



Como o super app mexicano duplicou a ativação de novos usuários através da personalização

Indústria: **Serviços Financeiros** | Região: **LATAM** | Website: www.baz.app/

Recursos utilizados

- Engajamento omnicanal
- Segmentação em Tempo-real
- Journeys



100% de aumento na taxa de conversão | **28%** de redução do churn | **60%** de conversão em eventos transacionais in-app



“Com a CleverTap integramos todos os canais em uma única plataforma, otimizando o tempo de operação das campanhas e escalando seu volume. Conseguimos comparar as métricas dos diferentes canais e escolher o mais adequado para comunicar.”

Alejandro Mendoza
Head of AdOps do baz

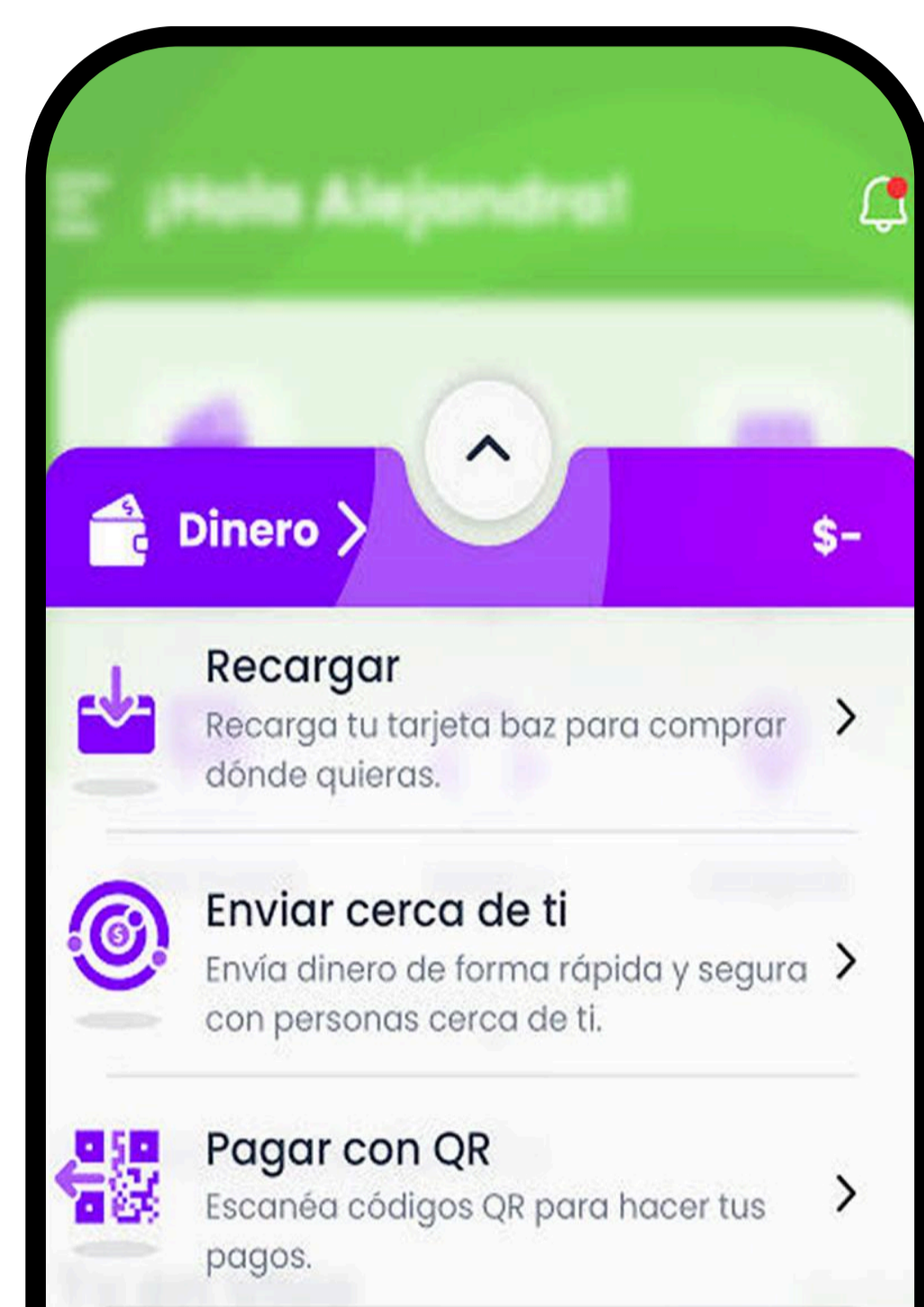
Sobre Baz

Criado em 2020, o baz é o primeiro super app do segmento no México e pertence ao Grupo Salinas. O aplicativo reúne serviços financeiros, compras, entretenimento, redes sociais, podcasts, TV ao vivo, criação de playlists e aluguel de filmes sob demanda em uma única plataforma, com o objetivo de colocar toda a oferta de valor do Grupo nas mãos do cliente.

2020 Fundado Em

13 milhões De Usuários Nos Primeiros 18 Meses De Operação

2 Milhões De Usuários Conquistados Nas Primeiras 14 Semanas



O que Baz queria resolver com a CleverTap

01 Como engajar e reter tantos usuários? Com crescimento acelerado, o baz enfrentava desafios de retenção e aumento do churn. Muitas pessoas baixavam o app por curiosidade, mas não realizavam nenhuma ação ou transação, tornando necessária uma estratégia mais sofisticada para ativar usuários.

02 Comunicar muitas funções com relevância. Por ser um aplicativo com muitas funcionalidades, o baz precisava comunicar diferentes ofertas aos usuários sem perder relevância. O desafio era alcançar cada pessoa no canal certo, com mensagens de valor, experiências envolventes e decisões baseadas em métricas em tempo real.

Como Baz Aproveitou a CleverTap

Canais em uma plataforma

Após estudar o comportamento dos usuários, o time de performance do baz passou a usar a CleverTap para enviar notificações push, criar journeys e campanhas automatizadas, construir públicos-alvo e maximizar a taxa de conversão. Com todos os canais integrados em uma única plataforma, o time otimizou o tempo de operação das campanhas, escalou o volume de envios e passou a comparar métricas entre canais para escolher o mais adequado para cada comunicação.

