

# United Colors of Benetton Conquista Melhora de **7X** Nas Conversões e **9X** de Aumento em Aquisição de Novos Usuários

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

×

Insider





**Adoramos trabalhar com a Insider principalmente por seus recursos de orquestração da jornada do cliente. Eliminamos muitas incertezas e intervenções manuais ao fornecer jornadas individualizadas para clientes em diferentes estágios de seu ciclo de vida. Os resultados são notáveis. Alcançar taxas de conversão mais altas e novas inscrições de usuários levou a um aumento significativo da nossa receita incremental. Com a Insider como nossa parceira, podemos nos concentrar em nossos criativos e mensagens de marca, deixando de lado os obstáculos tecnológicos.**

Emirhan Emre  
*Gerente de E-Commerce, Benetton*



# Sobre a Benetton

---

A Benetton é uma varejista global de moda e marca de roupas reconhecida mundialmente por suas cores, expertise em malhas e compromisso social. Com uma rede de mais de 5.000 lojas em todo o mundo, a Benetton produz mais de 100 milhões de roupas todos os anos, oferecendo ao mundo insights sobre as últimas tendências da moda, além de lutar pela igualdade humana.



1965



100 milhões de peças de roupa por ano



120 países



5,000 lojas



# Reduzindo abandono de carrinho e otimizando margens de lucro

---

A Benetton driblou o abandono de carrinho oferecendo incentivos e descontos para trazer os clientes de volta ao site. No entanto, a marca também buscava otimizar suas margens de lucro e não queria contar com descontos como estratégia de recuperação de carrinhos.

A Benetton recorreu à orquestração de jornada personalizada baseada em IA da Insider - **Architect** - para projetar e oferecer jornadas exclusivas para seus usuários. Usando segmentação e automação alimentadas por IA, a Benetton mirou em clientes que deixaram itens em seus carrinhos com notificações web push acionadas automaticamente, mostrando os recém-chegados, três horas depois de terem abandonado seus carrinhos. Uma segunda notificação foi acionada com uma mensagem individualizada e uma URL para concluir a compra. Se o usuário não convertesse, uma notificação web push oferecendo um código de cupom era acionada.

Com a ajuda do Architect, que usou uma estratégia de notificação por web push em três estágios, **a Benetton alcançou uma taxa de conversão de 4,8% relacionada ao abandono do carrinho. Isso é 7 vezes maior que a média do setor para esse canal.**



# 4.8% taxa de conversão abordando o abandono de carrinho



## Check out new arrivals

Lots of colorful alternatives are waiting for you

[benetton.com](https://www.benetton.com)



## Take a peek at our campaigns

Give your wardrobe a makeover with colorful offers

[benetton.com](https://www.benetton.com)



## Your discount code is waiting for you!

Click to claim it right away

[benetton.com](https://www.benetton.com)

# Usando automação de jornada do cliente para aumentar as inscrições de novos usuários

---

A Benetton estava tentando resolver uma baixa taxa de novas inscrições de usuários. Lidar com essa métrica foi vital para melhorar a receita geral enquanto expandia sua base de usuários. A empresa precisava de uma solução que permitisse criar jornadas individualizadas para novos usuários, a fim de oferecer um engajamento contextual em todos os canais.

