



Cómo la super app mexicana duplicó la activación de nuevos usuarios a través de la personalización

Industria: **Servicios Financieros** | Región: **LATAM** | Website: **www.baz.app/**

Funcionalidades Utilizadas

- Engagement omnicanal
- Segmentación en tiempo real
- Journeys



100% de aumento en la tasa de conversión

28% de reducción del churn

60% de aumento en eventos transaccionales in-app



“Con CleverTap hemos integrado todos los canales en una única plataforma, optimizando el tiempo de operación de las campañas y permitiéndonos escalar el volumen de campañas. Hemos podido comparar las métricas de los distintos canales y elegir el más adecuado para comunicarnos.”

Alejandro Mendoza
Head of AdOps do baz

Acerca de Baz

Creada en 2020, baz es la primera súperapp de su tipo en México y pertenece a Grupo Salinas. La aplicación reúne servicios financieros, compras, entretenimiento, redes sociales, podcasts, televisión en directo, creación de playlists y alquiler de películas en una sola plataforma, con el objetivo de poner en manos del cliente toda la oferta de valor del Grupo.

2020 Año De Creación

13 millones De Usuarios En Sus Primeros 18 Meses De Operación

2 Millones De Usuarios Conseguídos En Las Primeras 14 Semanas



Lo Que Baz Buscaba Resolver con CleverTap

01

¿Cómo se retiene a tantos usuarios? Con un crecimiento tan rápido, baz enfrentaba problemas de retención de usuarios y aumento del churn. Además, la activación de usuarios era necesaria: muchas personas descargaban baz solo por curiosidad y no realizaban ninguna acción ni transacción dentro de la app.

02

Comunicar diversas funciones con relevancia. Además de gestionar toda la comunicación enviada, uno de los mayores desafíos era proporcionar experiencias de contenido relevantes y atractivas en varios canales. baz necesitaba mejorar el engagement, reducir el churn y llegar a los usuarios por el canal adecuado con mensajes valiosos.

Cómo Baz Aprovechó CleverTap

Canales en una plataforma

Después de iniciar un estudio del comportamiento de sus usuarios, el equipo de Growth de baz comenzó a utilizar CleverTap para enviar notificaciones push, crear journeys y campañas automatizadas, además de generar audiencias mediante herramientas de segmentación y maximizar la tasa de conversión. Con CleverTap, el equipo integró todos los canales en una única plataforma, optimizó el tiempo de operación de las campañas, escaló su volumen y comparó métricas para elegir el canal más adecuado.

