



Como o Cartão de Todos cresceu 400% com marketing de engajamento e personalização em escala

Indústria Healthtech
Região LATAM
Website www.cartadetodos.com.br/

Recursos utilizados

- Journeys
- Testes A/B
- Mensagens in-app



+2MM de novos MAUs **150K** novos usuários impactados pela jornada de integração **20,4%** taxa de conversão na jornada de abandono de carrinho

Sobre Cartão de Todos

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, atua com uma proposta social inclusiva, presente em mais de 1.500 municípios em todo o país. A empresa conecta mais de 6 milhões de associados a uma ampla rede de clínicas médicas, laboratórios, instituições de ensino, farmácias e estabelecimentos parceiros.

30M+ De Atendimentos Realizados **6M+** De Associados **1.500+** Municípios Com Presença No Brasil



O que Cartão de Todos queria resolver com a CleverTap

- 01** Centralizar e escalar o marketing. 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, com desafios de escalabilidade, pouca flexibilidade para segmentações e dependência constante da equipe de produto.
- 02** Ganhar autonomia e personalização. A integração de novas soluções era dificultada pela ausência de recursos dinâmicos e testes automatizados. Isso impedia uma evolução rápida nas ativações com base no comportamento dos usuários e reduzia a capacidade de personalização das mensagens.

Como Cartão de Todos Aproveitou a CleverTap

Campanhas segmentadas

Com a adoção da CleverTap, o Cartão de Todos passou a impulsionar campanhas segmentadas com base em dados transacionais e de uso. A plataforma se consolidou como canal central de relacionamento e comunicação, permitindo ações mais direcionadas, maior flexibilidade para segmentações e personalização em escala.

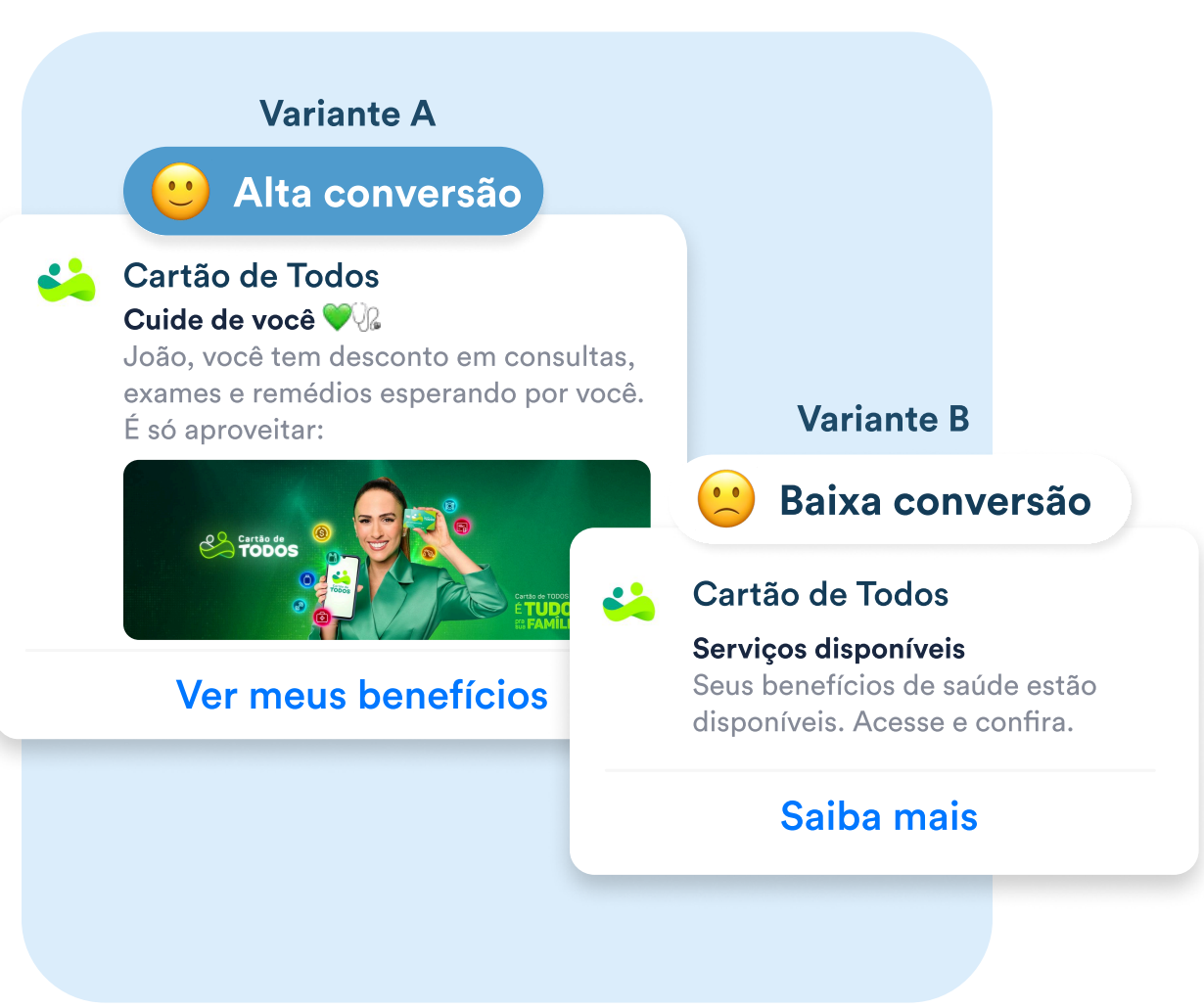


Jornadas automatizadas

A empresa passou a otimizar jornadas automatizadas para reduzir o tempo de execução e potencializar o impacto sobre os indicadores de ativação e retenção. Entre os principais resultados, a jornada de integração impactou 150 mil novos usuários.

Personalização em push

Com recursos de personalização, o Cartão de Todos conseguiu evoluir a comunicação com os usuários. A personalização de segundo nível em push gerou +15% de CTR, fortalecendo a relevância das mensagens e o engajamento com a base.



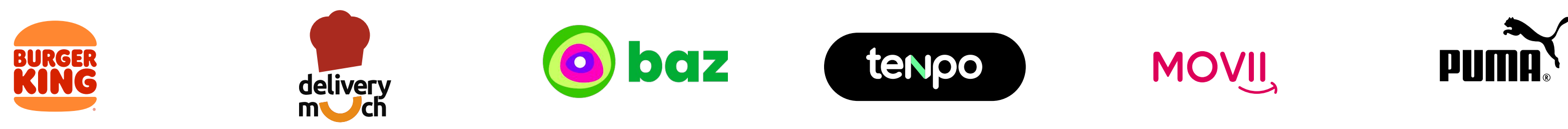
Mensagens in-app

A CleverTap também impulsionou campanhas em mensagens in-app, que alcançaram 24,4% do total e geraram crescimento de 30x em cliques. Esse canal passou a contribuir para ativação, recorrência de uso e relacionamento com os usuários dentro do ecossistema digital.

Resumo & Olhando para o Futuro

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 segmentações e jornadas. A visão da empresa é ampliar automações inteligentes, personalização em tempo real e dados comportamentais para escalar suas estratégias com mais precisão.

Mais de 2.000 marcas confiam na CleverTap para potencializar mais de 300 bilhões de notificações push por mês



Gostou do resultado? Vamos criar o seu juntos.

[Solicitar uma demo](#)