CRM que acompanha o cliente por todo o *ciclo de vida*

Como estruturamos a comunicação do relançamento do Nubank Ultravioleta para garantir aquisição, ativação, uso e retenção em uma experiência contínua.

Uma jornada de CRM que não termina na venda: cada etapa prepara a seguinte.



CASE ULTRAVIOLETA

Estruturação de régua de relacionamento, campanhas multicanal e automações orientadas por contexto.

O desafio era ir *além* do lançamento

Reintroduzir um produto premium exige impacto inicial, mas sustentar sua relevância demanda presença orquestrada em cada momento da jornada.

O produto precisava ser apresentado com clareza para públicos distintos, mas **principalmente ser adotado, incorporado à rotina financeira e lembrado no dia a dia.**

Não bastava anunciar benefícios: era preciso educar e guiar o cliente em cada etapa da jornada com a marca.

O principal desafio consistia em manter a coerência narrativa e a consistência visual em múltiplos canais, evitando mensagens fragmentadas em momentos distintos da jornada.

IMPERATIVO ESTRATÉGICO

Construir uma régua de contato que identificasse momentos de valor reais na vida do cliente, sem sobrecarregar a caixa de entrada ou dispersar a proposta de valor.

01

ADOÇÃO

Superar a curiosidade inicial e converter elegibilidade em contratação do cartão.

02

CONSISTÊNCIA

Garantir tom de voz sofisticado e direto em e-mail, push, app e WhatsApp.

03

CONEXÃO CONTÍNUA

Manter o produto presente após o período de teste e na rotina financeira mensal.

Uma estratégia desenhada em *cinco momentos*

Mapeamos cada ponto de inflexão da experiência do cliente, com metas claras e mensagens dedicadas para guiar a progressão de valor.

1

Lançamento

Apresentar a proposta de valor e posicionar o produto premium no imaginário do usuário.

2

Aquisição

Estimular contratação ativa e qualificada entre clientes elegíveis e bases prioritárias.

3

Ativação

Incentivar primeiros passos, desbloqueio do cartão e adoção inicial dos benefícios.

4

Engajamento e utilização

Ampliar recorrência de uso e consolidar o produto como cartão principal.

5

Retenção e reativação

Sustentar relacionamento e valor percebido após o período promocional de teste.

ESTRUTURA DE CICLO DE VIDA

Régua progressiva de comunicação para evitar gaps de relacionamento.

DIRETRIZ DE CICLO DE VIDA

Gatilhos por comportamento real no aplicativo, respeitando o tempo individual de cada cliente.

Campanhas e automações *trabalhando juntas*

A operação combinou fluxos automatizados orientados a eventos e disparos pontuais de contexto, criando uma malha de contato ágil e precisa.

Jornadas automatizadas

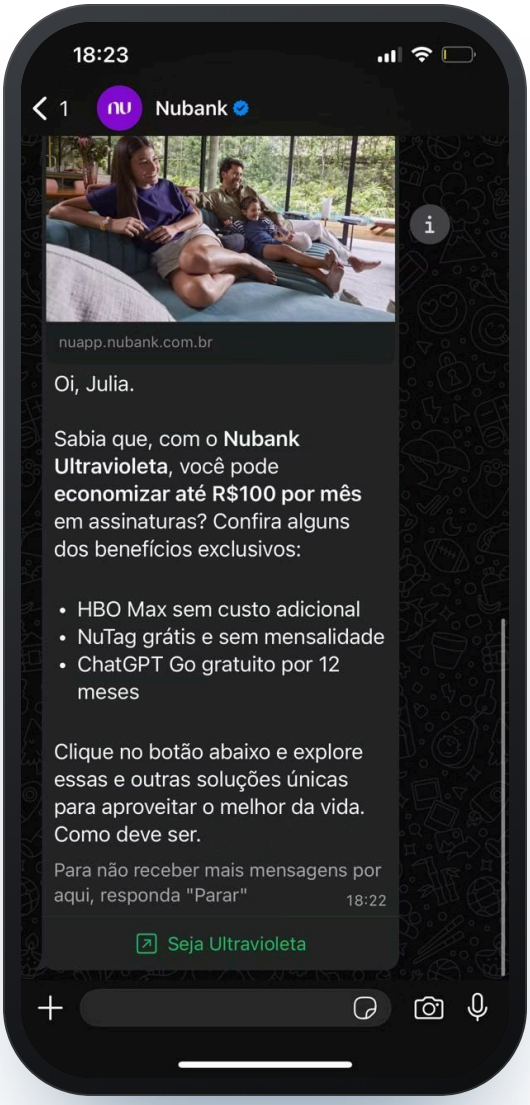
Gatilhos comportamentais em tempo real disparados a partir de eventos no app e no uso do cartão.