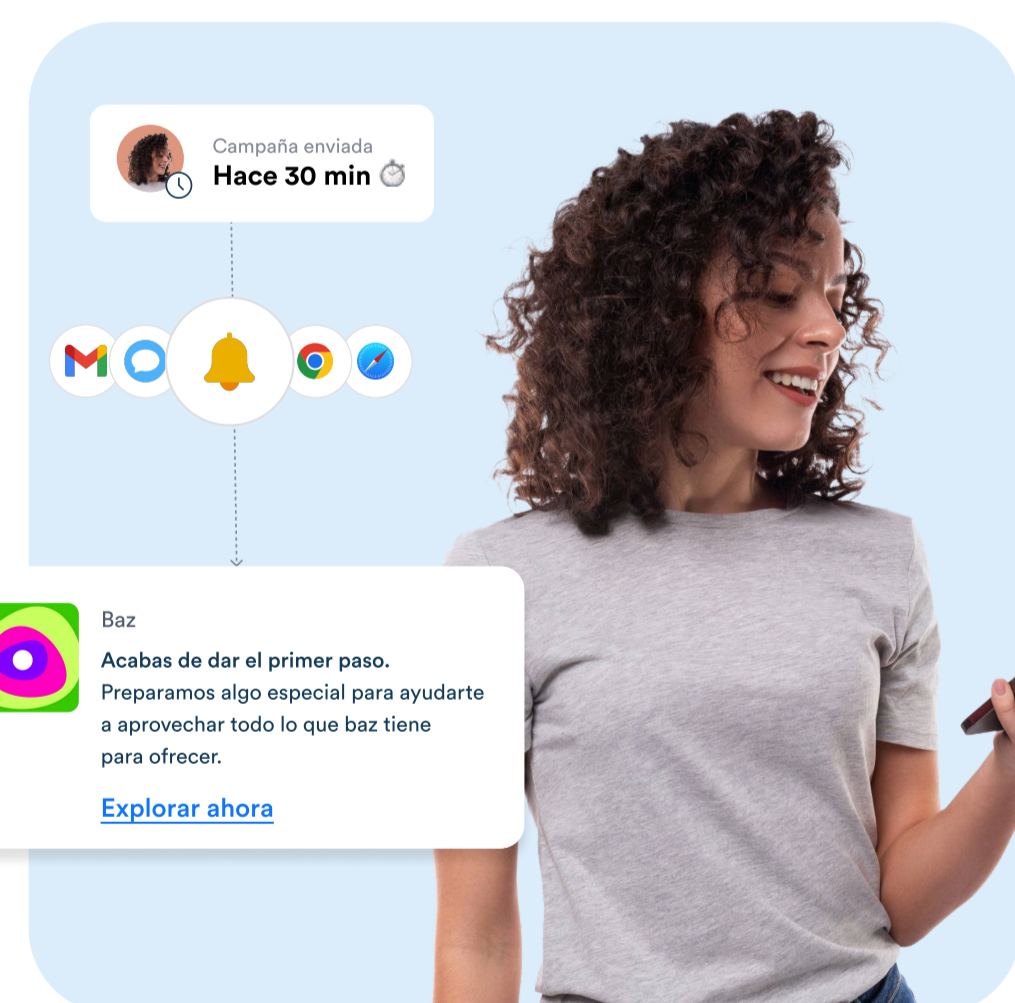


Journeys personalizados por feature

La retención de nuevos usuarios y la creación de audiencias se realiza a través de la oferta de valor de baz. Las herramientas de la aplicación se clasifican para crear estrategias de comunicación personalizadas por feature. Al mismo tiempo, se analiza el ciclo de vida de cada usuario para identificar su uso y comportamiento, con el fin de comunicarse estratégicamente en el momento adecuado y con mensajes más asertivos para cada perfil.

Personalización con datos e IA

Antes, el equipo perdía mucho tiempo analizando datos manualmente. Ahora, con CleverTap, cuenta con un sistema unificado que optimiza el tiempo, analiza datos y ofrece insights. De esta forma, el equipo aprovecha mejor su tiempo creando mensajes personalizados para cada tipo de usuario, lo que mejora el engagement. Clever.TA también se utiliza para crear parte del contenido de las comunicaciones, con agilidad y enfoque emocional en los mensajes.



Mensajes valiosos para activación

Para mejorar la tasa de activación, baz estableció una prueba en la que nuevos usuarios registrados recibían notificaciones push con ofertas y comunicaciones personalizadas, mientras el grupo control no. El resultado fue la duplicación de la tasa de activación, con un aumento del 100% en el uso de la aplicación entre usuarios impactados por mensajes personalizados, además de una reducción del 28% en el churn.

“Queremos fomentar la experimentación constante con los canales y las comunicaciones, así como perfeccionar los modelos predictivos para mejorar cada vez más la oferta a los usuarios.”

Alejandro Mendoza
Head of AdOps do baz



Resumen & Lo Que Sigue

Actualmente, todas las comunicaciones y campañas de baz se realizan en la plataforma CleverTap. La empresa quiere seguir experimentando con nuevas estrategias, optimizar su comunicación, medir el volumen de mensajes enviados y perfeccionar modelos predictivos para mejorar la experiencia de los usuarios en la app y maximizar el LTV.

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



¿Te encantaron los resultados?
Creamos los tuyos juntos.

[Solicita una demo](#)

