



**HOUSECRICKET**

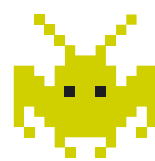


TRE  
ND S  
POT

HOUSECRICKET

Informação  
ponto a ponto.

EDIÇÃO 6/2016





O TrendSpot é um informativo periódico da **HouseCricket** que reúne as principais tendências e destaques sobre como as marcas estão se relacionando com seus clientes. Aqui você vai conhecer cases de sucesso, mecânicas diferenciadas, novidades do mercado e tudo sobre o universo dos programas de relacionamento.

Clique no “+” para entender melhor cada seção.  
E clique no título das matérias para vê-las por completo.

	<b>LUPA</b>	<b>04</b>	Love Your Body
Nubank prepara programa de milhagem		<b>08</b>	
Campari cria programa de relacionamento		<b>11</b>	
	<b>COMUNICAÇÃO</b>	<b>14</b>	E-mail Review Especial Dia das Mães
		<b>20</b>	Como as empresas estão melhorando o ROI em dispositivos móveis
		<b>21</b>	Desafio Mova Mais
Marcas de maquiagem continuam apostando em realidade aumentada		<b>23</b>	
Messenger agora tem plataforma com integração para CRM		<b>25</b>	
	<b>ESPECIAL</b>	<b>28</b>	Internet das Coisas nos programas de relacionamento
Twitter lança recurso de descrição de imagens para deficientes visuais		<b>32</b>	
Oi lança programa de fidelidade para pré-pago		<b>33</b>	
Hilton equivale status com outros programas de fidelidade		<b>34</b>	
Afinal, o que realmente importa para a fidelidade do consumidor?		<b>35</b>	
Chip implantado em fãs dá entrada ao estádio		<b>36</b>	



É o programa de fidelidade da marca Body Shop. A empresa britânica com mais de três mil lojas, distribuídas em 63 países, chegou ao Brasil em 2014 e oferece produtos de cuidados pessoais para mulheres e homens.

**PARA FIDELIZAR SEUS CLIENTES, O PROGRAMA OFERECE BENEFÍCIOS COMO DESCONTOS EXTRAS E VOUCHERS, QUE SÃO RESGATADOS COM OS PONTOS ADQUIRIDOS A CADA COMPRA.**



## PONTUAÇÃO

**U\$ 20** em compras = **1** ponto | **U\$ 50** ou mais em compras = **2** pontos

## RESGATE

O participante pode converter seus pontos em vouchers para trocar por produtos ou receber uma renovação gratuita no programa quando atingir 8 pontos.

**4** pontos = **U\$ 15** | **8** pontos = **U\$ 25** + próxima anuidade grátis

# THE BODY SHOP®



**PARA PARTICIPAR, É PRECISO PAGAR  
UMA TAXA DE U\$ 10.**



## BENEFÍCIOS

Além disso, o programa oferece:

- **voucher de U\$ 10** no aniversário;
- **10% de desconto** em todas as compras;
  - ofertas exclusivas;
  - **descontos extras;**
- convites para eventos exclusivos e lançamentos antecipados.



Com base nas informações apresentadas, analisamos  
quais os pontos fortes e fracos do programa:

