

bluma

Bluma, da Natura, transforma seu CRM em motor de recorrência com a CleverTap

 Indústria

Beleza e Bem-estar

 Região

BRASIL

 Website

https://blumaoficial.com.br/

Recursos utilizados

Engajamento Omnicanal

Segmentação em Tempo-real

Journeys



8,4M notificações enviadas no semestre

+45k usuários ativos por mês

+74% crescimento no Product Adoption Score em 6 meses



“

Antes, nossa mensagem de recorrência era super comum: 'Agende um novo serviço em casa com Bluma'. Hoje, já conseguimos nos aproximar muito mais do cliente: 'Giuliana, chegou a hora de agendar a sua próxima massagem relaxante em casa, com Bluma'. Para o nosso negócio, poder segmentar por categoria/serviço é essencial.

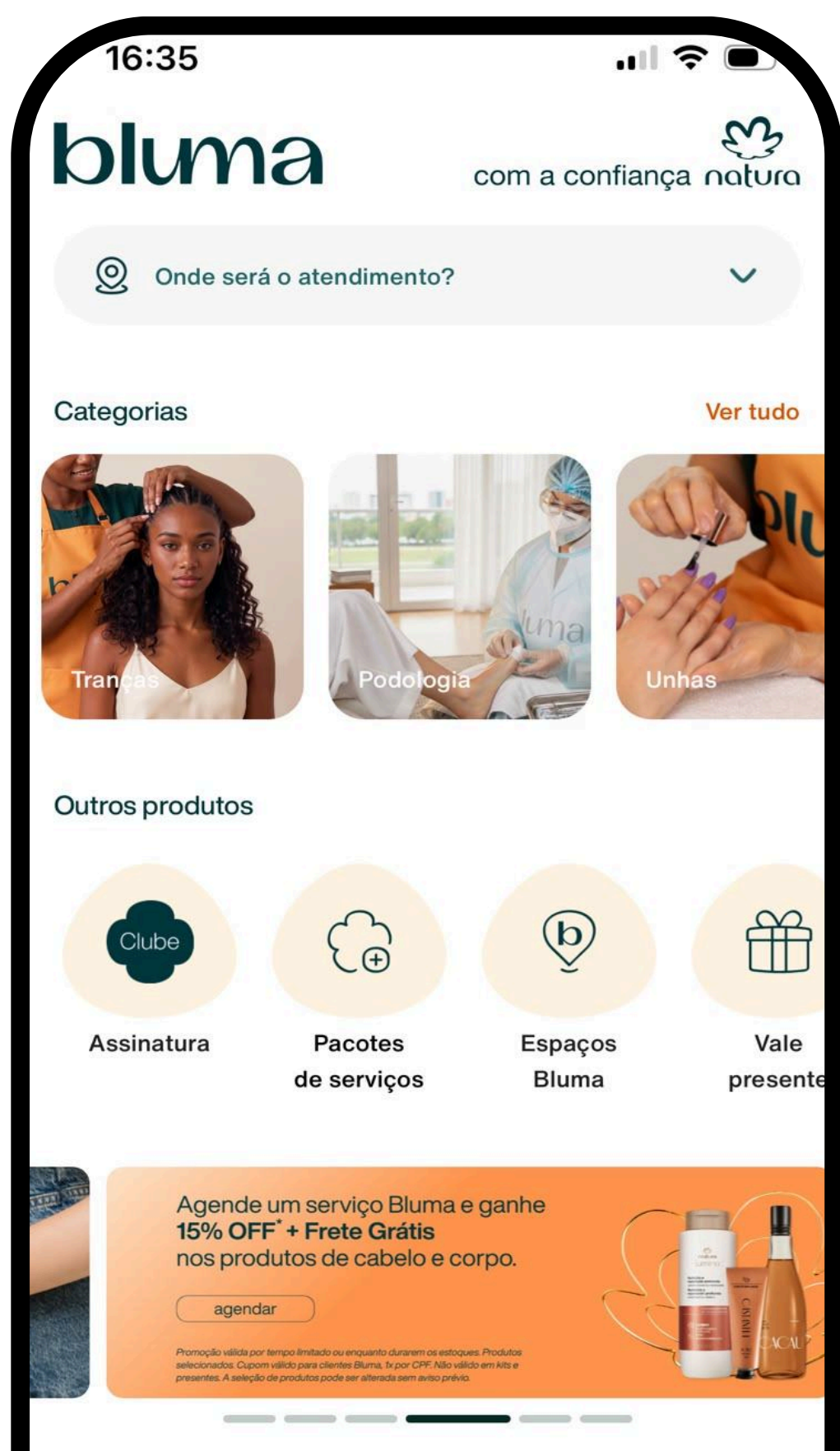
Giuliana Finelli
CRM Specialist, Bluma

Sobre a Bluma

Lançada em setembro de 2024, a Bluma é a plataforma de serviços de beleza e autocuidado da Natura, a primeira empresa de cosméticos brasileira a entrar nesse mercado com plataforma própria. O ecossistema reúne esteticistas, manicures, cabeleireiros, massagistas e outros Especialistas que atendem com produtos e protocolos Natura em cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília, tanto em domicílio pelo app (canal Delivery) quanto em empresas, eventos, condomínios e aeroportos (canal B2B).

2024 Fundada Em

Top 4% Entre 4.913 Apps Ativos Globais Na CleverTap



O que a Bluma queria resolver com a CleverTap

01

Antes da CleverTap, o CRM da Bluma era básico e dependia de múltiplas ferramentas desconectadas para qualquer disparo. Sem conexão com o app, push e in-app, os canais mais diretos para uma plataforma mobile-first, ficavam indisponíveis. Isso deixava a Bluma dependente do e-mail tradicional e consumia tempo do time.

02

Os clientes da Bluma não são homogêneos: uma cliente de massagem tem perfil, frequência e motivações bem diferentes de uma cliente de unhas. Sem jornadas segmentadas por categoria de serviço, as comunicações eram genéricas e não geravam a relevância que leva o cliente a agendar de novo.

Como a Bluma aproveitou a CleverTap

Push e in-app com conexão direta ao app

A CleverTap habilitou os canais que o CRM anterior não suportava. Com push, in-app e Native Display conectados diretamente ao app, somados a e-mail e WhatsApp, a Bluma passou a criar pontos de contato dentro da própria experiência digital, com conversão superior aos canais tradicionais. No semestre, foram 8,4 milhões de notificações enviadas, e o WhatsApp foi o canal de maior conversão.

