



×

Lenovo

SUCCESS STORY

Como a Lenovo eliminou as barreiras de compra com os recursos de personalização e automação onsite da Insider

Gameificação

InStory

Automação

8.6%

aumento na CTR para adicionar ao carrinho

0.6%

CVR via Gameificação

5%

CTR para programa de membros



Diretor, Departamento de eCommerce

Lenovo

Quando se trata de produtos de alto engajamento, é fundamental minimizar, simplificar e agilizar o processo de pesquisa para novos visitantes **antes que o interesse deles diminua**. Com a Insider, podemos oferecer uma experiência personalizada abrangente e evitar que os visitantes saiam do nosso site no meio do caminho, **simplificando muito o processo de pesquisa.**"

Sumário Executivo

Os PCs e dispositivos inteligentes da Lenovo são considerados produtos de alto engajamento. Os clientes passam por um extenso processo de reflexão e consideração para explorar, comparar e avaliar os produtos antes de tomar a decisão de compra. A empresa queria acelerar esse processo e precisava de uma solução de marketing confiável que pudesse disparar e gerenciar automaticamente mensagens de estímulo personalizadas para orientar cada pessoa ao longo de sua complexa jornada de compra. Os resultados foram um aumento de **8,6% nas taxas de cliques** para adicionar ao carrinho para o produto "Build Your PC" da Lenovo e uma **CTR de 5%** para o programa de associação B2B da empresa, o Lenovo PRO.

Sobre a Lenovo

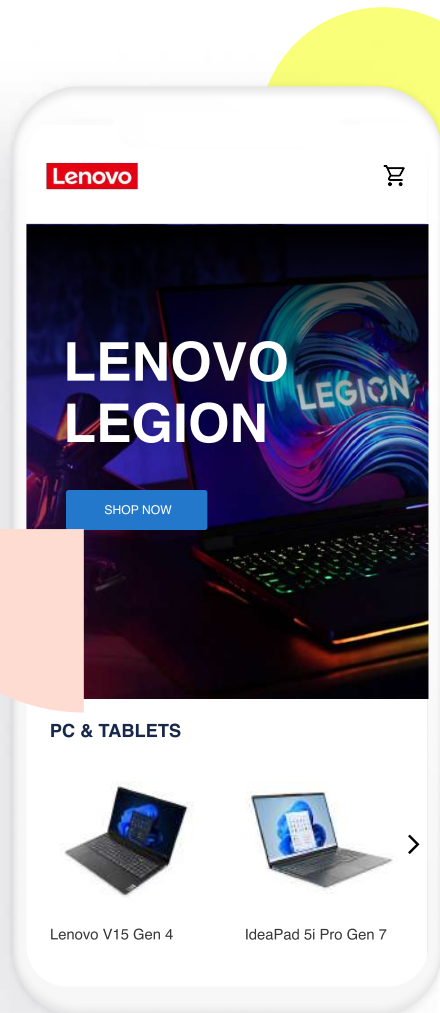
Fundado em 1984 na China, o Grupo Lenovo é uma empresa de tecnologia especializada na fabricação e comercialização de eletrônicos, PCs, software e soluções de negócios. A Lenovo tem milhões de clientes em mais de 180 países, com mais de 63.000 funcionários em mais de 60 países.

Como a maior vendedora de PCs e fabricante de dispositivos inteligentes do mundo, a Lenovo está liderando a transformação inteligente das empresas, fornecendo "Tecnologia mais inteligente para todos" com o mais amplo portfólio de produtos de tecnologia conectada do mundo.

Por que Insider?

Depois de considerar várias soluções de marketing, a Lenovo escolheu a Insider devido à sua impressionante seleção de templates personalizáveis, recursos de personalização dimensionáveis e sofisticados recursos de testes e análise AB.

