

APLICATIVO UNICOS

APRESENTAÇÃO

Hoje nosso aplicativo mostra apenas 5 tipos de informação, status da obra, situação financeira, boletos, comunicados e documentos. Isso traz além de poucas informações, um nível mínimo de interatividade entre o cliente e a empresa, fazendo com que muitas vezes a Central de Atendimento tenha que ser acionada para sanar dúvidas dos clientes. Vejo ainda que como o aplicativo tem poucas funcionalidades, a adesão ao mesmo é muito baixa, não sendo possível medir este número.



O intuito do novo aplicativo, tem como além de trazer um maior número de informações, criar um vínculo entre o cliente e empresa, através de interatividade e novos serviços, aumento o número de adesão e utilização do mesmo.

O Aplicativo terá como foco 5 principais funcionalidades.

- Meus Imóveis
- Meus Pontos
- Loja Unicos
- Atendimento Unicos
- A Unicos

AS FUNCIONALIDADES

1. MEU IMÓVEL UNICOS

A primeira funcionalidade trará informações dos produtos que os clientes tem conosco, fazendo com que ele acompanhe e tenha de maneira simples e prática na palma da mão o que precisa saber sobre os mesmos.

- Informações (nome do empreendimento, quadra, lote, descrição do produto, data da compra, situação, e o status da obra)
- Financeiro (valor do contrato, valor atual da sua parcela, quantidade de parcelas em aberto, saldo devedor, extrato financeiro e informe de rendimentos)
- Documentos (proposta assinada, e o contrato de compra e venda assinado)

2. MEUS PONTOS

Funcionalidade exclusiva da Unicos para o novo sistema de cashback e fidelização dos clientes. Será a única maneira do cliente acompanhar e solicitar resgates do programa. E será a principal característica abordada pelo Marketing, para converter adesão dos clientes no App.

- Saldo De Pontos (total de pontos do cliente)
- Extrato de Pontos (relatório com pontos ganhas e utilizados)
- Resgate de Pontos (opções de onde o cliente poderá utilizar seus pontos)
- Solicitações (pedidos de resgate e seu status)

3. SHOP UNICOS

Funcionalidade que trará uma cara nova ao nosso jeito de fazer negócios, saindo dos plantões físicos e trazendo nossos produtos e serviços para o mundo digital. Aqui temos uma grande oportunidade em melhorar nossa eficiência, principalmente no quesito fornecimento de serviços.

- Nossos Lotes (opção para selecionar um empreendimento, trazendo uma lista dos lotes disponíveis e caso clique no interesse de comprar, redirecionamento para página e captação de leads)

- Nossos Apartamentos (aqui podemos demonstrar além das funcionalidades acima, imagens do decorado, planta baixa, imagens 3D)

- Nossas Casas (mesmas funcionalidades do item acima)

- Produtos Unicos (produtos personalizados com a marca da empresa)

- Serviços Unicos (listagem de serviços a definir com diretoria)

Ex: Cessão e Transferência, Matrícula atualizada, Limpeza de Lote, Reparo e Construção de Calçada)

- Promoções (campanhas com fatores de conversão maior em determinados períodos, além das tradicionais criadas pelo marketing)

4. AtendiUnicos

Esta funcionalidade do aplicativo, será interligada com o módulo de atendimento da totvs, gerando assim chamados automáticos no sistema. A criação dos tipos de atendimento depende de pesquisa interna com o Departamento, identificando as maiores demandas dos clientes.

- Solicitar 2ª via de Boleto

- Análise para Quitação

- Dúvidas / Elogios / Reclamações

5. Unicos

Funcionalidade destinada para que a empresa possa demonstrar seu portfolio completo, além de apresentar a equipe, nossos direcionamentos e outras informações da companhia.

- Empreendimentos

- Equipe

- A empresa

- Missão / Visão / Valores



A CRIAÇÃO DE UM SISTEMA DE PONTOS

O início de tudo, foi através da demanda de criar um programa de pontos, para fidelizar o cliente que compra os nossos produtos. Mas afinal, o que é, e para que serve um programa de fidelidade?

Programa de fidelidade é uma ação de marketing e vendas especificamente criada com o objetivo de reter e fidelizar clientes por meio de tratamento especial, prêmios, sorteios, acúmulo de pontos que podem ser trocados por presentes e outras estratégias que fazem o cliente se sentir especial, reconhecido pela empresa e disposto a manter seu relacionamento com ele por longo tempo em função da maneira especial e única como é tratado.

Um programa de fidelidade serve para fazer os clientes se sentirem únicos e fazê-los perceber que a empresa os conhece profundamente, oferecendo a eles as vantagens e os benefícios que desejam e, assim, se mantendo fiéis à marca, comparando dela por longos períodos.

Para a criação do sistema de pontos, temos 5 premissas básicas que acredito serem importantes.