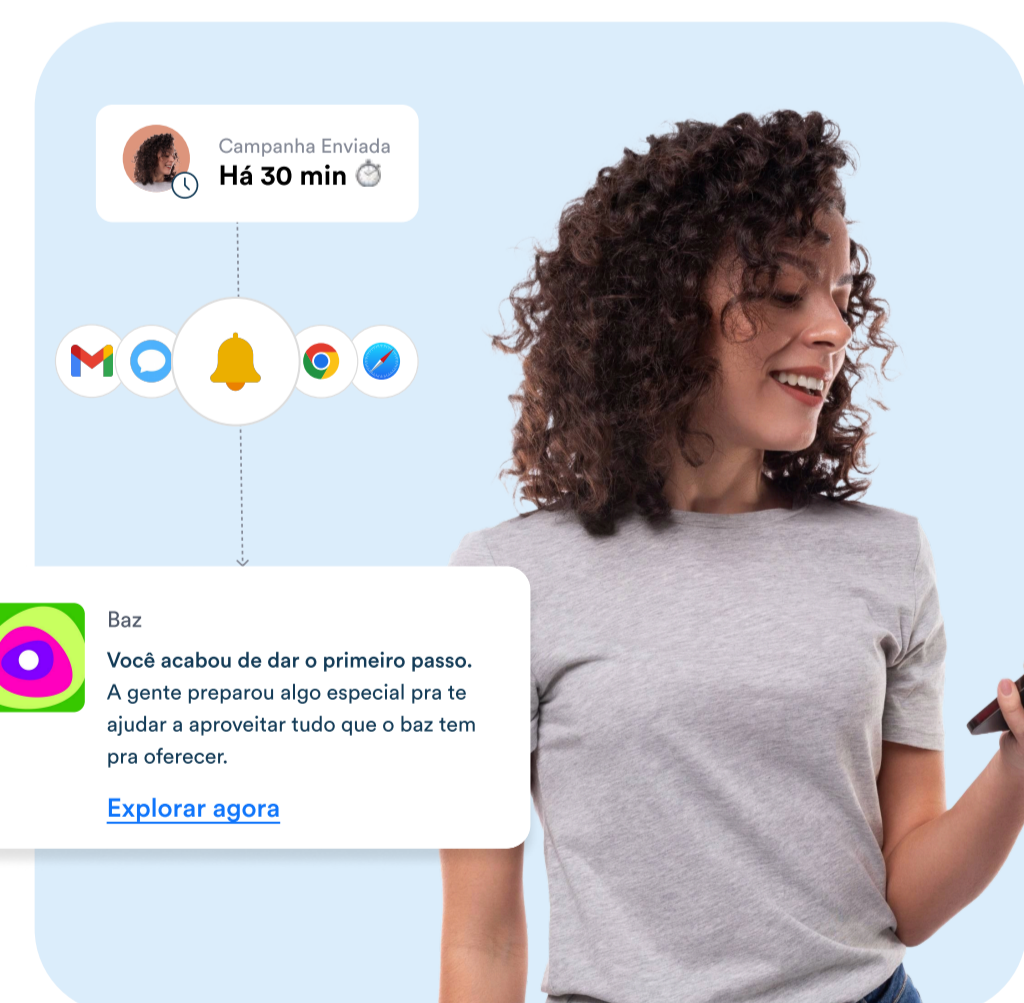


Journeys personalizados por feature

A retenção de novos usuários e a criação de públicos passaram a acontecer por meio da oferta de valor do baz. As ferramentas do aplicativo foram classificadas para criar estratégias de comunicação personalizadas por feature. Ao mesmo tempo, o ciclo de vida de cada usuário passou a ser analisado para identificar uso e comportamento, permitindo comunicações mais estratégicas, enviadas no momento certo e com mensagens mais assertivas para cada perfil.

Personalização com dados e IA

Antes, o time perdia muito tempo analisando dados manualmente. Com a CleverTap, passou a contar com um sistema unificado que otimiza o tempo, analisa dados e oferece insights. Assim, o time conseguiu aproveitar melhor seus esforços na criação de mensagens personalizadas para cada usuário, melhorando o engajamento. A Clever.IA também foi usada para produzir parte dos conteúdos das comunicações, com agilidade e foco emocional nas copys.



Mensagens de valor para ativação

Para melhorar a taxa de ativação, o baz criou um teste com novos usuários cadastrados. Metade recebeu notificações push com ofertas e comunicações voltadas para aprendizagem, enquanto a outra metade não recebeu. O resultado foi a duplicação da taxa de ativação, com aumento de 100% na utilização do app entre usuários impactados por mensagens personalizadas, além de redução de 28% no churn.

“Queremos incentivar uma experimentação constante de canais e comunicações, além de refinar modelos preditivos para melhorar cada vez mais a oferta aos usuários.”

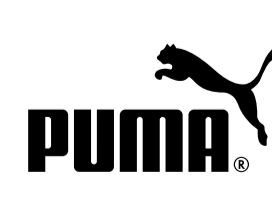
Alejandro Mendoza
Head of AdOps do baz



Resumo & Olhando para o Futuro

Atualmente, todas as comunicações e campanhas do baz são realizadas na plataforma da CleverTap. A empresa pretende continuar experimentando novas estratégias, otimizar notificações, medir o volume de comunicações enviadas e refinar modelos preditivos para melhorar a experiência dos usuários e maximizar o LTV.

Con la confianza de más de 2000 marcas que impulsan más de 300 mil millones de notificaciones push cada mes.



Gostou do resultado?
Vamos criar o seu juntos.

Solicitar uma demo

