

Inteligência comportamental: como Convert e Grupo Petrópolis aumentaram em 32% as vendas do App Bom Parceiro com a CleverTap

Indústria Bebidas

Região BRASIL

Website www.bomparceirogp.com.br

Recursos utilizados

Journeys

Segmentação em tempo real



+32%

em vendas pelo aplicativo

77%

de crescimento no CTR das ativações

Sobre a Convert

A Convert Human Digital Business é a agência digital do Grupo Dreamers, especializada em conectar criatividade, tecnologia, dados e performance para impulsionar o crescimento de negócios. Atua em toda a jornada do consumidor, combinando mídia, conteúdo, CRM, Martech, analytics e inteligência de negócios. No Grupo Petrópolis, a Convert é responsável pela estratégia e operação de CRM do Bom Parceiro. O App oficial de reposição do grupo para bares, restaurantes, mercados e outros pontos de venda. Nesse trabalho, a Convert une conhecimento do negócio, comportamento de compra e inteligência de relacionamento.

2026

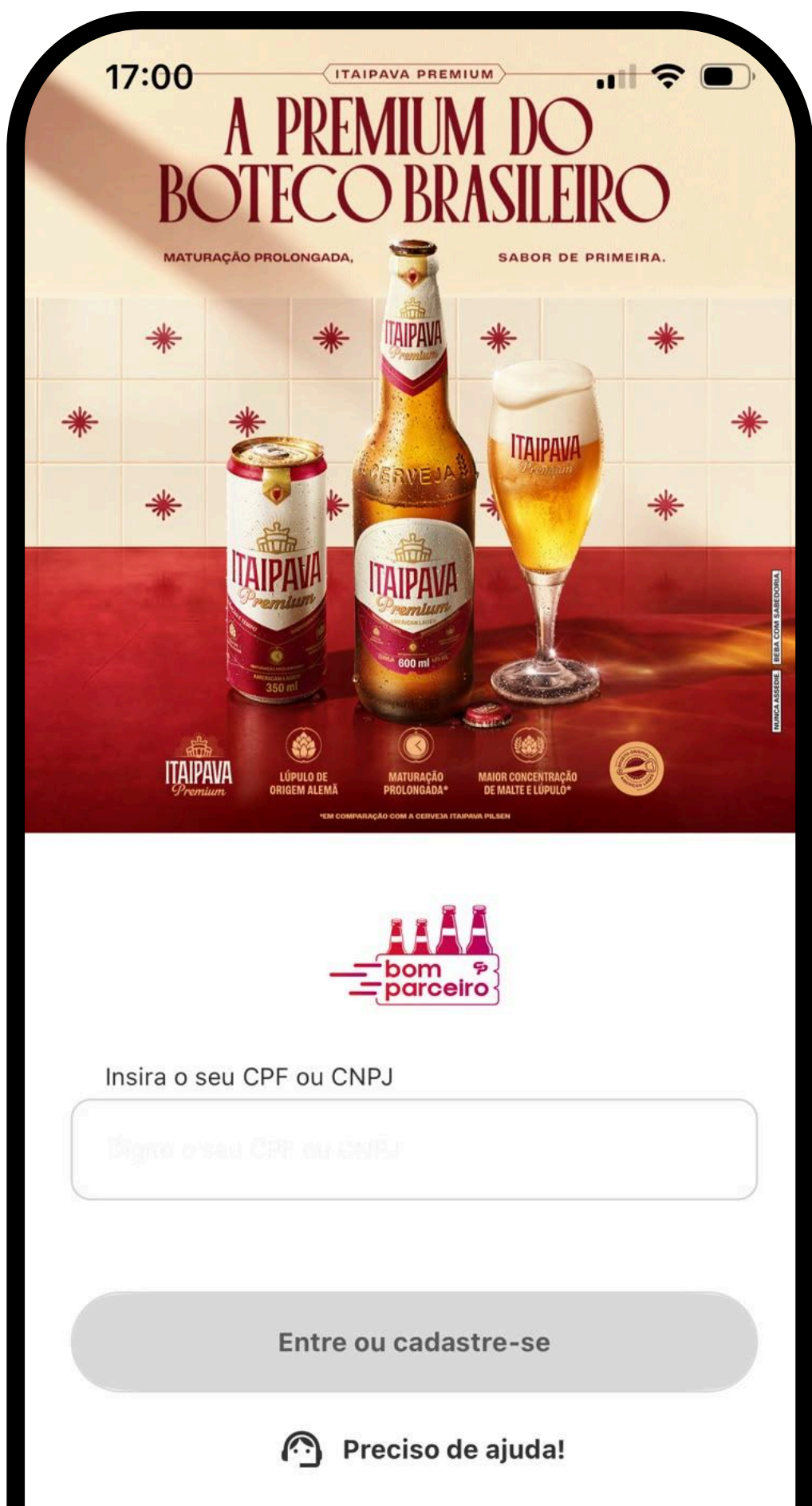
CRM Evoluído Com A CleverTap No 1º Semestre

