



RAY

***3 motivos para fazer uma boa
gestão da base de dados de clientes:
Um case Disney***



**A sua base de
clientes contém o
mapa de ouro
para uma maior
geração de valor
ao negócio**

Maior Geração de valor ao negócio

01 Segmentação de mercado

Ao analisar as principais características e interesses do seus clientes/usuários, você pode definir o perfil do cliente ideal e investir em ações mais alinhadas para atrair novos compradores.

A estratégia é vantajosa para entender quais são os melhores canais de divulgação, a linguagem que deve ser priorizada, entre outros pontos. Se bem aplicado, tal fato pode gerar uma maior conquista de clientes com um investimento menor de tempo e dinheiro.

É importante segmentar para conquistar, afinal, considerar o público genérico e de maneira uniforme pode arruinar o sucesso de qualquer produto ou serviço.

01 Segmentação de mercado

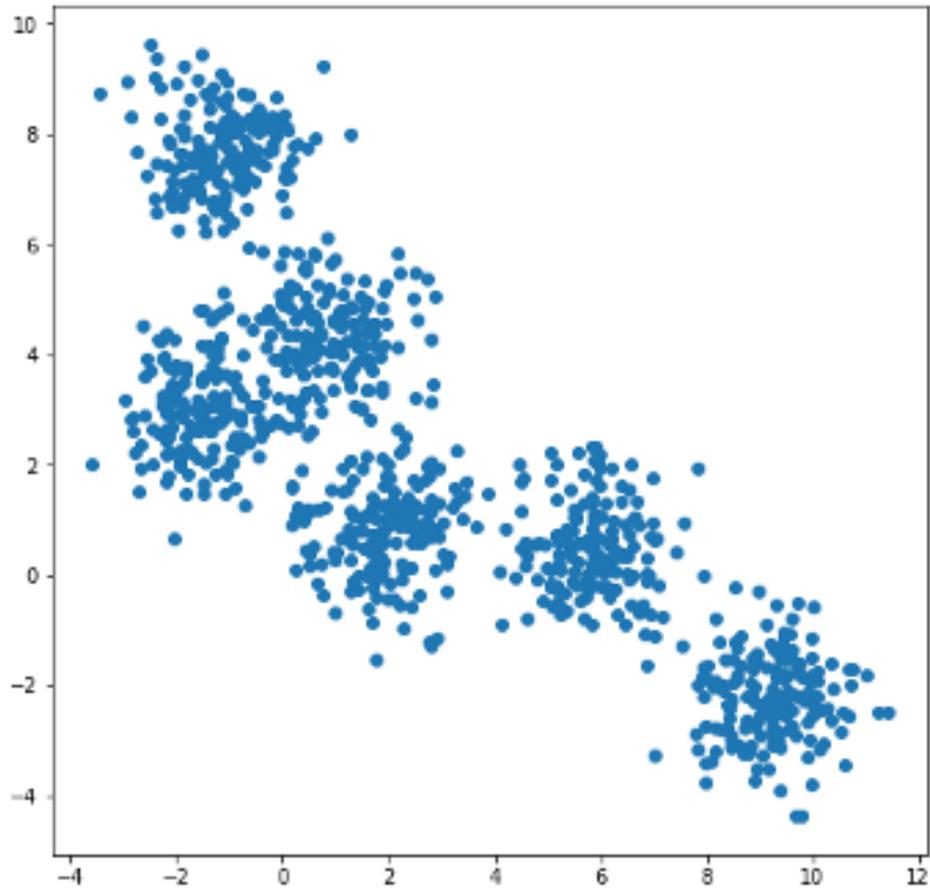
O jeito Disney de encantar os clientes, ou metodologia Disney, pode ser aplicado em qualquer negócio. Isso porque independente do modelos de negócio e do tamanho das empresas, existe algo que costuma ser ponto de convergência no mercado: **o grande foco em encantar clientes e fidelizá-los.**

E como a Disney consegue encantar? Como ela sabe o que encanta seus clientes, sendo que há clientes dos mais de 150 países todos os dias em seus parques?

