes e Produtos

Os recursos de analytics da CleverTap são granulares e acionáveis:

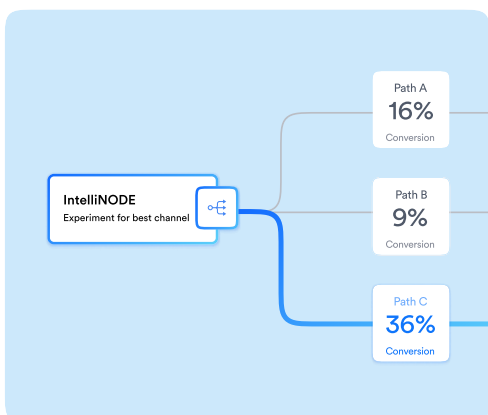


- Funis, Coortes, Análises RFM e Relatórios Dinâmicos: identificam quedas de engajamento, usuários inativos e pontos ideais de contato.
- Dashboards em tempo real: fornecem insights imediatos sobre taxas de atividade, impacto de campanhas e conversão.
- Recursos de IA como o Real Impact: atribuem receita e engajamento diretamente às campanhas, melhorando o ROI de marketing.

Essas ferramentas permitem que as equipes tomem decisões informadas com agilidade, baseadas em dados.

5. Recursos Impulsionados por IA

O conjunto Clever.AI da CleverTap introduz automação inteligente em todos os fluxos de engajamento:



- IntelliNODE: otimizador de jornadas em tempo real que testa e ajusta automaticamente caminhos para maximizar conversões.
- Scribe: gerador de conteúdo emocionalmente inteligente que cria mensagens e campanhas personalizadas com base no sentimento do público.
- Segmentação Baseada em Intenção: prevê ações futuras (como churn ou compra) e prescreve estratégias ideais com base na probabilidade de ocorrência.

Essas capacidades de IA ampliam a personalização, asseguram campanhas otimizadas e impulsionam resultados mensuráveis.



ESTUDO DE CASO: Como a Vodafone alcançou

15% de aumento
no CTR **3x** mais
engajamento

A gigante global de telecomunicações Vodafone buscava uma solução de marketing mobile que ajudasse a engajar usuários com mensagens contextuais e oportunas em múltiplos pontos de contato. Seu principal objetivo era claro: aumentar a retenção, oferecer valor imediato, reduzir custos de aquisição e maximizar o LTV. Para atingir essa meta, a empresa escolheu a CleverTap como sua plataforma de engajamento com o cliente. Os resultados foram impressionantes:



Melhora no Engajamento de Usuários: Com as notificações da CleverTap, as campanhas de onboarding da Vodafone tiveram um aumento de 15% na taxa de cliques (CTR) e quase 3x mais engajamento, impulsionando a fidelidade à marca e o valor do cliente no longo prazo.



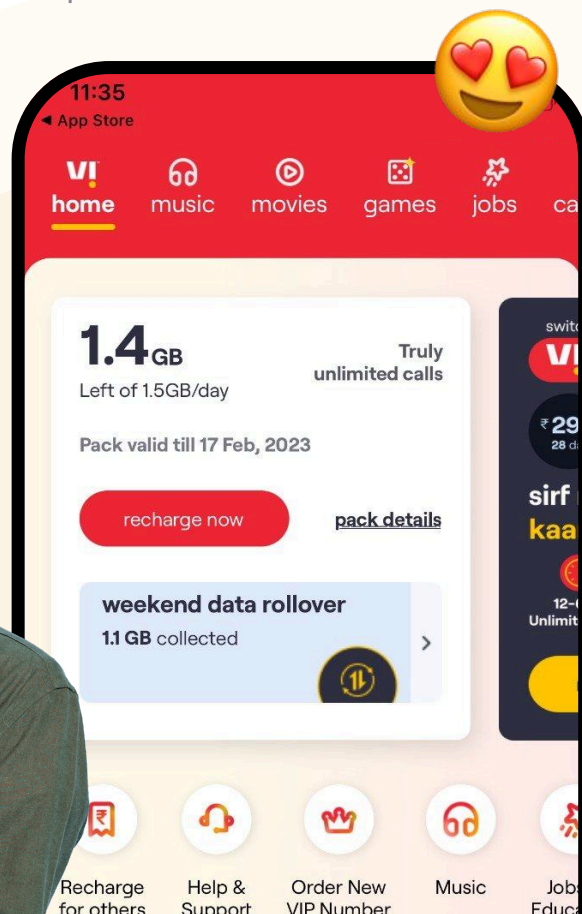
Insights Comportamentais para Reduzir Fricções: A equipe da Vodafone conseguiu visualizar exatamente onde e como os usuários navegam no app, além de identificar quais ações levam a desinstalações. Isso permitiu minimizar pontos de fricção e otimizar os caminhos até a conversão.