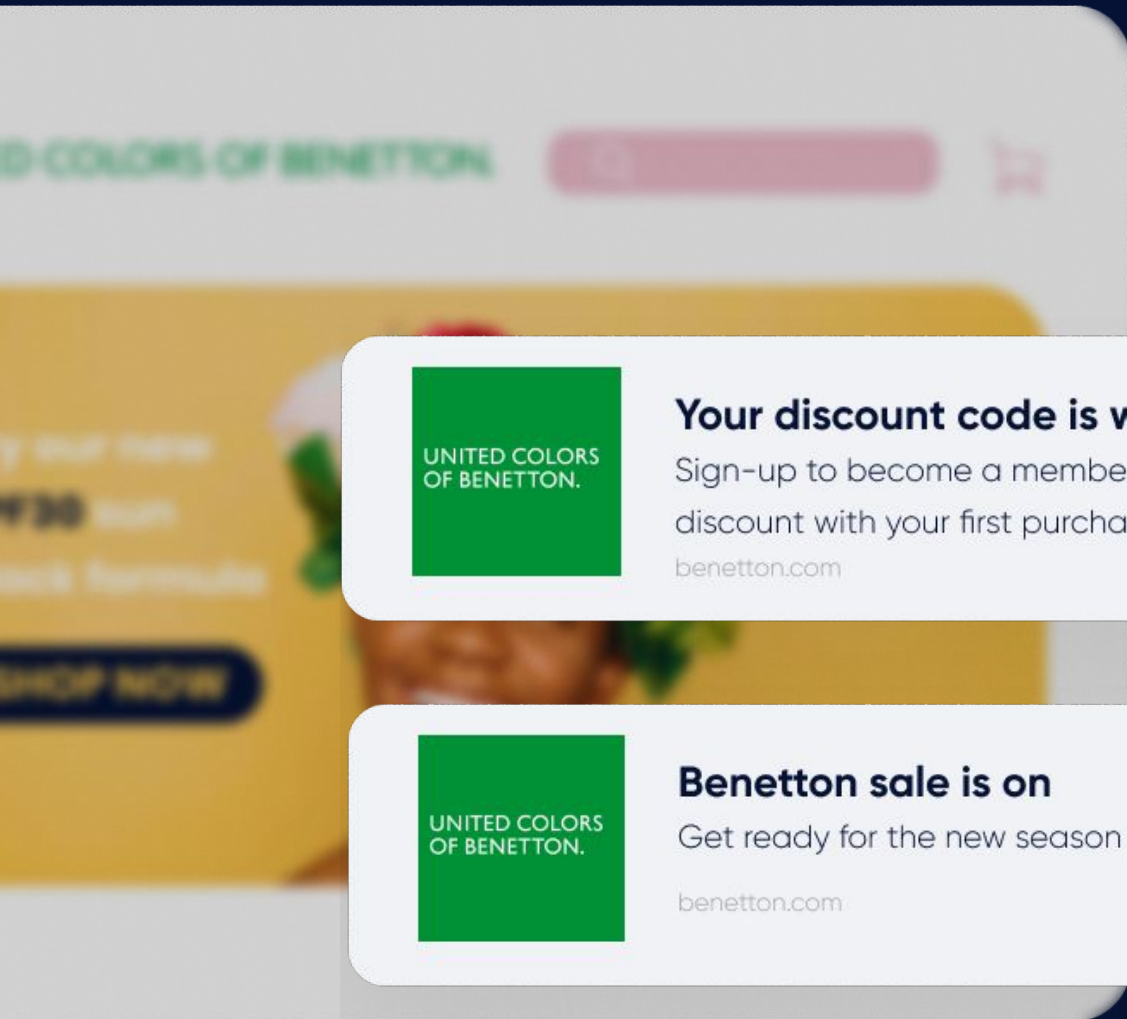
Para envolver novos usuários e incentivá-los a fazer sua primeira compra, a Benetton trabalhou com a equipe de Growth da Insider para criar um fluxo de jornada web push. A equipe da Benetton começou a engajar os usuários que não haviam concluído uma transação nos primeiros 7 dias com notificações web push, lembrando-os dos descontos para novos usuários que eles poderiam aproveitar. Como acompanhamento, uma segunda mensagem web push foi acionada 24 horas depois, com uma URL para sua página de desconto e check-out, incentivando novos usuários a se inscrever e concluir sua primeira compra.

As notificações web push acionadas automaticamente visando novos usuários ajudaram a Benetton a **atingir uma taxa de inscrição de novos usuários de 5,7%, que é 9,6 vezes maior do que a taxa média de inscrição no site.**





**5.7% taxa de inscrição**



**Your discount code is waiting for you! ❤️**

Sign-up to become a member and claim your discount with your first purchase

[benetton.com](https://www.benetton.com)



**Benetton sale is on**

Get ready for the new season with special offers

[benetton.com](https://www.benetton.com)

## Olhando para o futuro

---

A Benetton continuará a otimizar suas estratégias de personalização e engajamento onsite usando os recursos de web push e orquestração de jornada da Insider. Para reforçar ainda mais a experiência do cliente, a Benetton avaliará em breve os recursos de microsegmentação preditiva da Insider com base em dados históricos e comportamento futuro de seus usuários. Usando segmentos preditivos como “alta afinidade de desconto”, “alta probabilidade de compra”, “alta probabilidade de churn” e muito mais, a Benetton individualizará ainda mais as experiências para se aproximar dos clientes.





# Sobre a Insider

---

Insider – a plataforma cross-channel para experiências individualizadas – permite que os profissionais de marketing conectem dados de diversos canais e sistemas e prevejam o comportamento futuro dos seus clientes por meio de IA. Os profissionais de marketing utilizam a Insider para oferecer experiências personalizadas em canais como Web, App, Web Push, Email, SMS, Aplicativos de mensagens (WhatsApp, Facebook Messenger, RCS), anúncios e muito mais.

Recentemente, a Insider anunciou sua rodada de financiamento da Série D de US\$ 121 milhões, liderada pela QIA e acompanhada por Sequoia, Riverwood Capital, 212, Wamda Capital, Esas Private Equity e Endeavor Catalyst. Com esse marco, a empresa se torna o 9º Unicórnio SaaS B2B do mundo e 1º na América Latina e na Turquia e um dos poucos unicórnios SaaS fundados e liderados por mulheres no mundo. Insider foi destaque no Gartner Magic Quadrant para Multichannel Marketing Hubs 2020 e The Forrester Wave para Cross-Channel Campaign Management 2021. A empresa foi nomeada a líder # 1 em Mobile Marketing Software e Redes de Personalização da G2, com uma classificação de 4,6 / 5 baseada 100% nas análises dos usuários, 17 trimestres consecutivos.

AVON

ESTÉE LAUDER

PHILIPS

SAMSUNG



hunkemöller



MAC



GAP



[info@useinsider.com](mailto:info@useinsider.com)

<https://useinsider.com/pt/>