



Como a Delivery Much virou campeã de conversão na Copa do Mundo com CleverTap

Indústria Foodtech | Região LATAM | Website www.deliverymuch.com.br/

Recursos utilizados

- Engajamento omnichannel
- Segmentação em Tempo-real
- Journeys
- Catálogos & Liquid Tags



25% acima da média em reativação de usuários

74% acima da média em ativação

2x mais usuários ativos nos primeiros 5 minutos após os disparos na Copa do Mundo



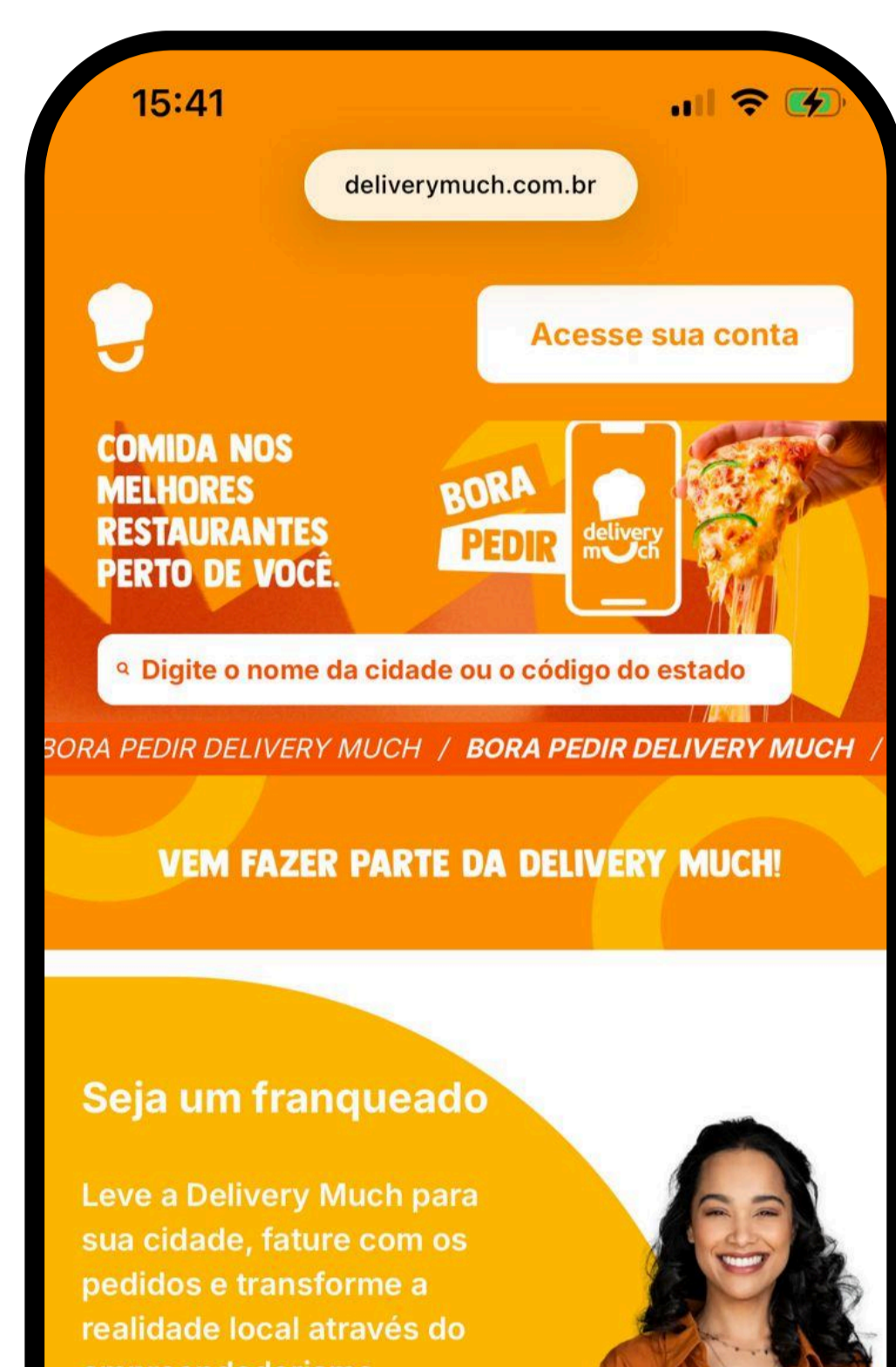
“CleverTap foi essencial para alcançarmos nossos objetivos durante esses eventos específicos. Conseguimos nos comunicar de forma mais assertiva com nossos usuários e oferecer promoções personalizadas de acordo com cada momento.”