Monitoramento de Desinstalações em Tempo Real & Campanhas de Reconquista: O sistema de tracking pronto para uso da CleverTap ajudou a Vodafone a monitorar desinstalações e taxa de churn, permitindo executar campanhas direcionadas de reconquista e mensurar o sucesso em tempo real.



Analytics Avançados para Marketing Orientado por Dados: Métricas granulares permitiram que a Vodafone segmentasse usuários para observar seu comportamento e taxa de retenção, otimizando promoções e criando campanhas mais eficazes.



Comece Sua Jornada de Engajamento com o Cliente com Confiança

Esperamos que este Guia do Comprador tenha proporcionado a clareza e direção necessárias para escolher a Plataforma de Engajamento com o Cliente ideal para o seu negócio. No cenário atual, que muda rapidamente, engajar e reter clientes é mais desafiador — e mais crucial — do que nunca. Com comportamentos em constante evolução, expectativas crescentes e a demanda por engajamento em tempo real, você precisa de uma plataforma que não apenas acompanhe, mas ajude você a se manter à frente.

Na CleverTap, ajudamos marcas líderes de diversos setores e regiões a oferecerem experiências personalizadas, inteligentes e escaláveis de engajamento que geram crescimento real para os negócios. Esteja você aprimorando sua estratégia atual ou construindo sua estrutura de engajamento do zero, estamos aqui para guiar cada passo do caminho.

Vamos desbloquear juntos uma nova onda de crescimento por meio de conexões mais profundas, engajamento mais inteligente e maior LTV.



Tem dúvidas? Precisa de orientação?

Estamos a apenas uma conversa de distância. Vamos construir algo exPECcional juntos.

Checklist de Capacidades de uma PEC

Principais capacidades, suporte, segurança, conformidade e expertise que um fornecedor de PEC deve oferecer:

CAPACIDADE	OBRIGATÓRIO	DESEJÁVEL
Conhecimento e Expertise no Domínio	• Líderes de pensamento estabelecidos em Engajamento com o Cliente • Reconhecido como líder do setor por empresas independentes de pesquisa de mercado • Histórico comprovado de implementações bem-sucedidas	• Casos de uso específicos por setor ou soluções verticalizadas • Base de clientes global/suporte à localização
Treinamento e Suporte	• Suporte à implementação • Treinamento para facilitar a navegação e adoção • Central de conhecimento de autoatendimento com documentação detalhada (com IA) • Suporte durante o horário comercial	• Gerente de Sucesso do Cliente (CSM) dedicado • Suporte disponível 24/7 (chat, e-mail, telefone)
Permissões e Segurança	• Acesso e permissões baseadas em função • Single Sign-On (SSO) • Autenticação multifator • Logs de auditoria e rastreamento de atividade • Controles de residência de dados • Gestão de consentimento/opt-in	• Acesso e permissões baseadas em função com granularidade
Privacidade de Dados	• Controles de residência de dados • Criptografia de dados em repouso e em trânsito • Mascaramento e tokenização de dados pessoais (PII)	• Arquivamento de mensagens • Ferramentas de gestão de consentimento
Conformidade	• Leis, regulamentos e normas aplicáveis (ISO 27001, AICPA SOC 2, GDPR, entre outros) • Declarações de conformidade do fornecedor (TPISA/TRA)	• Arquivamento de mensagens • Políticas personalizadas de retenção de dados • Relatórios de divulgação • Conformidade específica por setor (CCPA, HIPAA, EEE, etc.)

