

Caso de Sucesso E-goi

# The Florist

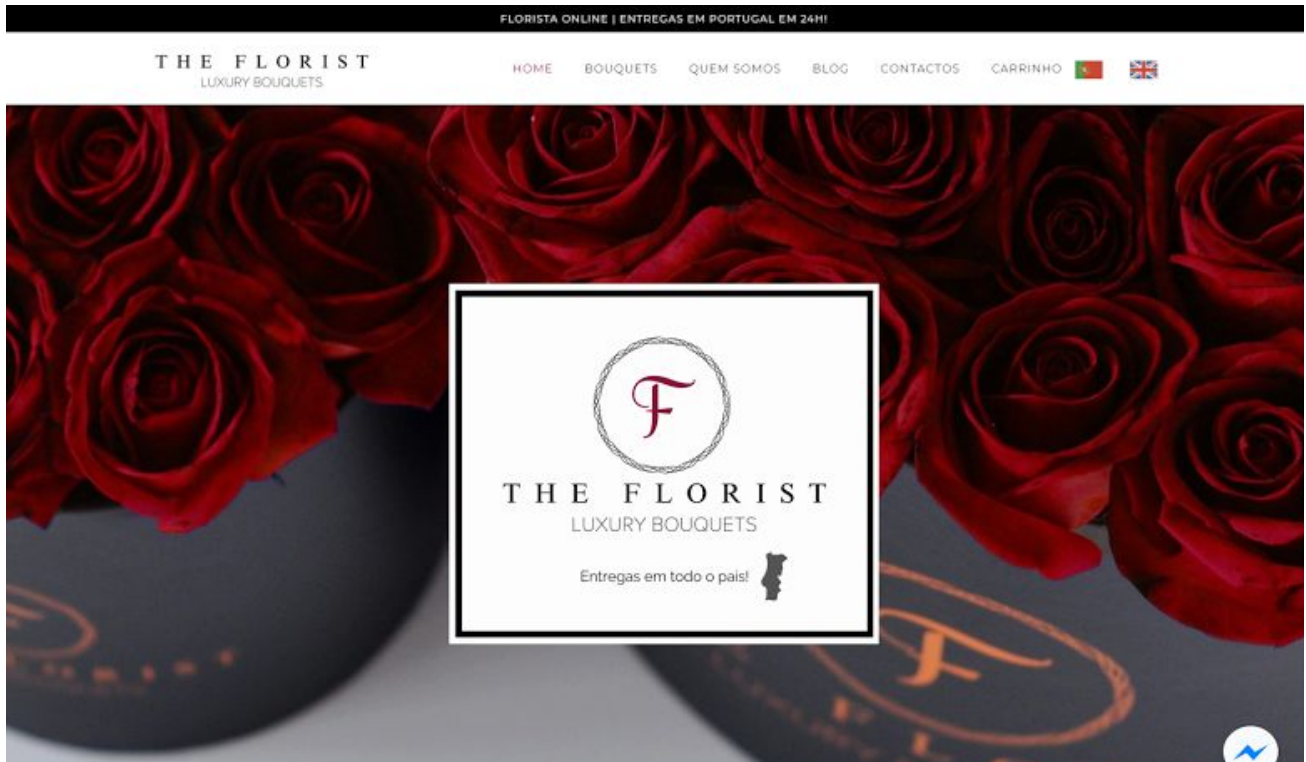
Luxury Bouquets



CASE STUDY



THE FLORIST  
LUXURY BOUQUETS



Quando dois jovens empreendedores, encontram uma solução extremamente antiquada para um problema comum, é certo que algo de disruptivo estará acontecer.

É o caso de Pedro e Tiago, dois amigos de longa data, que cansados de se esquecerem de surpreender as suas caras-metade no Dia dos Namorados (com tudo o que isso implica...), decidiram pôr mãos à obra e embarcar numa viagem que acabaria no desenvolvimento da sua própria solução: o *The Florist*.

Para o mais comum dos mortais, o *The Florist* poderia perfeitamente ser uma simples loja online de flores com um serviço de entregas ao domicílio, mas o que estes dois empreendedores tinham em mente, ia muito além da simples venda.

Desde a sua génese que o *The Florist* tem como missão não a venda de produtos, mas sim o fornecimento de experiências de luxo, dignas do momento especial que cada cliente celebra quando os procura.



## O Problema

Se para os seus fundadores, a missão do *The Florist* era bastante clara, já a sua execução implicaria várias complexidades, as quais tinham a certeza de que nunca conseguiriam suportar sozinhos.