Bom Parceiro

App Oficial De Reposição Do Grupo Petrópolis

Convert

Responsável Pela Estratégia E Operação De CRM



O que Convert e Grupo Petrópolis querem resolver com a CleverTap

01

Com o crescimento do Bom Parceiro, o aplicativo ganhou relevância na rotina de reposição dos pontos de venda, e o relacionamento se tornou mais complexo. Bares, restaurantes, mercados e outros PDVs têm dinâmicas e necessidades distintas. Era preciso compreender diferentes perfis, comportamentos de compra e o momento de cada cliente na relação com o app.

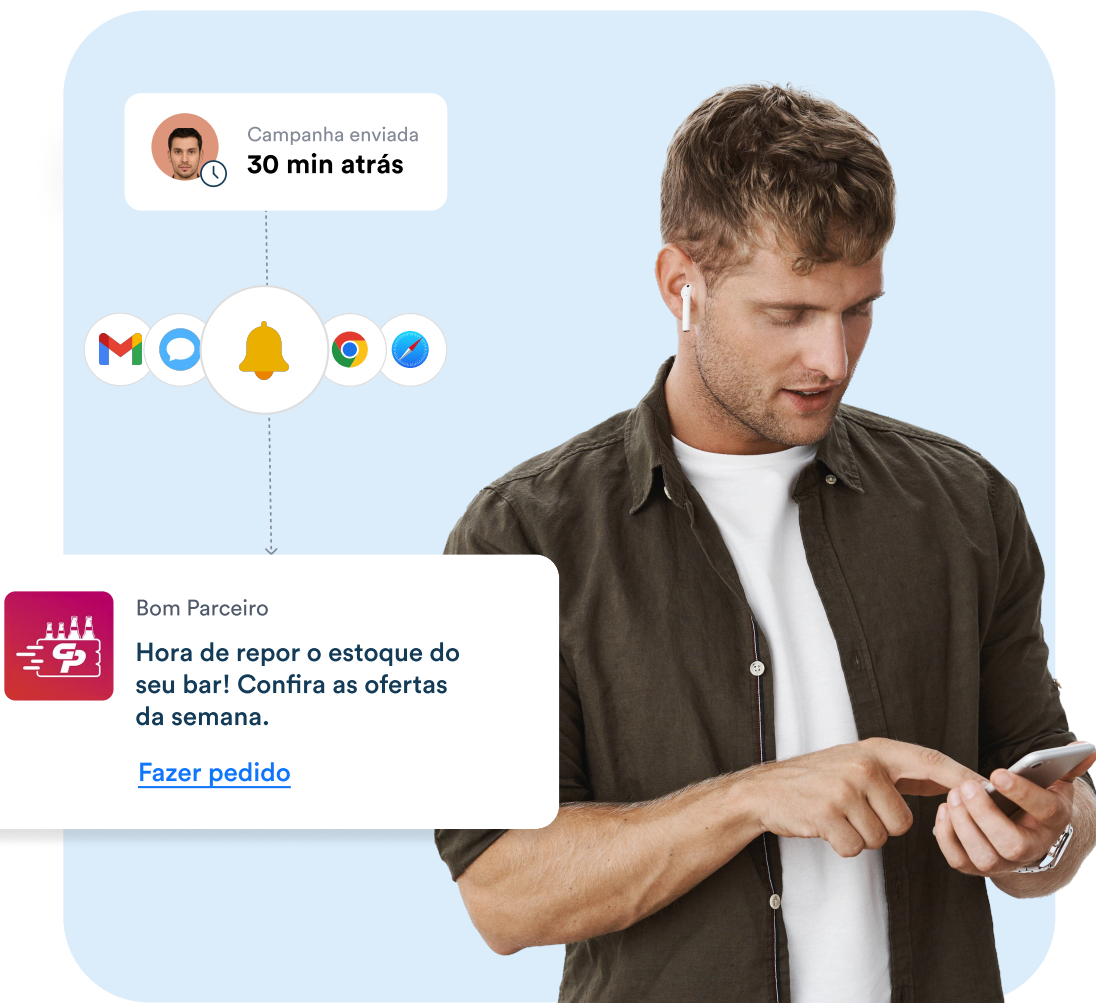
02

Uma base ampla e heterogênea exigia comunicações mais aderentes ao comportamento e ao potencial de cada PDV, ampliando a personalização sem perder escala. Para isso, era necessário conectar interação, histórico de consumo e objetivos comerciais, orientando campanhas, segmentos e jornadas com mais precisão.

Como Convert e Grupo Petrópolis aproveitam a CleverTap

Segmentação comportamental da base

Com a CleverTap, a estratégia de CRM do Bom Parceiro ganhou maior capacidade de segmentação. Os diferentes sinais da base passaram a ser lidos a partir de perfis, comportamentos de compra e momentos de cada estabelecimento. Assim, ficou possível reconhecer as dinâmicas distintas de bares, restaurantes, mercados e outros pontos de venda.