CAPACIDADE	OBRIGATÓRIO	DESEJÁVEL
Flexibilidade e Escalabilidade da Plataforma	• Capacidade de escalar (mensagens, dispositivos e eventos) • Suporte em nuvem • Integrações com provedores de SMS, e-mail, WhatsApp BSP etc.	• Configuração de nuvem privada/dedicada • Funcionalidade sem código • Roadmap para inovações de produto/plataforma • Modelos de precificação flexíveis (por MAU ou uso de dados) • Ferramentas multilíngues de personalização
Dados do Cliente & Analytics	• Perfil 360° do cliente com dados em tempo real e históricos • Rastreamento de identidade entre dispositivos e unificação de dados anônimos • Ingestão de dados via integrações com múltiplas plataformas, apps e ferramentas • Capacidades analíticas para medir retenção, recompra, engajamento, desistências, performance de campanhas etc. • Monitoramento e relatórios de métricas-chave • Análise e visualização da jornada do usuário	• Histórico de dados superior a 3 anos para personalização profunda • Granularidade de dados: +1000 pontos por usuário/mês
Segmentação & Direcionamento	• Microsegmentação baseada em ações, dados comportamentais e interesses em tempo real • Segmentação por RFM	• Segmentação preditiva com IA • Visualização com interface de arrastar e soltar • Geofencing para engajamento por localização
Personalização & Otimização	• Personalização de conteúdo em tempo real com base no comportamento e preferências	• Campanhas hiperpersonalizadas aproveitando todo o contexto do usuário

CAPACIDADE	OBRIGATÓRIO	DESEJÁVEL
	Mensagens de campanha em vários idiomas	- Otimização de horário de envio por usuário com base em modelos preditivos de engajamento - Ferramentas nativas para personalização dinâmica de conteúdo web - Roteamento automático de usuários para as jornadas de melhor desempenho usando IA - Assuntos e mensagens emocionalmente inteligentes gerados por IA - Nudges web personalizados para reengajar usuários anônimos ou inativos
Execução & Testes de Campanhas	- Testes A/B e multivariados para conteúdo, horário e canais - Campanhas cross-channel com fluxos personalizados ou prontos - Campanhas acionadas em tempo real por ações ou inações do usuário - Monitoramento em tempo real de ROI, entrega, engajamento e conversão - Controle de frequência e gestão de fadiga - DND (não perturbe) global e localizado	
Orquestração Omnicanal	- Jornadas coesas entre canais (e-mail, SMS, push, in-app, web, WhatsApp, RCS e outros) - Templates prontos para web, e-mail, push e mais - Ramificações de comportamento (lógica SE/ENTÃO)	- AMP para e-mails interativos - Mensagens no WhatsApp com mídia, botões e personalização em tempo real - Renderização de notificações push em dispositivos OEM

CAPACIDADE	OBRIGATÓRIO	DESEJÁVEL
Automação	• Gatilhos inteligentes para envio automático de mensagens e notificações personalizadas • Construtor automatizado de jornadas para onboarding, ciclo de vida e fluxos de reativação entre canais	• Acompanhamento automatizado de metas dentro das jornadas
Capacidades de IA	• Capacidades relevantes de IA, como: Gerador de conteúdo emocionalmente inteligente. Otimizador de jornadas. Segmentação baseada em intenção (já incluídas nas categorias anteriores)	• Modelos de predição de churn • Análises baseadas em prompts • Agentes de IA

Principais Perguntas para Fazer aos Fornecedores de Plataformas de Engajamento com o Cliente (PEC)

GESTÃO DE DADOS

Modelo de Dados	Como vocês coletam e armazenam metadados complexos de cada contato, como comportamento, interesses e histórico de navegação? Há algum custo associado à captura e armazenamento desses dados?
Criação de Campos	Os campos de dados podem ser personalizados para atender necessidades específicas? Existem limites?
Limites de Armazenamento de Dados	Existe um limite para a quantidade de dados que pode ser armazenada? Há algum custo adicional associado a isso?
Retenção de Dados	Onde nossos dados são armazenados? Por quanto tempo são retidos? Quais medidas ou políticas se aplicam para a retenção de dados além desse limite?
Custo de Importação	Como posso importar meus dados para a plataforma – método, formatos, prazos, automatizado versus manual? Existem restrições ou custos associados a isso?
Custo de Exportação	Como posso exportar meus dados da plataforma – método, formatos, prazos, automatizado versus manual? Existem restrições ou custos associados?
Backup de Dados	Como nossos dados são armazenados em backup? Quais procedimentos são seguidos em caso de recuperação de desastres?

