



Como o City Club by Soriana multiplicou usuários ativos e impulsionou conversões com personalização e automação

Indústria Retail | Região LATAM | Site www.cityclub.com.mx/

Funcionalidades Utilizadas

- Jornadas
- Segmentação em Tempo Real
- Mensageria Multicanal



19x aumento de usuários ativos

2,5x crescimento em conversões

5-7% aumento na recuperação de carrinhos abandonados



“Mudar de ferramenta é um desafio pela sua complexidade, mas também porque exige entender os processos internos das implementações técnicas. Compreender o que 'deve ser' e o que 'pode ser' é complicado, mas a equipe da CleverTap nos ofereceu um suporte incrível.”

Fernanda Quinzá
Owned Media Manager de Soriana

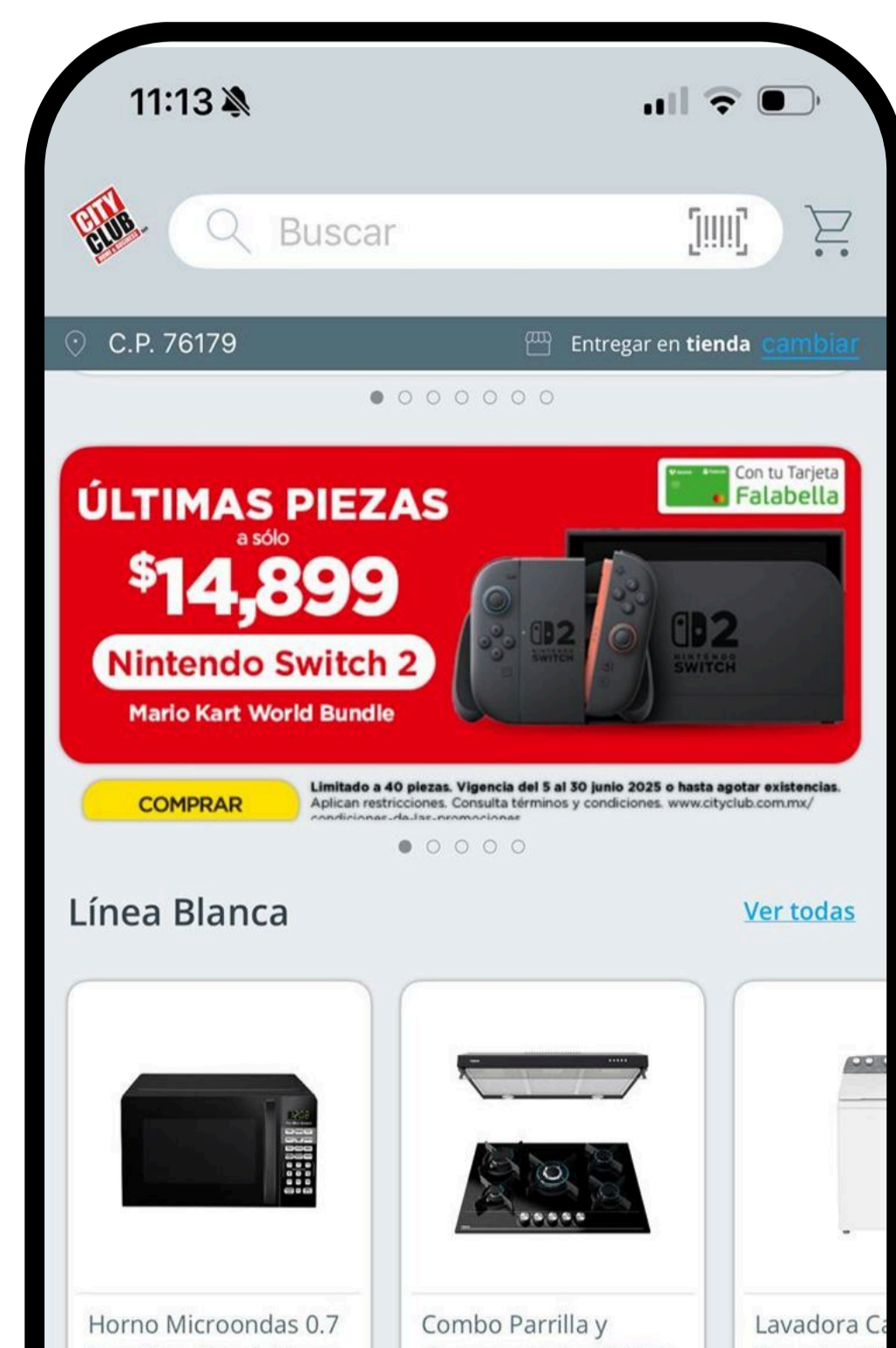
Sobre o City Club