1. Definir o percentual de cashback:

O primeiro passo é definir qual será o percentual de cashback oferecido aos clientes e parceiros. Isso pode variar de acordo com as políticas da empresa e com o mercado em que a imobiliária atua. Podendo ter diferentes percentuais por tipo de produto, momentos dos produtos, ou até mesmo campanhas sazonais.

2. Estabelecer regras claras:

É importante estabelecer regras claras sobre como o sistema de cashback irá funcionar. Os pontos poderão ser resgatados em valores monetários diretos? Qual legislação atende isso, como fica a contabilidade? O valor mínimo para que o cashback seja aplicado, prazo para que o cashback seja recebido, entre outras condições.

3. Integrar o sistema com a plataforma da imobiliária:

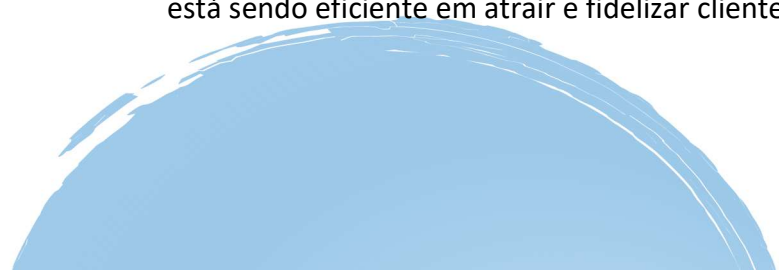
Para que o sistema de cashback funcione de forma eficiente e automatizado, ele deverá ser integrado ao Totvs RM.

4. Divulgar o sistema de cashback:

É importante divulgar o sistema de cashback para os clientes. Isso pode ser feito por meio de e-mail marketing, anúncios nas redes sociais, banners no site da imobiliária, entre outras estratégias de marketing.

5. Monitorar e avaliar os resultados:

É importante monitorar e avaliar os resultados do sistema de cashback para entender se ele está sendo eficiente em atrair e fidelizar clientes.



RESUMO DO SISTEMA DE PONTOS

O Sistema de Pontos Unicos, será uma ferramenta de Fidelização de Clientes e Parceiros, estreitando o relacionamento e fazendo com que nossos produtos e serviços tenham a preferência em um mercado cada vez mais competitivo, e terá como objetivo, recompensar o cliente que participa e interage, seja comprando produtos, indicando os produtos, participando de eventos ou enquetes internas.

Nas enquetes por exemplo, podemos disponibilizar para o Departamento de Marketing e Comercial uma pesquisa de mercado com a nossa base de clientes, sobre percepção de valor em um novo empreendimento, tipo de produto que terá maior aderência entre outras questões, onde o cliente que responder ganha pontos.

Podemos também utilizar o Sistema de Pontos para fidelizar Parceiros, imagine uma campanha para os corretores, onde não precisamos oferecer diretamente recursos financeiros, mais premia-los com pontos no nosso Aplicativo, gerando competitividade entre os mesmos, no final, eles irão trocar esses pontos e serão além de parceiros da empresa, clientes.

Além de clientes e parceiros, podemos estudar uma maneira de pontuar departamentos e colaboradores, pontos no aniversário, sugestões, ou resultados positivos na pesquisa interna por exemplo. Assim o colaborador pode utilizar seus pontos para trocar em produtos personalizados entre outros benefícios do programa.

Como métrica, a cada R\$ 1,00 pago em dia, o cliente receberá 1 ponto. A cada 10 pontos ele resgata o valor de R\$ 0,50, fazendo assim uma conversão de 0,5% sobre o montante investido.

Para corretores e imobiliárias o percentual deverá ser atrelado a quantidade de vendas, 200 pontos por unidade vendida, 100 pontos no lançamento e etc.

É de extrema importância ter uma métrica de conversão bem definida e simples, para que não fique confuso o entendimento do participante, a cobrança pelos produtos pode por exemplo não ser vinculada a valor monetário, somente a pontos. Ex: 1 Caneca 2.000 pontos, 1 Camiseta 5.000 pontos.

A criação de relatórios para acompanhar o engajamento de clientes e parceiros no resgate de pontos, saldo de pontos total da carteira entre outros a definir, será de extrema importância para acompanhar a adesão ao sistema de pontos proposto pela empresa.

Acredito que de início, o programa de pontos deve apenas ter como opção o resgate por produtos ou serviços, sendo eles, abatimento de valores em parcelas, abatimento no saldo do contrato, desconto na compra de unidades, compra de produtos exclusivos, solicitação de serviços.

Para a integração, vamos criar uma fórmula visual no Totvs RM para que sempre que uma baixa de parcela originada no módulo de incorporação acontecer, um percentual do valor pago seja inserido como pontos no extrato do cliente, e no caso do parceiro, cada vez que alterar o status para “contrato assinado”, o saldo seja convertido e inserido no extrato do mesmo.

Acredito que além da integração e da criação de relatórios, um portal intermediador seria interessante para o controle do sistema.