SEGMENTAÇÃO

Geral	Você oferece os seguintes tipos de segmentação? • Demográfica • Comportamental • Em tempo real • Personalizada / gerada pelo usuário • Baseada em intenção • Baseada em clusters • Ciclo de vida • RFM • Tecnográfica • Outras
-------	---

CANAIS

Geral

Quais são os diversos canais suportados pela sua plataforma?

- Email
- SMS
- WhatsApp
- Push (Android, iOS, web)
- In-App
- Mobile
- RCS
- VoIP
- App Inbox
- Redes Sociais
- Outros

CANAIS – EMAIL

ESP

Vocês oferecem serviços de ESP? A plataforma tem capacidade para funcionar com outros ESPs?

CANAIS – SMS

SMS

Vocês oferecem serviços de SMS? A plataforma tem capacidade para funcionar com outros provedores de SMS?

Tipo de Mensagem

Como vocês lidam e diferenciam SMS de marketing e SMS transacionais?

Verificação
Telefônica

Vocês oferecem suporte a autenticação em dois fatores via SMS para login de usuários?

CANAIS – MOBILENotificações
Push Mobile

A plataforma oferece suporte a notificações push mobile nativas? Como?

Notificações In-App

A plataforma oferece suporte a mensagens in-app nativas? Como?

CANAIS - WEB

Notificações Push Web	Sua plataforma oferece suporte para envio de notificações push via web? Como isso funciona?
Mensagens no Navegador	Sua plataforma oferece suporte para mensagens dentro do navegador? Como isso funciona?

SISTEMA DE GERENCIAMENTO DE CONTEÚDO (CMS)

Gerenciamento de Ativos	Como você gerencia e organiza os ativos/recursos de marketing dentro da plataforma? É possível trabalhar com formatos variados como PDFs, MP4, etc.?
Metadados	É possível armazenar metadados não relacionados ao usuário (ex.: informações de produto, restaurantes, etc.) na plataforma para uso em templates?

ORQUESTRAÇÃO DE CAMPANHAS OMNISCANAL

Gatilhos de Jornada (Journey Triggers)	Quais são os tipos de gatilho que podem iniciar uma jornada?
Templates Padrão (Preset Templates)	Vocês oferecem templates prontos? É possível criar templates personalizados? Existem limitações?
Suporte a Multimídia	A plataforma oferece suporte a formatos ricos de mídia/mensagens multimídia?
Gatilhos de Terceiros (Third-Party Triggers)	É possível usar gatilhos de terceiros? O que é suportado?
Webhooks	As jornadas podem acionar chamadas de API (Webhooks) para outras ferramentas?
Testes A/B	A plataforma oferece suporte a testes A/B?
Testes Multivariados	É possível testar múltiplos componentes dentro de uma jornada?
Editável (Editable)	As jornadas/campanhas podem ser editadas após já terem sido lançadas? Podemos fazer alterações durante a execução?
Assistência de Jornada com IA (Journey Assist)	Quais recursos de IA generativa a plataforma oferece para apoiar a criação de jornadas?

Implantação de Campanhas

Sua plataforma oferece recursos de implantação com IA, como:

- Otimização do horário de envio
- Limitação de frequência (Throttling)
- Próxima melhor ação (Next best action)
- Segmentação preditiva
- Recomendações de produtos e conteúdos
- Outros

Múltiplos Idiomas

Sua plataforma permite criar conteúdo e executar campanhas em vários idiomas?

ANÁLISE E RELATÓRIOS

Relatórios de Campanhas

A plataforma oferece relatórios no nível de campanha?

Análise de Jornadas

É possível rastrear a performance das jornadas dos usuários?

Métricas

A plataforma captura métricas-chave, como taxas de entrega, taxas de abertura, cliques, abandonos no funil, abertura por bots, rejeições, spam, cancelamentos de inscrição, etc.?

PLATAFORMA

Funcionalidade de IA

Quais funcionalidades, recursos e capacidades com IA a plataforma oferece?

Sandbox

A plataforma oferece suporte a múltiplos ambientes de sandbox?

Integrações

Vocês fornecem integrações com ferramentas internas/terceirizadas usadas por nós? Como elas são gerenciadas?

Suporte a Idiomas

A interface da plataforma oferece suporte a múltiplos idiomas?

Configuração Remota

A plataforma permite configurações remotas?

PREÇOS

Modelo de Precificação

Qual é a estrutura de preços da plataforma? (taxa única, assinatura, etc.)