Desde a aquisição do potencial cliente até à entrega final do produto, passando pela matéria prima, confecção, logística, atendimento ao cliente e sua fidelização, muitos eram os obstáculos a ultrapassar, o que para uma equipa de duas pessoas, ainda nos seus empregos a full-time, rapidamente se demonstrou tratar de uma tarefa impossível.

O tempo e custos dispendidos em cada fase do funil de venda, teriam que ser reduzidos ao mínimo, libertando os dois empreendedores para aquilo que era mais importante: surpreender os seus clientes com uma experiência luxuosa, em todo o território nacional e num espaço de 24 horas.

## A Solução

Identificadas as ameaças que toda esta logística implicaria, um objetivo tornou-se prioritário: Tudo o que fosse feito, teria que ser automatizado.

A implementação da estratégia de Inbound, o acompanhamento de todo o ciclo de vida do cliente, desde a conversão em venda, upselling, até à fidelização, a recuperação de Leads perdidos, o trabalho conjunto com redes sociais, etc. Tudo teria que funcionar de forma automática e fácil, sem necessidade de inúmeras ferramentas e recursos humanos.

O E-goi, pela sua flexibilidade, variedade de canais e funcionalidades para ecommerce, acabou por ser a escolha lógica para toda a automação do Marketing do *The Florist*.



## As Ações

### Integração total

O primeiro passo para conseguir uma comunicação assertiva, é conseguir uma sincronização em tempo real entre aquilo que o seu Cliente ou Lead faz na sua loja e a ferramenta de comunicação que utiliza.

No caso do *The Florist*, a plataforma de ecommerce que escolheram foi o Shopify e como o E-goi possui um plugin de integração, esta sincronização foi muito fácil de implementar.

<https://goidini.e-goi.com>

Esta integração, para além de sincronizar os dados de todos os usuários que efetuam alguma compra (ou intenção de compra), acrescenta ao seu site a capacidade de tracking, permitindo, através do E-goi, comunicar com o visitante com base nas ações que ele faz no próprio site, como visualização de determinados produtos, categorias, etc.






## Recuperação de carrinho abandonado

Uma das capacidades que o *The Florist* ganhou com a integração do seu ecommerce com o E-goi, foi o envio automatizado de mensagens para recuperar vendas perdidas. Quem neste momento mostrar interesse em algum produto e o adicionar ao carrinho, mas não concluir a compra, irá receber de forma automática uma das mensagens com maior taxa de conversão: A mensagem de recuperação de carrinho abandonado.

São várias as razões para um visitante não concluir o processo de compra, mas uma grande percentagem destes abandonos, prende-se com o valor das despesas de envio. O The Florist procura resolver esta questão, enviando uma mensagem de oferta destes custos, para quem não conclui a compra ao fim de 24 horas. Para uma maior efetividade, a mensagem é personalizada com o(s) produto(s) específico(s) que a pessoa deixou no carrinho.



**THE FLORIST**  
LUXURY BOUQUETS

**O seu bouquet continua à sua espera.**


Reparámos que deixou bouquet no carrinho de compras. Se optar por terminar a sua compra, o seu carrinho ficará à sua espera.

**NOTA:** Sabia que é possível efetuar o levantamento sem qualquer custo no nosso DROP Point no Porto? Fica mesmo ao pé do Hospital de S. João!

Concluir a sua compra
ou
 Visite a nossa loja

---

**Bouquets no seu carrinho**



**Eternal Blue Roses × 1**  
preta

---

Se tiver alguma questão, por favor responda a este e-mail ou entre em contacto connosco através do e-mail [apoiocliente@theflorist.pt](mailto:apoiocliente@theflorist.pt)



