PlantSnap

Como o PlantSnap usa RFM para aumentar a retenção no dia 30 com a CleverTap

Indústria
Mobile App

Região
LATAM

Website
www.plantsnap.com/

Recursos utilizados

Engajamento omnichannel | Análise RFM | Journeys

2,6x de aumento na taxa de retenção no dia 30

43% de retenção entre uma base de 33 milhões de usuários

10 segmentos RFM para direcionar campanhas mais relevantes

"A CleverTap não só permite a comunicação com o usuário, também nos permite rastrear eventos, criar journeys do usuário e construir um engajamento dirigido para usuários tanto fora quanto dentro do app."

Eric Ralls
Fundador e CEO

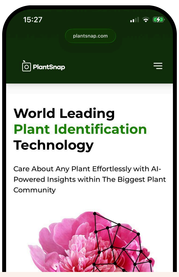
Sobre PlantSnap

O PlantSnap nasceu da dificuldade de identificar uma flor usando o Google. A partir disso, Eric Ralls criou um app de identificação de plantas que evoluiu para uma comunidade global de amantes das plantas. Hoje, a plataforma vai além da identificação, reunindo conhecimento sobre horticultura e apoiando o estudo do clima. A empresa também expandiu sua atuação global com traduções em 37 idiomas.

600.000 Plantas No App

200 milhões De Imagens De Plantas

37 Idiomas Disponíveis Globalmente



O que o PlantSnap queria resolver com a CleverTap

01

Após mudar de um app pago para um modelo freemium, o PlantSnap precisou entender melhor a atividade dos usuários e adaptar sua estratégia de marketing. Rastrear iniciativas e medir ROI em um modelo freemium exigia uma abordagem diferente da utilizada anteriormente.

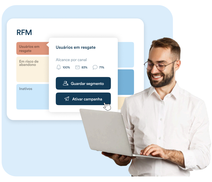
02

Com uma base global em crescimento, a equipe precisava incrementar as compras e enviar campanhas dirigidas no momento certo. O desafio era transformar usuários freemium em pagos com comunicações relevantes, contextuais e oportunas para aumentar engajamento e retenção.

Como PlantSnap Aproveitou a CleverTap

Notificações push contextuais

A equipe passou a usar notificações push para enviar mensagens relevantes, contextuais e personalizadas, chamando a atenção dos usuários e atraindo-os novamente para o app. Essa estratégia ajudou o PlantSnap a impactar usuários antes do abandono e também a reengajar perfis inativos, contribuindo para uma melhora significativa nas taxas de retenção de longo prazo.



Segmentação com análise RFM

Com a Análise RFM, o PlantSnap segmenta toda a base de usuários em 10 grupos com base em recência, frequência de uso e valor monetário. Isso permite identificar segmentos-chave, como campeões, usuários fiéis e usuários hibernando, e criar ações mais precisas de engajamento e monetização.

Journeys omnichannel automatizadas

Os Journeys permitiram ao PlantSnap construir e lançar campanhas omnichannel baseadas no comportamento e na localização dos usuários. Com isso, a empresa passou a enviar campanhas automáticas no momento ideal, entregando valor de forma precoce e frequente para novos usuários e ampliando a efetividade da comunicação.

Rastreamento de eventos e engajamento

Com a CleverTap, a equipe conseguiu rastrear a atividade dos usuários e implementar intervenções oportunas para aumentar o engajamento e os cadastramentos. A plataforma também passou a apoiar a criação de journeys e de estratégias de comunicação mais dirigidas, dentro e fora do app.

"A CleverTap, definitivamente, é uma ferramenta valiosa para qualquer profissional de marketing."

Eric Ralls
Fundador e CEO

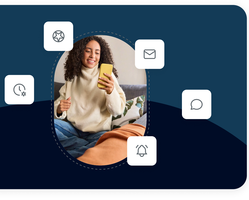
Resumo & Olhando para o Futuro

O PlantSnap quer se tornar uma plataforma de código aberto para a comunidade científica e especialistas em mudança climática. A empresa também planeja mapear todas as espécies vegetais da Terra, além de diversificar sua oferta com identificação de fungos e insetos e adicionar elementos de gamificação ao app.

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

BURGER KING | delivery much | baz | tenpo | MOVII | PUMA

Gostou do resultado?

Vamos criar o seu juntos.

Solicitar uma demo