Aumento de 8,6% na taxa de cliques para adicionar ao carrinho graças à automação onsite da Insider



O desafio

"Monte seu PC" é uma das ofertas mais populares da Lenovo em seu eCommerce. Como o processo exige muita tomada de decisão por parte do comprador, os usuários tendem a repetir o padrão de sair e voltar ao site para comparar as especificações com outros produtos. A Lenovo queria minimizar as desistências simplificando o processo e removendo o maior número possível de barreiras à compra.

A solução

A Insider recomendou o uso de configuração de página personalizada para visitantes que retornavam e que já haviam feito suas próprias seleções e saíram no meio do processo. Quando retornavam, esses visitantes descobriam que sua configuração personalizada havia sido salva automaticamente. Isso permitiu que eles continuassem de onde pararam sem precisar perder tempo e ter o trabalho de selecionar novamente as opções.

O uso da configuração de páginas salvas automaticamente para os visitantes que retornam aumentou a **taxa de cliques de adicionar ao carrinho da Lenovo em 8,6%**.

Os resultados

8.6%

de aumento em taxa de cliques de adicionar ao carrinho



Com a ajuda do gerente de contas da Insider, criamos uma campanha que levaria os usuários ao longo do funil de compras, levando-os à **conversão**."

Diretor, Departamento de eCommerce

Lenovo

Com a confiança de +1.200 marcas ao redor do mundo

SAMSUNG

GAP

L'ORÉAL

Santander

Virgin

TOYOTA

MAC

[Agende uma demo](#)

CASO DE USO #2

Aumentar o engajamento do usuário por meio da gamificação

O desafio

A Lenovo queria aumentar as taxas de conversão, incentivando os usuários a fazer uma compra.

A solução

A Insider recomendou o uso da ferramenta de gamificação **Random Box**, que permitiu que a equipe de marketing da Lenovo oferecesse uma série de cupons de desconto diferentes.

Os usuários foram apresentados a um pop-up que oferecia cupons de desconto variados de forma aleatória. Ao clicar no pop-up, os usuários seriam recompensados aleatoriamente com um dos seguintes itens:

- 1% de desconto
- 2% de desconto
- 3% de desconto

Nenhum desconto e uma mensagem de "mais sorte na próxima vez".

O uso desse recurso de gamificação resultou em maior engajamento do usuário, com uma **taxa média de cliques de 6%** e uma **taxa de conversão de 0,6%**.



Embora realizemos muitas campanhas diferentes com a Insider, as melhores em termos de desempenho e engajamento são as 'gameficadas', especialmente nossa campanha 'Random Box'."

Diretor, Departamento de eCommerce

Lenovo

Os resultados

6%

Média de CTR

0.6%

CVR

Aumentar o número de membros dos programas B2B e de estudantes da Lenovo usando mensagens altamente personalizadas e o InStory

O desafio

Atualmente, a Lenovo tem dois programas de associação: o Lenovo PRO, para empresas, e o Lenovo EDU, para estudantes. Os clientes só podem fazer compras se forem membros desses programas. A associação incentiva o **aumento do CLTV e da fidelidade**, por isso a Lenovo queria aumentar o número de membros.

A solução

A Lenovo aproveitou o poder do InStory, uma solução para a criação de experiências de 'stories', para ajudar os profissionais de marketing a atrair mais olhares para os produtos por meio de um formato divertido, imersivo e de fácil acesso.