Lucas Oliveira
Analista de CRM da Delivery Much

Sobre Delivery Much

A Delivery Much é uma foodtech brasileira que atua no mercado de delivery com foco em cidades do interior, de até 150 mil habitantes. Com um modelo de franquias, a empresa já está presente em mais de 200 cidades. Seu principal diferencial está na comunicação personalizada e bem-humorada, criada para fortalecer o relacionamento com os usuários e tornar a experiência de pedir comida no app mais prática e agradável.

Foodtech brasileira | **+200** Cidades Na Rede | **150K** Habitantes Por Cidade



O que a Delivery Much queria resolver com a CleverTap

01 Conquistar a preferência dos usuários e aumentar a conversão e a reativação de novos usuários eram desafios centrais para a Delivery Much, principalmente em períodos promocionais e de alta concorrência no mercado de apps de delivery.

02 Reforçar a presença da marca em eventos como Copa do Mundo e Black Friday exigia uma comunicação capaz de se destacar em meio a muitos estímulos, com mensagens mais relevantes, criativas e alinhadas ao momento do usuário.

Como Delivery Much Aproveitou a CleverTap

In App e Push segmentados

A Delivery Much utilizou CleverTap com foco em dois canais principais, In App e Push, segmentando diferentes comunicações em diferentes canais e em diferentes momentos da jornada do usuário. Essa estratégia permitiu uma abordagem mais contextual e relevante, ajustando o tipo de mensagem ao estágio de relacionamento com cada usuário.