Faixas de Preço (Pricing Slabs)

Vocês oferecem faixas de preços? Quais são os critérios e os limites mínimos para cada faixa?

Add-Ons

Existe alguma cobrança adicional para importação/exportação de dados, treinamentos, integrações, base de usuários, white label, etc.?
Existem limites para as capacidades do produto?

INFRAESTRUTURA

Disponibilidade & SLAs

Quais são seus SLAs operacionais de TI? (tempo de atividade, tempo de inatividade, tempo de resposta, categorização de consultas). Favor fornecer uma lista de todas as interrupções e/ou incidentes ocorridos nos últimos 12 meses.

Manutenção & Releases

Com que frequência ocorrem manutenções e atualizações? Como os clientes são notificados sobre elas?

Cloud Tenancy

Vocês oferecem instância dedicada, compartilhada ou outro modelo de hospedagem em nuvem?

SEGURANÇA & CONFORMIDADE

Segurança de Aplicação & Dados

Como está estruturado o seu framework de segurança de dados e aplicações?

Resposta a Incidentes

Quantas violações de segurança ocorreram nos últimos 12 meses?
Qual é o processo de resposta em caso de incidente?

Histórico de Auditorias

Forneça os resultados das auditorias de segurança externas mais recentes e explique como as vulnerabilidades encontradas foram resolvidas.

Acesso de Usuário

Quais perfis de usuário sua plataforma oferece suporte?
Quais são as permissões e capacidades de cada perfil?

Conformidade

Informe os detalhes de todas as leis, normas e regulamentações com as quais o produto está em conformidade.

SUPORTE

Suporte ao Cliente

Que tipo de suporte ao cliente vocês oferecem?
Existem diferentes níveis de suporte? O que está incluído em cada um?
O suporte é local (mesmo país ou in loco)?
Quais idiomas estão disponíveis no suporte?
Quais são seus SLAs para atendimento de tickets?

IMPLEMENTAÇÃO

Migração de Dados	Como vocês auxiliam os clientes na transferência de dados e ativos durante a migração de plataforma?
Implementação	Forneça uma explicação detalhada do processo de implementação.
Treinamento	Quais são os formatos oferecidos para o treinamento? Esse serviço é cobrado?
Tempo para Valor	Quais são os prazos de implementação?

SUCESSO DO CLIENTE

Gestão de Contas	Que tipo de gestão de contas vocês oferecem? O que está incluído? Em média, quantos clientes cada gerente de contas atende?
Revisões de Conta	Qual é a frequência das revisões de conta? Elas são mensais, trimestrais ou anuais?
Comunidade de Clientes	Vocês possuem uma comunidade de clientes?

ROADMAP DE PRODUTO

Geral	Vocês possuem um roadmap de produto para o próximo ano?
Comunicação de Mudanças	Como vocês comunicam mudanças e atualizações do produto?

PERFIL DA EMPRESA

Detalhes da Empresa	• Qual é a estrutura de financiamento? • Vocês possuem presença global? • Onde estão baseados seus executivos? • Quem são os promotores da empresa?
Referências	Favor fornecer 3 referências de clientes existentes.



A CleverTap é a principal plataforma all-in-one de engajamento com o cliente, ajudando marcas a desbloquear um valor de vida útil ilimitado. A CleverTap é confiável por mais de 2.000 marcas como Decathlon, Domino's, Levis, Jio, Emirates NBD, Puma, Croma (uma empresa Tata), Swiggy, SonyLIV, Axis Bank, AirAsia, TD Bank, Ooredoo e Tesco para construir experiências personalizadas para todos os seus clientes. A plataforma é impulsionada pelo TesseractDB™ – o primeiro banco de dados do mundo construído especificamente para engajamento com o cliente, oferecendo velocidade e eficiência de custo em escala.

Com o apoio de investidores de alto nível como Accel, Peak XV Partners, Tiger Global, CDPQ e 360 One, a empresa tem sede em São Francisco e presença em Seattle, Londres, São Paulo, Bogotá, México, Amsterdã, Sofia, Dubai, Mumbai, Bangalore, Singapura, Vietnã e Jacarta.

+2,000 de clientes confiam na CleverTap



Fale com nossos especialistas em retenção de clientes <https://clevertap.com/demo-center/> | marketing@clevertap.com

© 2025 CleverTap. All Rights Reserved.