



Referência em dados: como o Botafogo gerou ROI de 20,94x com CRM

Indústria
Esportes e Entretenimento

Região
LATAM

Website
botafogo.com.br

Recursos utilizados

Engajamento Omnicanal

Segmentação em Tempo-real

Journeys

20,94x de ROI total**51%** da receita do e-commerce
proveniente das ações de CRM**15%**Taxa média de
abertura de e-mails**+50%** Abertura
de Web Push

“

A CleverTap nos permitiu dar um passo que era fundamental para o Botafogo: unificar todos os dados do torcedor em um único lugar e, a partir disso, transformar informação em receita.”

Caio Vieira

Coordenador de CRM da SAF Botafogo

Sobre a SAF Botafogo

A SAF Botafogo é uma das principais organizações do futebol brasileiro, responsável pela gestão do futebol do Botafogo. Além do desempenho esportivo, a operação do clube envolve um ecossistema complexo de negócios, incluindo programa de sócio-torcedor, e-commerce oficial, venda de ingressos, experiências no estádio e produtos licenciados. Com milhões de torcedores distribuídos em diferentes canais e pontos de contato, o Botafogo passou a enxergar o torcedor como um consumidor omnichannel, com potencial de geração de receita recorrente a partir de dados e personalização.

+6,2 Milhões De
Torcedores Na Base**+5** Fontes De Dados E
Receita Integradas**100%** Operação Orientada
A Omnichannel

O que a SAF Botafogo queria resolver com a CleverTap

01

Antes da CleverTap, o Botafogo enfrentava um cenário altamente fragmentado de dados. As informações dos torcedores estavam distribuídas entre e-commerce, programa de sócio-torcedor, bilheteria, lojas físicas, A&B, SAC e outras fontes, sem uma visão unificada do cliente.

02

Mesmo utilizando outras ferramentas de automação de marketing, havia baixa visibilidade sobre o ciclo de vida do cliente e dificuldade em transformar dados em ações estratégicas. A complexidade aumentava com o grande número de pontos de contato e stakeholders envolvidos.

Como a SAF Botafogo Aproveitou a CleverTap

Unificação e perfil único

A CleverTap passou a centralizar dados de múltiplas fontes, incluindo e-commerce (VTEX), programa de sócio-torcedor (Camisa 7), bilheteria, lojas físicas, consumo no estádio, SAC e interações digitais. Foi implementado um modelo de identidade baseado em e-mail e User ID vinculado ao CPF. Essa centralização permitiu criar um repositório único com todas as informações do torcedor, consolidando comportamento, consumo e engajamento em um único perfil e reduzindo a dependência de sistemas isolados.



Segmentação e visão 360°

A segmentação passou a considerar múltiplas dimensões, como perfil de sócio-torcedor, histórico de compra, frequência ao estádio, engajamento com campanhas e comportamento no e-commerce. Isso possibilitou identificar oportunidades como compradores com potencial de se tornarem sócios, sócios com baixa utilização de benefícios e perfis com potencial de upsell e reativação, criando uma visão mais completa da jornada do torcedor.

Orquestração omnichannel

Com os dados centralizados, o Botafogo passou a executar campanhas em múltiplos canais, incluindo e-mail, WhatsApp e push notifications. A personalização passou a considerar o momento do torcedor, seu histórico e seu nível de engajamento, com uso de variáveis dinâmicas, jornadas automatizadas e comunicações baseadas em eventos, aumentando a eficiência das campanhas.



Casos de uso e monetização

Entre os principais casos implementados estiveram recuperação de abandono de carrinho, incentivo à compra de ingressos, upsell de planos de sócio, reativação de sócios inadimplentes, cross-sell de produtos licenciados e jornadas de cupom e benefícios. Essas ações passaram a ser automatizadas e orientadas por dados comportamentais, gerando impacto direto em receita e monetização.

“Hoje conseguimos entender melhor o comportamento da nossa base, personalizar a comunicação em escala e ativar oportunidades de negócio que antes simplesmente não eram visíveis. Mais do que uma ferramenta, a CleverTap se tornou parte da nossa estratégia de crescimento.”

Caio Vieira

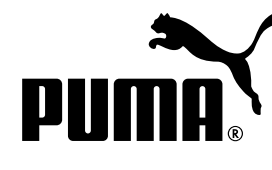
Coordenador de CRM da SAF Botafogo



Resumo & Olhando para o Futuro

O Botafogo planeja evoluir ainda mais sua estratégia de CRM e dados com foco em escala e inteligência. Os próximos passos incluem integração completa com novas fontes, criação de indicadores estratégicos como LTV e receita incremental, uso de inteligência artificial para segmentação e análise, personalização avançada com e-mails dinâmicos e campanhas contextuais, além de infraestrutura para atualização de dados em tempo real. A visão é consolidar a CleverTap como plataforma central de marketing e receita.

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](#)