Com um modelo de negócios baseado em assinaturas, o City Club foi fundado em 2002 como o braço atacadista do grupo Soriana, um dos maiores do México. Oferece uma ampla variedade de produtos, incluindo alimentos, bebidas, eletrônicos e artigos para o lar. Com presença nacional, a empresa buscava personalização em escala para aumentar a retenção, o engajamento e o valor do tempo de vida do cliente (LTV).

2002 Ano De Fundação

+70 Lojas No País

+1 milhão De Usuários No App



O que o City Club queria resolver com a CleverTap

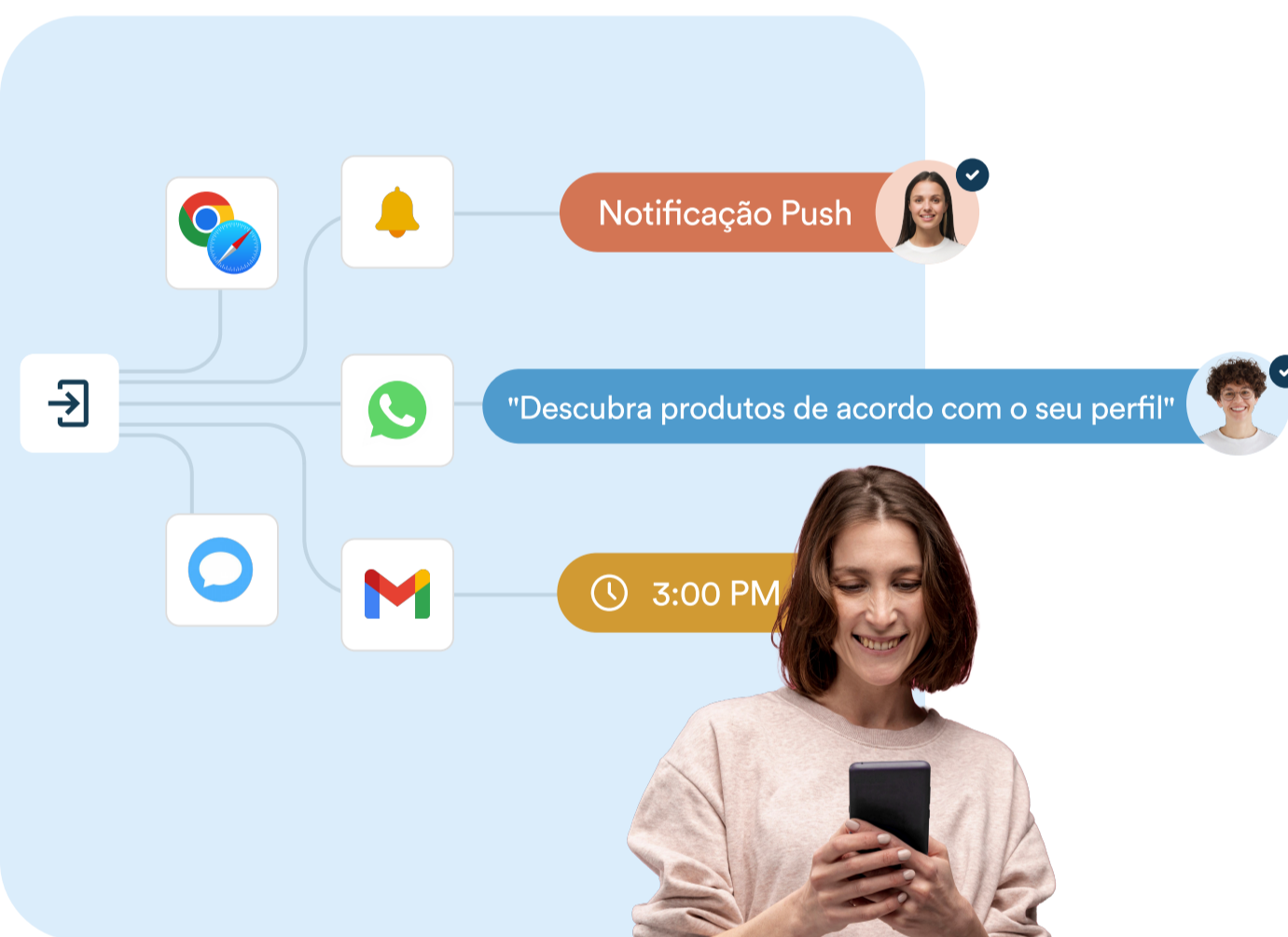
01 Falta de personalização baseada em eventos. A ausência de comunicação baseada em eventos impedia personalizar as interações com os clientes. Isso dificultava a entrega de campanhas relevantes e eficazes, reduzindo o impacto das estratégias de marketing e limitando o engajamento contínuo.