## Atrair potenciais Clientes

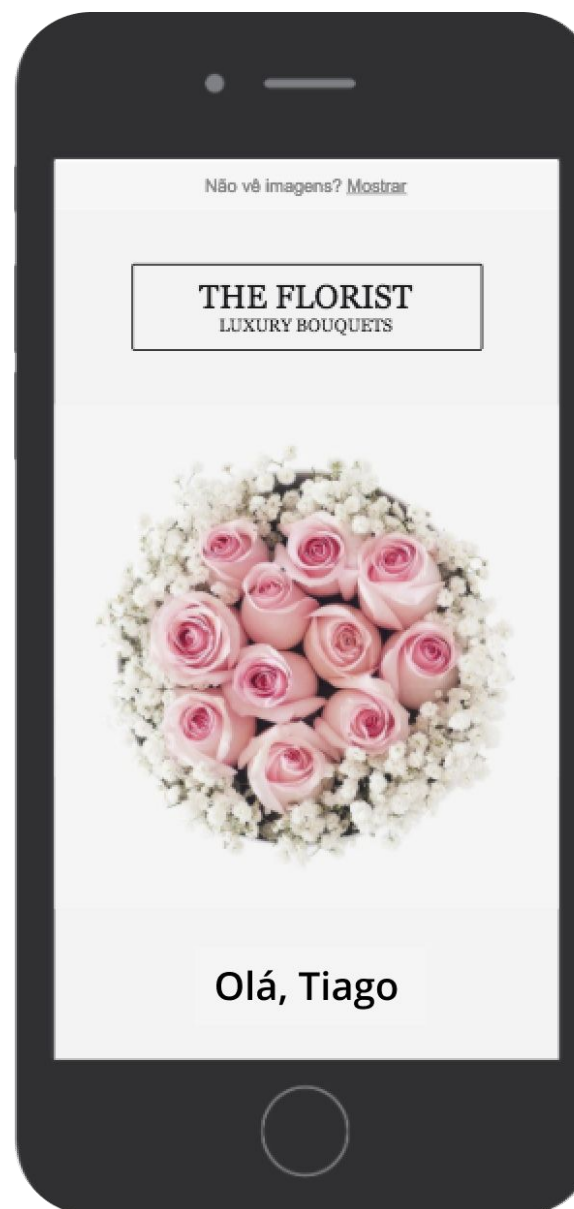
Inserido na sua estratégia de Inbound, o *The Florist* implementou vários formulários E-goi no seu site, não só em forma de Pop-Up, como de caixas de subscrição. Desta forma, o *The Florist* ganhou a possibilidade de entregar aos seus leads, não só conteúdos relacionados e relevantes, como campanhas automáticas de promoções nas datas festivas mais importantes para o seu negócio, como o dia dos namorados, dia da Mãe, Páscoa, etc...

Uma das formas mais interessantes para conseguir captar o contato dos seus visitantes foi a implementação de uma funcionalidade extremamente útil para quem os procura: Lembrete automático das datas mais importantes para cada pessoa.

Esta funcionalidade, extremamente simples de implementar, consiste num formulário E-goi, onde são pedidos o email e número de telemóvel da pessoa e várias datas que a pessoa tenha como importantes na sua vida, como por exemplo, o aniversário de casamento, aniversário da namorada/mulher, aniversário da Mãe, etc... identificando sempre do que se trata.

A partir do momento que a pessoa submete esse formulário, o *The Florist* envia automaticamente um SMS ou Email 1 semana antes de cada data, lembrando a pessoa do dia que se aproxima, sugerindo um produto *The Florist* como sugestão de presente.

Para além deste lembrete e recomendação, o visitante percorre um fluxo de venda que pode acabar com um desconto de tempo limitado, criando urgência na compra do produto sugerido.





## Recuperar Clientes antigos

Um dos maiores factos no Marketing é que reter clientes atuais é muito mais fácil e económico do que conquistar clientes novos e o *The Florist* sabe bem disso.

Nesse sentido, tirando partido da total sincronização entre a plataforma de ecommerce, através da qual as informações relativas às compras de cada cliente, são passadas para a informação do subscritor no E-goi, o *The Florist* pode então, de forma automática, reativar clientes antigos, antecipando as suas necessidades, com base na data da última compra.

## Manter o Cliente satisfeito

Ouvir o que o cliente tem a dizer, é meio caminho andado para fidelizar os clientes atuais. O *The Florist* criou um formulário de satisfação que é enviado por email para o cliente, após a sua compra, pedindo um feedback ao serviço prestado. Para além da opinião, é pedido ao cliente que avalie a sua experiência numa escala de 0 a 10. Essa informação é adicionada ao subscritor em questão e é acionada uma notificação sempre que a classificação foi negativa, de forma a poderem entrar em contacto com o cliente e tratar do caso com mais atenção.

O cliente sente-se "ouvido" e em boas mãos, voltando ao *The Florist* para segundas e terceiras compras.