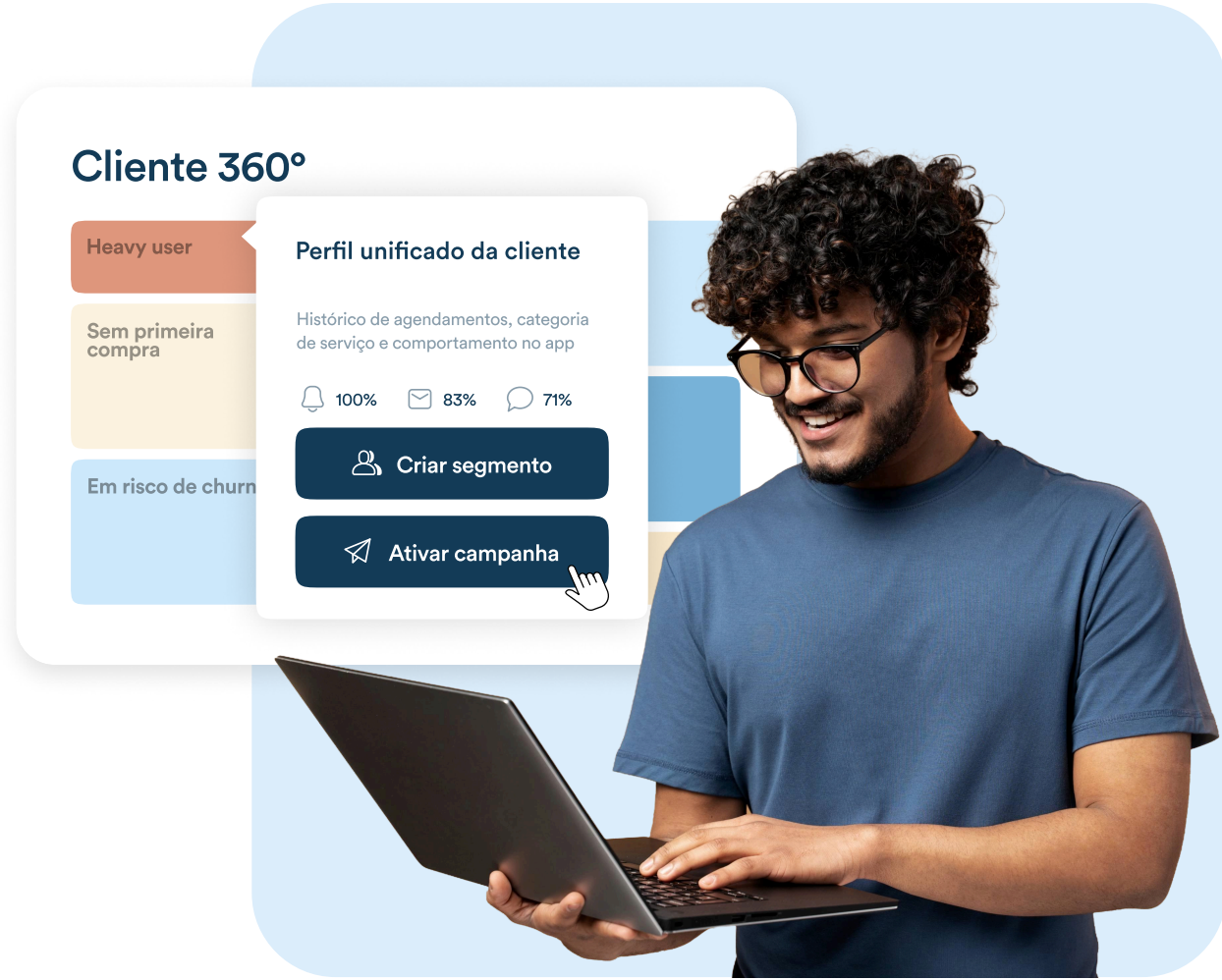


Segmentação avançada por serviço, categoria e perfil RFM

A segmentação passou a combinar Past Behaviour (histórico de agendamentos) e Live Behaviour (sinais de ativação e abandono), além de análise RFM e recortes por categoria de serviço. Com isso, a Bluma identifica heavy users, clientes em risco de churn e usuários que ainda não fizeram a primeira compra.

Mais de 35 jornadas ativas por categoria de serviço

A Bluma deixou de usar uma jornada única para todos os usuários. Hoje opera mais de 35 jornadas ativas com a CleverTap Journeys, com réguas específicas de onboarding, ativação, recorrência, abandono de carrinho e recompensas. O IntelliNode otimiza automaticamente o canal mais efetivo para cada usuário.



Personalização por nome e histórico + A/B testing semanal

Com Liquid Tags, as mensagens evoluíram de "Agende um novo serviço" para "Giuliana, chegou a hora da sua próxima massagem relaxante". Testes A/B rodam semanalmente em quase todas as campanhas para validar desconto, formato de oferta e uso do nome. Campanhas de aniversário complementam a estratégia, e o e-mail atinge 71% de taxa de alcance.

Resumo & Olhando para o Futuro

Os resultados refletem uma mudança estrutural na forma como a Bluma se comunica com seus usuários. Em seis meses, o Product Adoption Score cresceu 74,89% (de 49,03 para 85,75), o que colocou a Bluma na posição #172 entre 4.913 apps ativos globais na CleverTap. A empresa também soma mais de 45 mil usuários ativos por mês. Os próximos passos incluem: IA preditiva contra churn no canal Delivery, Expansão do CRM para o B2B, Jornadas de engajamento para o app de Especialistas e Uso de Trends, Pivots e Funnels para conectar a performance de CRM a recorrência, retenção e LTV por categoria

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

