

# Como a integração on e off da Dito ajudou a Constance a entender melhor a jornada de compra dos clientes, chegando a um ROI de 21

## O DESAFIO

A Constance enxerga a importância em segmentar e personalizar as notificações que envia para a base de clientes.

Uma marca *premium*, que já usa uma forma de segmentação nas lojas através do modelo de compra *self shoes*, deve refletir o mesmo conceito na sua comunicação.

Além das mais de 90 lojas físicas franqueadas, a Constance também possui um e-commerce. Muitas clientes namoram o produto na internet, mas finalizam a compra nas lojas físicas, e vice-versa. Com essa mudança no formato de consumo, o maior desafio da Constance é entender mais à fundo e de forma unificada a jornada de compra do cliente nos 2 canais.



Mule Marinho com Detalhe Cobra em Pedraria  
REF: 1060025\_\_205  
De: R\$159,99  
POR: 99,99 14x 25,00

QUERO!

## A SOLUÇÃO

Entender como acontece essa jornada se torna fundamental, e, para isso, precisavam de uma visão unificada da jornada de compra, integrada nos 2 ambientes.

É aí que a Dito entra! Integrando a Dito nos dois canais possibilitou a Constance a criar

campanhas personalizadas e segmentadas, usando dados tanto do online como do offline.

Como possuem todos os dados de histórico dos clientes, conseguem ser muito mais precisos ao segmentar os e-mails e, assim, recuperar os que não compram há um tempo e levar a mensagem certa.

Com a Dito a Constance faz os seguintes tipos de campanhas personalizadas:

- Otimizam e-mails de broadcast com o teste A/B, assim melhoram a taxa de abertura e outras taxas.

### AUTOMAÇÕES

- Aniversário
- Carrinho abandonado
- Win back para quem não compra e não visita o site há mais de 65 dias

### SEGMENTAÇÃO

- Quem abriu notificação + navegou na categoria "bolsas": campanha com desconto de bolsas

## O RESULTADO

Usando a plataforma da Dito integrada nas lojas físicas e e-commerce + uma estratégia voltada para segmentação, a Constance obteve os seguintes resultados:

### CAMPANHAS COM PICOS DE:

- Taxa de abertura: 36%
- Taxa de clique: 12,6%
- Taxa de conversão: 0,379%
- ARES (receita por email enviado): R\$ 1,32

### GERAL:

- Taxa de entrega: 99,6%
- Impacto do e-mail na receita online: 15,69%
- ROI: 21



## SOBRE A CONSTANCE

A Constance é uma marca premium de sapato feminino com atuação em todo o Brasil. Possuem mais de 90 lojas no modelo de franquias, em 6 estados do Brasil, com mais de 4 mil modelos de sapatos femininos como sandálias, chinelos, rasteirinhas, botas, anklee boot, bota de montaria, alpargatas, anabela, scarpins, meia patas, tamancos, além de bolsas e acessórios.

Todas as lojas da Constance utilizam um novo conceito: o self shoes, em que os sapatos ficam separados em um closet com as numerações disponíveis. Esse novo modelo de compras proporciona mais conforto e praticidade na escolha de seus sapatos. A cliente pode ficar a vontade para escolher e experimentar.

Além das lojas a Constance também possui um e-commerce e um blog na qual se comunicam com as clientes online, dando dicas de estilo e trocando ideias.

"A plataforma da Dito possibilitou a Constance entregar uma comunicação mais integrada às nossas consumidoras, permitindo que a marca converse com os clientes em todos os momentos da sua jornada de compra, seja no online ou no offline. É uma plataforma fundamental para nos apoiar nas nossas estratégias Omnichannel".

**MARCELO LINHARES**  
Diretor de Ecommerce na  
Constance Calçados