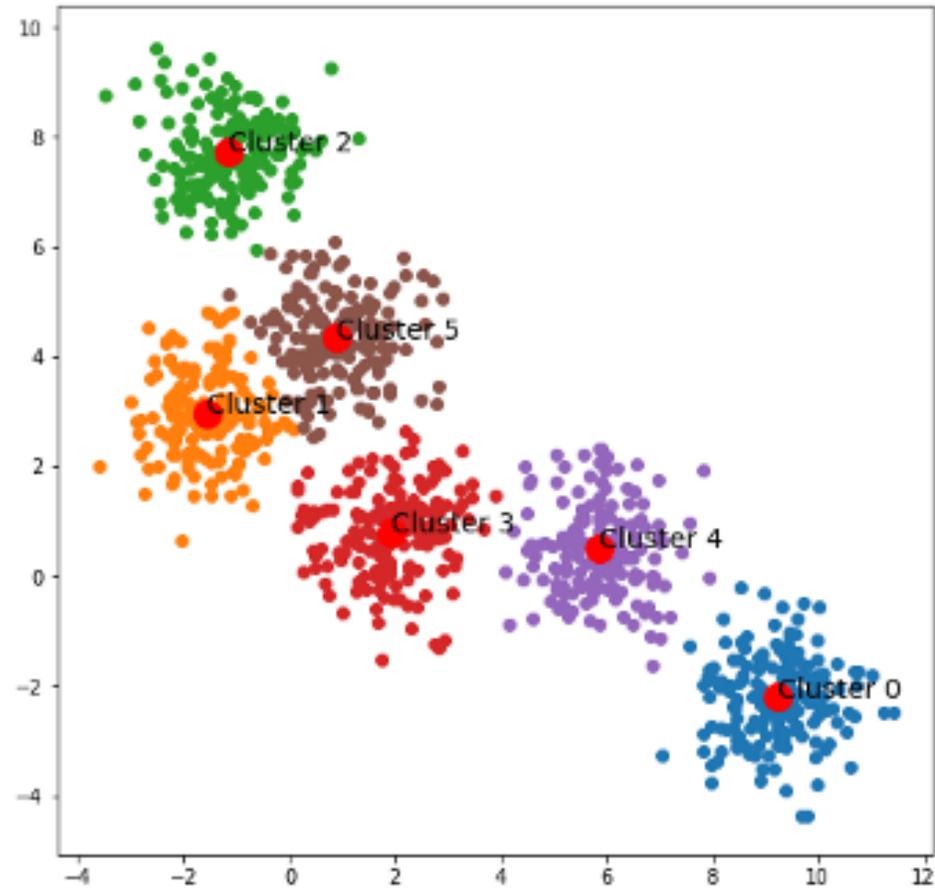
Estudando-o e buscando segmentar em centenas de personas, a fim de oferecer exatamente produtos e serviços com maior probabilidade de serem vendidos, de acordo com a persona.



Antes de segmentar



Depois de segmentar



02 Estratégias

Ao recorrer ao constante enriquecimento detalhado dos clientes/usuários, a empresa poderá investir em estratégias mais direcionadas de vendas e pagamentos. Além disso, os direcionamentos tendem a ser mais assertivos mediante eventuais noções de costumes e práticas de mercado.

Estratégia baseada em dados de clientes, na prática!

A preocupação é tanta, que semanalmente cerca de 1500 clientes são entrevistados nos parques para saberem quão perto de 100% a Disney está.

Mediante resultados, as estratégias são devidamente realinhadas.

03 Novas receitas

Ao segmentar de maneira inteligente, direcionada e enriquecendo via bancos de dados públicos, o gestor gera ganho operacional significativo para modelar eventuais produtos ou serviços para clusters específicos.

Novas possíveis receitas:

1. Serviços direcionados para clusters específicos (maior volume/maior margem);
2. Banco de dados para vendas (torne-se uma datatech);
3. Incrementos de vendas (up-selling/cross-selling)

Não existem concorrência se você atende além da necessidade do cliente:

Walt Disney deixou dicas de como encantar cliente em 7 passos:

1. Saiba tudo sobre seu cliente;
2. Mostre para ele que você o conhece muito bem;
3. Faça seu cliente se sentir à vontade;
4. Prove ao seu cliente que ele pode confiar em você;
5. Inicialmente, atenda às suas necessidades;
6. Depois, surpreenda-o: supere suas expectativas;
7. Não deixe essa experiência terminar;

The logo for RAY is a circular emblem with a purple-to-teal gradient. The word "RAY" is written inside in a white, stylized, sans-serif font. The letter 'A' is unique, featuring a triangular shape within its upper half.

RAY



***“A melhor maneira de
iniciar é parar de falar e
começar a fazer”***

- Walt Disney

RAY