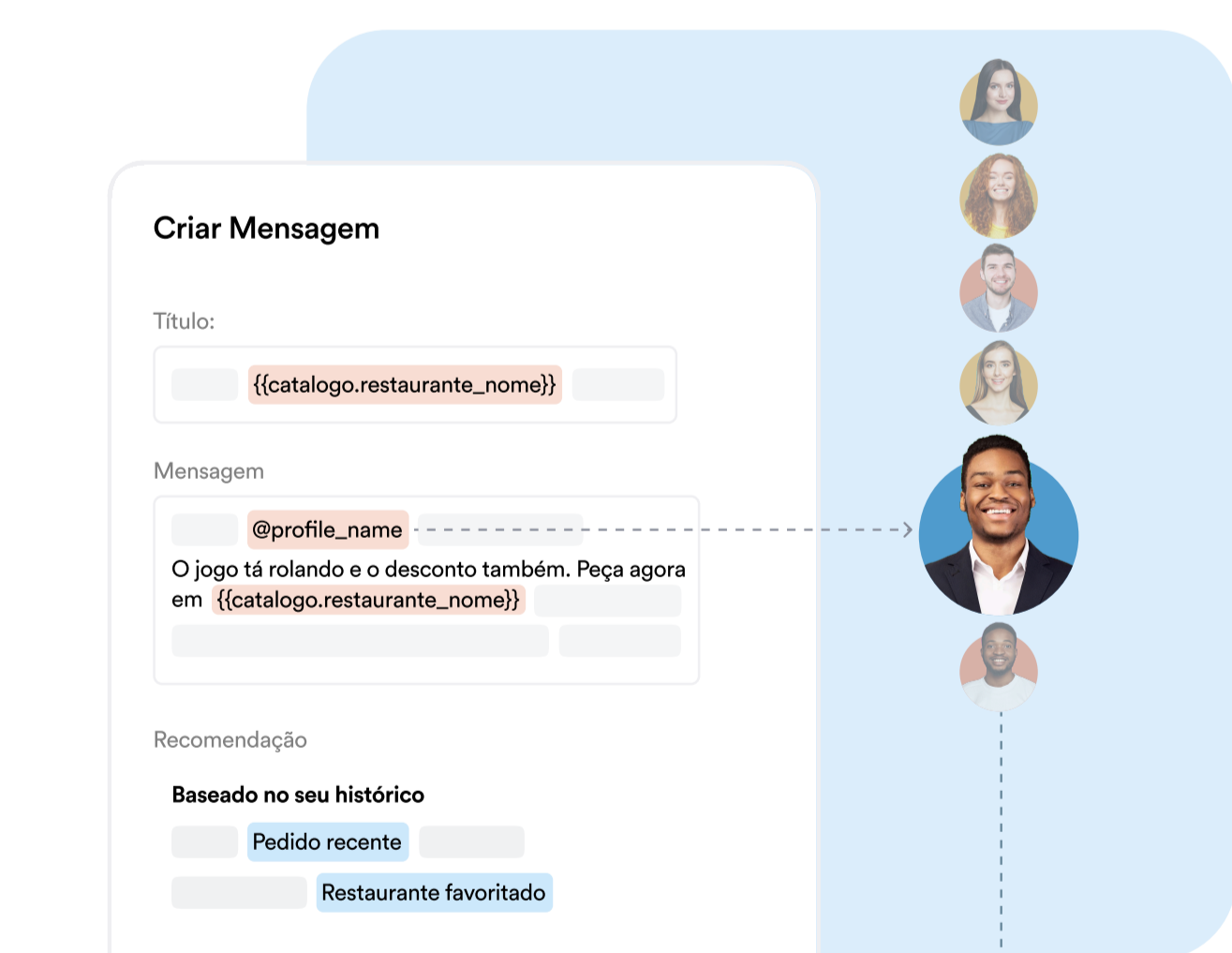


Cupons em tempo real

Durante a Copa do Mundo, a empresa criou uma dinâmica de cupons em tempo real, oferecendo descontos em momentos específicos dos jogos. Em uma das ativações, usou mensagens relacionadas à cultura alimentar japonesa durante os jogos do Japão, direcionando os usuários para listas de restaurantes e pratos específicos no app.

Deep links para ofertas

Na Black Friday, a Delivery Much utilizou deep links para levar os usuários diretamente a banners promocionais e listas de comidas específicas. A proposta foi tornar a navegação mais prática e agradável, reduzindo fricções e facilitando o acesso rápido às ofertas dentro do aplicativo.



Urgência e hiperpersonalização

O core da estratégia reuniu gatilhos de escassez e urgência, mensagens contextuais baseadas nos resultados dos jogos e uma linguagem simples, chamativa e bem-humorada. Com isso, a empresa criou comunicações mais relacionais e hiperpersonalizadas, dando ao usuário a sensação de receber notificações próximas e relevantes.

“Os resultados que obtivemos durante esses eventos foram incríveis. Conseguimos melhorar nossa presença de marca e a interação com nossos usuários de uma forma que nunca tínhamos visto antes.”

Lucas Oliveira
Analista de CRM da Delivery Much



Resumo & Olhando para o Futuro

A Delivery Much pretende continuar utilizando CleverTap em suas estratégias de comunicação e aprimorar ainda mais suas soluções para se destacar em um mercado de delivery cada vez mais competitivo. A empresa quer seguir inovando, fortalecer o relacionamento com os usuários e buscar novas formas de aumentar seu sucesso no mercado.

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