Comunicação multicanal

E-mail para aprofundamento editorial de benefícios; WhatsApp e In-app para propostas diretas e para chamar atenção para o lançamento.

Parceria técnica com Dados

Ajuste nas réguas, monitoramento de grupos de controle e leitura de uplift.



OPERAÇÃO EM AÇÃO

Mensagem de WhatsApp integrada à régua de ativação de clientes elegíveis.

Minha atuação conectou *estratégia, mensagem e performance*

Liderança integral sobre as frentes de planejamento criativo, redação estratégica e análise de resultados.



Planejamento da comunicação

Mapeamento de réguas e definição de mensagens estratégicas para cada uma das cinco etapas do ciclo de vida.



Desenvolvimento e otimização

Criação de novas peças e constante refinamento dos fluxos legados para elevar taxas de engajamento.



Adequação aos objetivos

Alinhamento cirúrgico de tom de voz e apelos em cada campanha pontual e automação recorrente.



Experimentação e dados

Execução rigorosa de testes de hipóteses e análises aprofundadas de performance em conjunto com o time analítico.

ESCOPO DE LIDERANÇA Atuação orientada a unir excelência criativa a rigor analítico de ponta a ponta.

Escala com *impacto mensurável*

A combinação de método criativo, segmentação precisa e governança de testes gerou ganhos de escala e comprovação matemática de valor.

VOLUME & ESCOPO

+100

Peças desenvolvidas, adaptadas e revisadas

Produção e otimização cobrindo todas as frentes de atuação: e-mail marketing, WhatsApp, réguas transacionais e comunicações de produto.

EFICÁCIA COMPROVADA

+23%

Uplift de conversão vs. grupo de controle

Aumento significativo na taxa de contratação e ativação, validado contra grupo de controle mantido sem comunicação.

DIMENSÃO AVALIADA	METODOLOGIA DE MENSURAÇÃO	IMPACTO OBSERVADO
Capacidade produtiva	Mapeamento de esteira criativa e catálogo de peças	+100 peças entregues
Adesão qualificada	Testes A/B com isolamento de grupo de controle	+23% uplift
Eficiência de canal	Leitura de cliques, abertura e conversão por jornada	Otimização contínua

Tabela de indicadores · Mensuração contínua conduzida em parceria com o time de Dados.

Exemplos de comunicação *orientados por contexto*



EXPERIÊNCIA MOBILE

Proposta contextual de benefícios integrada ao ambiente digital.

A eficácia da régua reside na adequação precisa entre canal, densidade da mensagem e momento emocional do usuário na jornada.

WHATSAPP E IN-APP

Proposta direta e objetiva

Traduz benefícios complexos em uma mensagem concisa, clara e de baixo atrito. Foco em decisão imediata, resposta rápida e em gerar curiosidade, levando para conclusão no app.

E-MAIL

Aprofundamento e relacionamento

Espaço editorial para detalhar diferenciais de investimento, cashback exclusivo e atendimento premium. Acompanha o tempo do cliente para ler, comparar e valorizar o serviço.

CONSISTÊNCIA MULTICANAL

O cliente recebia a mesma clareza de proposta, independentemente de abrir o e-mail pela manhã ou interagir no WhatsApp à tarde.

O resultado foi uma *operação de CRM integrada*

Mais do que comunicar um produto premium, o trabalho construiu uma experiência de relacionamento viva e escalável para todo o ciclo de vida.

Da descoberta à utilização recorrente

Operação ancorada em comunicação multicanal, automações contextuais e ciclos ágeis de otimização contínua, estabelecendo padrão sustentável de relacionamento com cliente de alta renda.

i **Relacionamento contínuo sobre mensagens pontuais**

Cliente acompanhado consistentemente do primeiro impacto à renovação e manutenção da assinatura de valor do produto.

ii **Estratégia criativa alinhada à disciplina analítica**

Produção em escala de copy e layout, com testes de controle, garantiu que cada peça comprovasse retorno.

iii **Operação preparada para o crescimento do produto**

Régua e aprendizados documentados foram alicerce para expansão contínua da base de clientes Ultravioleta.

Case de sucesso · Portfólio de gestão de CRM, copywriting e estratégia de lifecycle marketing.