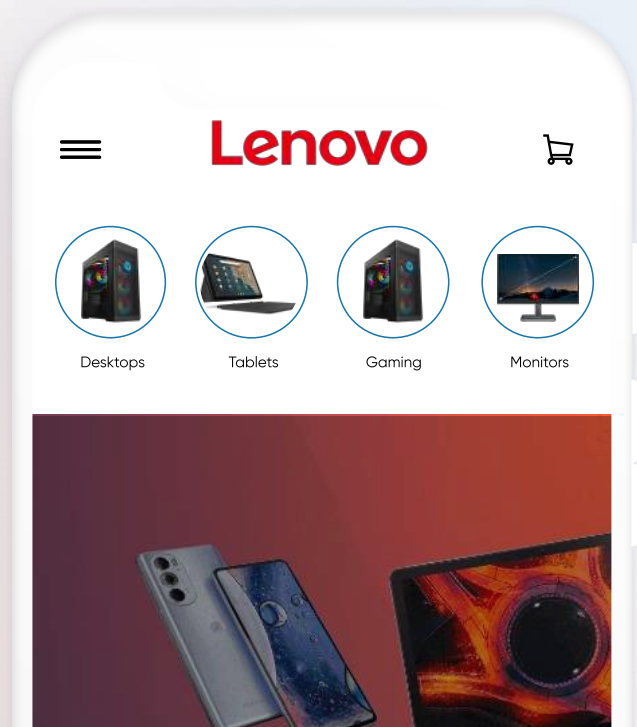
Com uma interface semelhante à do Instagram, a Lenovo criou destaques de histórias com palavras-chave que os alunos geralmente usam ao comprar computadores, por exemplo, "Carregamento rápido", "Laptops para estudantes" e "Tecnologia inteligente". Quando os alunos tocavam no destaque do story, eles podiam deslizar, tocar e segurar para ver os detalhes em um formato mais imersivo.



Com a Insider, podemos criar interações significativas em vários pontos de contato, o que nos ajudou muito a fortalecer nossa estratégia geral de experiência do cliente B2B, enquanto o InStory nos permitiu **melhorar significativamente** o envolvimento onsite com os usuários estudantes."

Diretor, Departamento de eCommerce

Lenovo



Os resultados

5%

CTR para o
Lenovo PRO



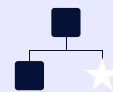
Sumário

"A Insider tem fornecido **suporte consistente e confiável** nos últimos anos, desde 2019, atendendo aos diferentes públicos das três plataformas de eCommerce da Lenovo. Para qualquer pessoa que esteja considerando uma solução para personalização e automação da jornada do cliente, recomendamos fortemente a Insider."

Diretor, Departamento de eCommerce,
Lenovo

Um Futuro Brilhante

A Lenovo está ansiosa para experimentar mais com os templates de gameificação da Insider para aumentar o envolvimento e a resposta do usuário a longo prazo. Eles também estão interessados em explorar como podem usar segmentos preditivos alimentados por IA para personalizar as jornadas com base na intenção prevista em tempo real e aprender mais sobre a solução WhatsApp Commerce líder do setor da Insider.



Recurso preferido **Gameificação**

O recurso favorito da Lenovo é o **Random Box Gamification**, porque ele gerou as campanhas de melhor desempenho e maior engajamento da empresa.

Sobre a Insider

A Insider - uma plataforma única para a criação de experiências individualizadas e entre canais - permite que os profissionais de marketing corporativo conectem os dados dos clientes entre canais e sistemas, prevejam seu comportamento futuro com um mecanismo de intenção de IA e individualizem as experiências dos clientes. Os profissionais de marketing usam a plataforma da Insider para oferecer experiências consistentes e envolventes em canais como Web, aplicativo, Web Push, e-mail, SMS e aplicativos de mensagens (WhatsApp, RCS).

Recentemente, a Insider conquistou o status de unicórnio e foi parabenizada pela NASDAQ por se tornar um dos poucos unicórnios de SaaS B2B fundados e liderados por mulheres no mundo. A Insider foi nomeada líder no Quadrante Mágico do Gartner para Mecanismos de Personalização 2022, no The Forrester Wave para Gerenciamento de Campanhas entre Canais 2021 e no IDC MarketScape: Worldwide Customer Data Platforms Focused on Front-Office Users 2021-22 Vendor Assessment.

SAMSUNG

GAP

Virgin

TOYOTA

MAC

L'ORÉAL

CNN

Santander

[Agende uma demo](#)

useinsider.com | info@useinsider.com