### Email

### Localização

### Avaliação



### Título da Avaliação

### Corpo da Avaliação (1500)



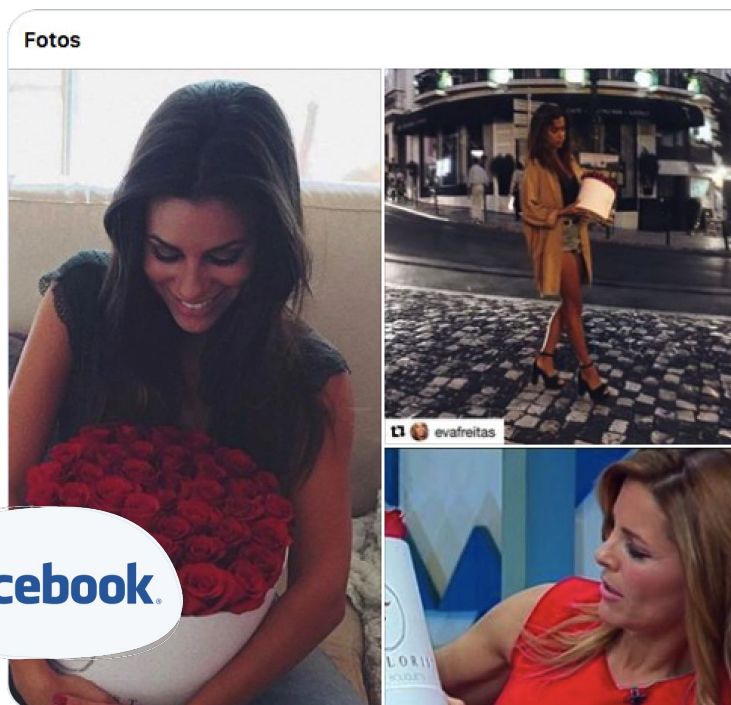
## Marketing Automation também no Social

Focar toda a comunicação num só canal, nunca foi opção para o *The Florist*. Estar onde os clientes estão e quando estão, é uma das máximas do marketing multicanal. O *The Florist*, sabendo disso, rapidamente aproveitou a integração do E-goi com o Facebook Lead Ads para a sincronização automática dos leads gerados nos seus anúncios de Facebook e Instagram com a sua lista E-goi e foi ainda pioneiro em aproveitar a nova integração entre o E-goi e o Facebook Audiences, para fazer anúncios nessas redes sociais, com base em segmentos no E-goi.

Esta última integração, permite ao *The Florist* ativar por exemplo, um anúncio no Facebook oferecendo os custos dos portes de envio, para quem não abriu o email de recuperação de carrinho abandonado. Esta ação não só amplia o alcance dessa sua campanha, por estar a tirar partido de uma variedade maior de canais, como também poupar nos custos em anúncios, ao apresentá-los só para quem ainda não converteu com o email enviado.



## facebook Ads







## O Resultado

O *The Florist* é sem dúvida, um daqueles clientes com quem adoramos trabalhar, pois não só tira partido da grande flexibilidade e variedade de funcionalidades que o E-goí disponibiliza, como também podemos, desde muito cedo, verificar os benefícios que a Automação traz para uma empresa que pretende crescer de forma sustentável, simplificando e otimizando os seus processos.

Deixamos aqui os resultados mais relevantes do trabalho deles:

10%

**Mais Conversões**  
de Leads em Clientes

307%

**Aumento**  
do ticket médio

54%

**Mais vendas**  
Recorrentes (2ª e 3ª  
compra)

312%

**Crescimento**  
da base de dados

68%

**Redução de custos**  
em anúncios no Facebook  
e Instagram

99%

**de automatização**  
de processos desde a  
aquisição, venda e  
fidelização



THE FLORIST  
LUXURY BOUQUETS

## O Futuro

### Premiar os melhores Clientes

Segundo Tiago, um dos fundadores do *The Florist*, agora que grande parte da automação inicial está já implementada, o foco será o desenvolvimento do próprio serviço prestado, porém, admite que ainda muito ficou por fazer.

Uma das funcionalidades que pretende implementar num futuro próximo, é o lançamento de um programa de fidelização, com a criação de um clube VIP, através do qual cada cliente poderá acumular pontos por cada compra que faz. Este programa, irá tirar partido da funcionalidade de pontuação do E-goi, baseada na informação que a integração com a plataforma de ecommerce sincroniza com o E-goi. É algo muito simples de montar com os Autobots do E-goi e que já poderia ter sido lançado, simplesmente esse tipo de programa implica uma grande divulgação junto dos clientes, o que para já, não é prioritário, diz Tiago.

