

ESTUDO DE CASO

## Animale.

## Como a Agenda Digital das vendedoras influenciou 46,9% da receita das lojas da Animale.

### Desafios

Para a Animale, a estratégia de CRM tem dois objetivos principais: aumentar a recompra e transformar clientes comuns em campeões. Todas as marcas do Grupo Soma já tinham uma visão omnichannel do comportamento do consumidor na Dito e usavam canais digitais (Email, SMS e Push) para se comunicar de forma segmentada com essas pessoas.

Mas ainda havia uma oportunidade pouco aproveitada na jornada de compra: a força de vendas das lojas físicas.

O desafio era integrar as vendedoras na estratégia de CRM e digitalizar algo que sempre fizeram muito bem: relacionamento.

*"As vendedoras também devem poder trabalhar estes dados nas lojas, pois elas são responsáveis pela maior parte do faturamento".*



**Tiago Dowsley**

Head de Digital no Grupo Soma

### Solução

A tecnologia da Dito permitiu que cada cliente fosse atribuído a uma loja da Animale e a uma vendedora de preferência, de acordo com a quantidade de compras e valor gasto.

Dessa forma, cada vendedora passou a ter sua própria carteira. O antigo "caderninho" se transformou em mais uma fonte de dados dentro do CRM e a capacidade de segmentação já existente na plataforma possibilitou incluir os vendedores na régua de relacionamento com o cliente.

A partir dos dados de comportamento, foi possível enviar para as vendedoras oportunidades segmentadas. O contato ficou ainda mais personalizado com as informações de contexto sobre as consumidoras: data de aniversário, cupons de desconto ativos, categoria preferida, valor gasto, últimas compras, entre outros.

Além disso, também foi adotada a pesquisa de satisfação, que deu uma visão 360° sobre a experiência das clientes, permitindo que a Animale faça uma análise qualitativa e quantitativa sobre a estrutura de cada loja e o atendimento de cada vendedora.

### Resultados



REALIZADOS COM  
AGENDA DIGITAL



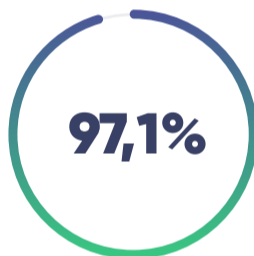
TAXA DE RECOMPRA



DA RECEITA  
DAS LOJAS FÍSICAS



À PESQUISA  
DE SATISFAÇÃO



AVALIAÇÕES "ÓTIMA"  
OU "MUITO BOA" 😊

Desde a implementação, mais de 700 mil contatos já foram realizados pelas vendedoras da Animale com suas clientes. Com a Agenda Digital da Dito, 46,9% da receita gerada na Animale passou a ser influenciada por este canal.

A taxa de recompra cresceu 5 pontos percentuais e hoje alcançou o nível de 89,9%. Na comparação do período pré e pós adoção da tecnologia, a marca obteve um incremento de 5,8% no volume de compras.

Em pouco mais de um ano de uso, mais de 16 mil respostas da pesquisa de satisfação foram registradas para a Animale, que hoje tem uma média de 97,1% dos clientes avaliando a experiência de compra como ótima ou muito boa.

*"Automatizou toda a nossa comunicação, direcionando o cliente certo para o vendedor no momento certo".*



**Natália Camenietzki e Carolina Calarge**

CRM no Grupo Soma

*"Um sistema que filtra as informações que preciso. Com meia hora do meu dia eu consigo conversar com vinte clientes. Obrigada Dito, vocês facilitaram a minha vida!"*

Vendedora da Animale

### Sobre a Animale

Concebida pelos irmãos Claudia e Roberto Jatthy em 1991, a Animale se tornou referência no mercado de moda feminina no Brasil. Com mais de 80 lojas, as coleções são marcadas por luxo e sofisticação.

Em 2010, a marca se fundiu com outra líder de mercado, a Farm, e juntas formaram o Grupo Soma, com sede no Rio de Janeiro.

Nos anos seguintes, o grupo ganhou outras cinco marcas: Fábula, FYI, A.Brand, Foxton e Cris Barros.

Atualmente, a empresa possui quase 5 mil funcionários e está presente em todo Brasil, com 178 lojas próprias, além de multimarcas e e-commerce.

Gerencie, gere tráfego para as suas lojas e otimize a performance dos seus vendedores.

Conheça a **Agenda Digital**:

Saiba mais