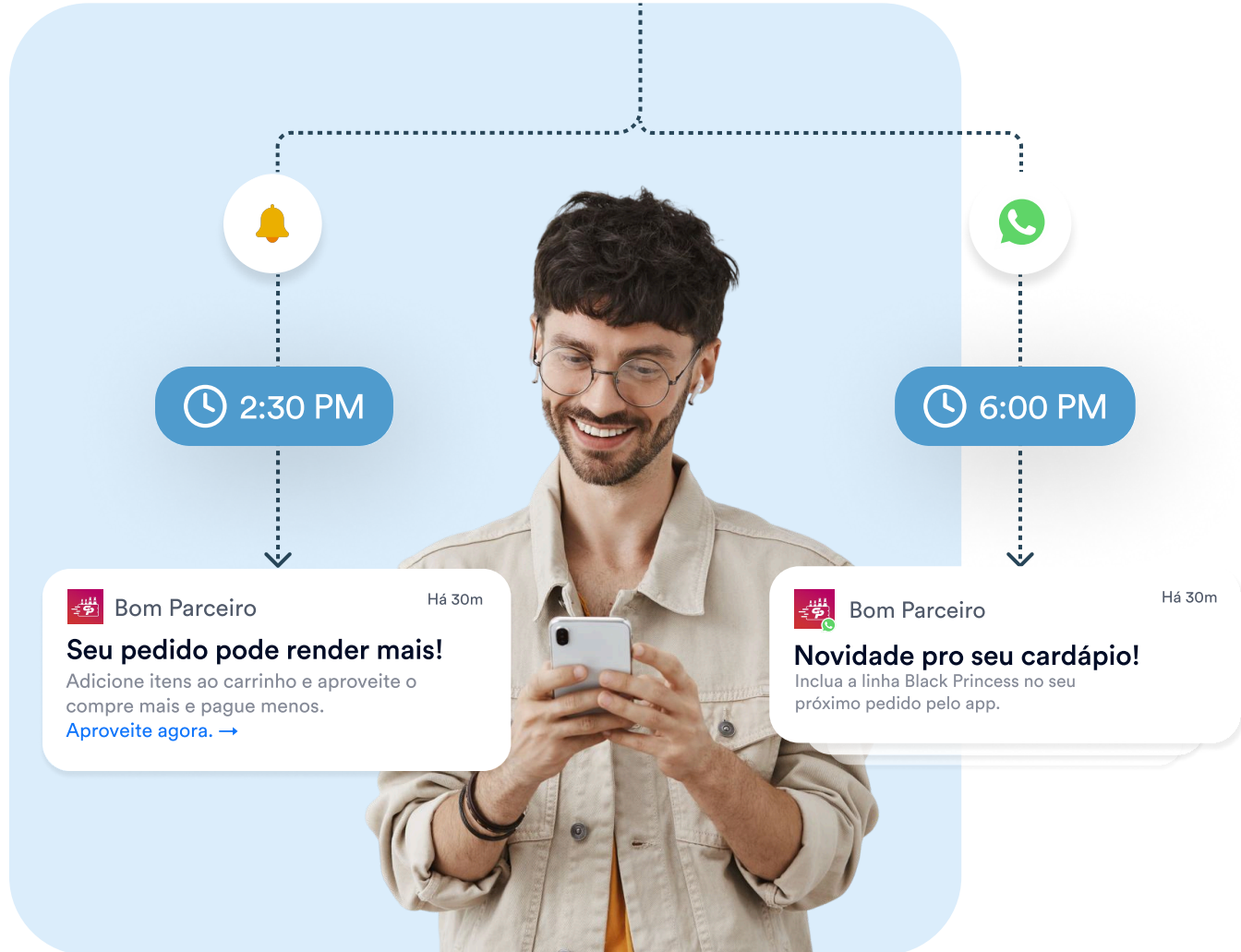


Ativação aderente ao comportamento dos PDVs

A partir dessa leitura, a Convert passou a transformar os sinais da base em comunicações e experiências mais aderentes ao comportamento de cada PDV. O resultado aparece na evolução dos canais do aplicativo, com crescimento de 77% no CTR das ativações. Esse avanço reflete mensagens mais relevantes para cada perfil e momento.

Mensuração conectada aos objetivos comerciais

A CleverTap também ampliou a capacidade de mensuração da operação, conectando interação, histórico de consumo e objetivos comerciais. Com isso, campanhas, segmentos e jornadas passaram a ser orientados com mais precisão. No primeiro semestre de 2026, o Bom Parceiro ampliou sua relevância comercial, com crescimento de 32% nas vendas pelo aplicativo.



Uma operação de CRM mais inteligente

A evolução consolidou uma operação mais conectada entre dados, estratégia de relacionamento, ativação e comportamento de compra. Essa estrutura amplia a capacidade de desenvolver recorrência, valor da cesta, presença de categorias e valor ao longo do relacionamento com cada PDV. Com isso, o Bom Parceiro se fortalece como canal estratégico para o negócio.

Resumo & Olhando para o Futuro

No primeiro semestre de 2026, o Bom Parceiro avançou na evolução de seu CRM com a CleverTap. O aplicativo registrou crescimento de 32% nas vendas e de 77% no CTR das ativações, reforçando sua presença na rotina de reposição dos estabelecimentos. O próximo passo é ampliar o uso da CleverTap como camada de ativação e mensuração da estratégia de CRM. Os planos incluem expandir as jornadas automatizadas, aprofundar segmentações comportamentais, estruturar testes e desenvolver novas leituras de performance. O objetivo é conectar com mais precisão comunicação, recorrência, cesta, presença de categorias e comportamento de compra.

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

