

## Como a MaxMilhas automatizou suas campanhas de e-mail e conseguiu direcionar melhor suas ações de marketing

A MaxMilhas é uma empresa de Belo Horizonte que tem hoje quase 3 anos de atuação no mercado de comércio eletrônico de milhas aéreas. O empreendedor Max Oliveira criou a empresa depois de ver a necessidade de existir um espaço de troca entre pessoas que querem vender e/ou comprar milhas.

Em franco crescimento, a **MaxMilhas** vem desenvolvendo seu modelo de negócios para se tornar a **principal companhia de trocas de milhas aéreas do Brasil**. E este objetivo tem ficado cada vez mais próximo.

### A SOLUÇÃO: DITO

Com Dito, a MaxMilhas conseguiu criar uma série de campanhas para os vendedores e compradores de milhas que funcionam de maneira automatizada e permitem ao marketing da empresa uma atuação muito mais estratégica do que operacional.

Permitiu segmentar a base pelo interesse em trechos determinados, pelo interesse em vender ou comprar milhas e pelo número de transações para identificar Top Clientes, foi fundamental para garantir o sucesso das ações da MaxMilhas com a Dito.

Conseguir ter com fácil acesso, informações sobre o resultado das campanhas, inclusive com receita Last Click e receita influenciada tornou o trabalho de mensuração muito mais eficiente, permitindo melhor direcionamento dos investimentos e insights para novas campanhas.

### OS DESAFIOS

A MaxMilhas lida com 2 públicos diferentes: quem quer vender milhas e quem quer comprar passagem aérea por um preço mais acessível. E as conversões e mensagens para estes públicos tem características muito diferentes também.

Além disso, os interesses dos clientes que compram passagens aéreas são muito diversos e conseguir monitorar e impactá-los de acordo com estes interesses também é um grande desafio. O time de marketing da empresa precisava de uma ferramenta que tivesse o poder de segmentar mensagens para diferentes públicos, com diferentes interesses e com diferentes conversões.

Um outro grande desafio era fazer com que os vendedores de milhas completassem seus cadastros para que o repasse da venda pudesse ser feito sem maiores problemas. Junto a todos estes desafios, a equipe de marketing deveria provar o resultado destas ações para a diretoria da empresa para validar as estratégias e determinar se houve ou não sucesso.

“A Dito nos ajuda a **interagir** com mais frequência com os clientes, gerando maior **confiança** e retenção”



**MAX OLIVEIRA**

CEO MaxMilhas

Conheça outros cases e clientes da Dito no nosso site e veja qual mais se parece com o seu!