02 Dificuldade para segmentar e analisar dados. A empresa enfrentava desafios para segmentar e analisar o comportamento dos usuários em tempo real. O uso de ferramentas como Mailchimp e Google Analytics não permitia atingir o nível de automação e personalização necessário para otimizar os resultados.

Como o City Club aproveitou a CleverTap

Personalização baseada em dados

Com o apoio da CleverTap, o City Club implementou marketing baseado em dados para expandir sua base de usuários ativos e impulsionar o engajamento e a retenção. A análise profunda do comportamento permitiu criar campanhas altamente personalizadas, ativadas no momento certo dentro da jornada do usuário.

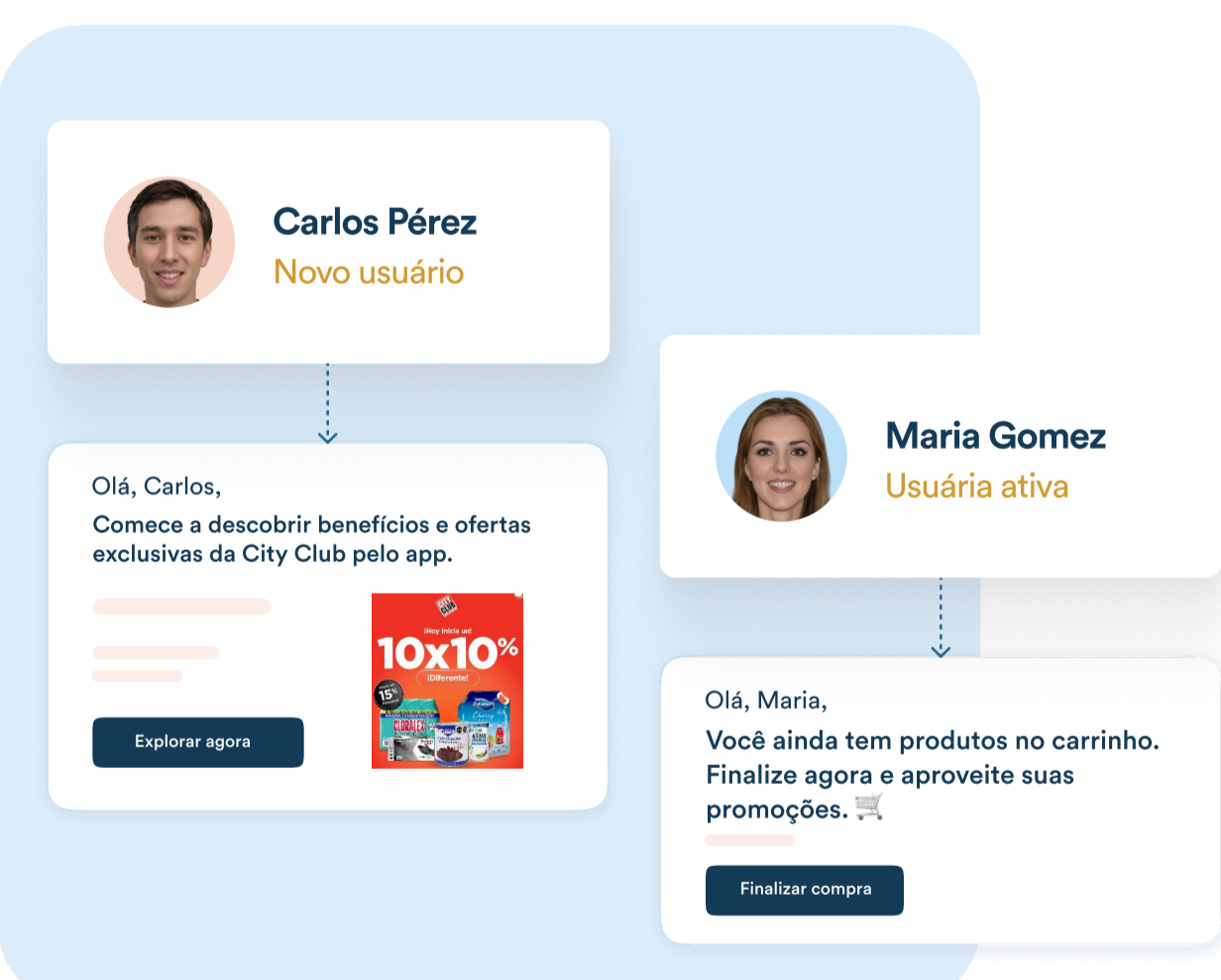


Segmentação avançada de usuários

A segmentação avançada permitiu identificar diferentes perfis dentro da base e direcionar comunicações mais relevantes. Isso aumentou a efetividade das campanhas e melhorou significativamente a experiência do usuário com mensagens contextualizadas.

Orquestração multicanal

A empresa expandiu seus canais de comunicação utilizando notificações push, e-mail, WhatsApp, SMS e mensagens In-App. Essa estratégia multicanal permitiu impactar os usuários em diferentes momentos da jornada, aumentando o alcance e a interação.



Automação de jornadas e campanhas

Com ferramentas como o Construtor de Jornadas, IntelliNODE e Scribe, o City Club automatizou campanhas e jornadas, incluindo a recuperação de carrinhos abandonados. Isso permitiu reengajar usuários em tempo real e escalar as operações de marketing de forma eficiente.

“Sinceramente, todos os dias me surpreendo ao descobrir uma funcionalidade que nem imaginava que existia, mas que, ao ser implementada, pode tornar a comunicação muito mais atraente.”

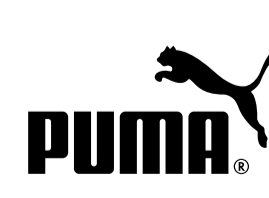
Karla Delgado
Subgerente de Medios Proprios de City Club



Resumo & Próximos Passos

Nos próximos meses, o City Club planeja continuar investindo em ações de aquisição e retenção, além de explorar novas funcionalidades dentro da plataforma CleverTap. O foco estará em aprofundar a personalização e ampliar o impacto das suas estratégias de engajamento.

Com a confiança de mais de 2.000 marcas que impulsionam mais de 300 bilhões de notificações push por mês.



Gostou do resultado? Vamos criar o seu juntos.

[Solicitar uma demo](#)