## PONTOS FORTES



Com o voucher, é possível resgatar  
qualquer produto da loja



Resgate atrativo



Desconto em todas as compras

## PONTOS FRACOS



Programa não disponível no Brasil



Taxa de adesão de U\$10

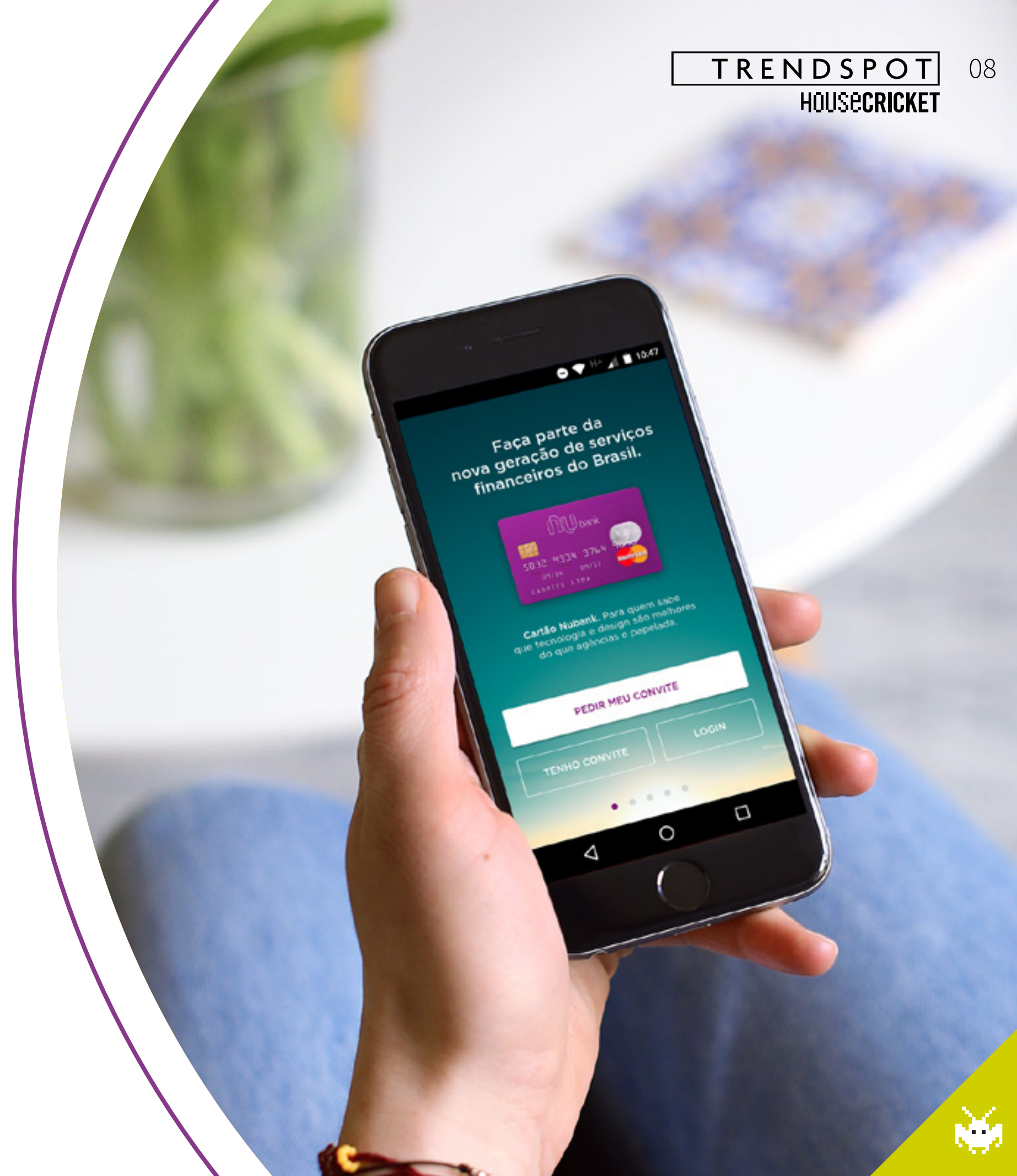


NUBANK



## PREPARA PROGRAMA DE MILHAGEM

O Nubank, start-up brasileira que oferece um cartão de crédito sem anuidade com gestão por meio de um aplicativo, se prepara para dar o próximo passo na evolução do serviço.





NUBANK

A empresa deve anunciar, em breve, um programa de fidelidade que **permitirá que seus clientes acumulem pontos e os troquem por passagens aéreas.**

Segundo David Vélez, cofundador e presidente executivo, lançar um programa de fidelidade não é uma tarefa simples.

O executivo afirma que não pretende adotar políticas de recompensa iguais às dos bancos tradicionais que atuam no Brasil. **A empresa busca um modelo menos complexo.**



**“ NÃO FAZ SENTIDO QUE O CLIENTE NÃO CONSIGA VER OS PONTOS RECEBIDOS EM TEMPO REAL OU TENHA UM MONTE DE OBSTÁCULOS NA HORA DE EMITIR UMA PASSAGEM. ”**

David Vélez



NUBANK

O Nubank tem **grande potencial para inovar no seu novo programa de milhagem**, porém, o desafio é grande e possui alguns entraves, como a instabilidade na cotação do dólar. Além disso, para o diretor de inovação aberta da consultoria Accenture, Guilherme Horn, o Nubank terá que oferecer um programa de fidelidade para conseguir aumentar sua base de clientes.

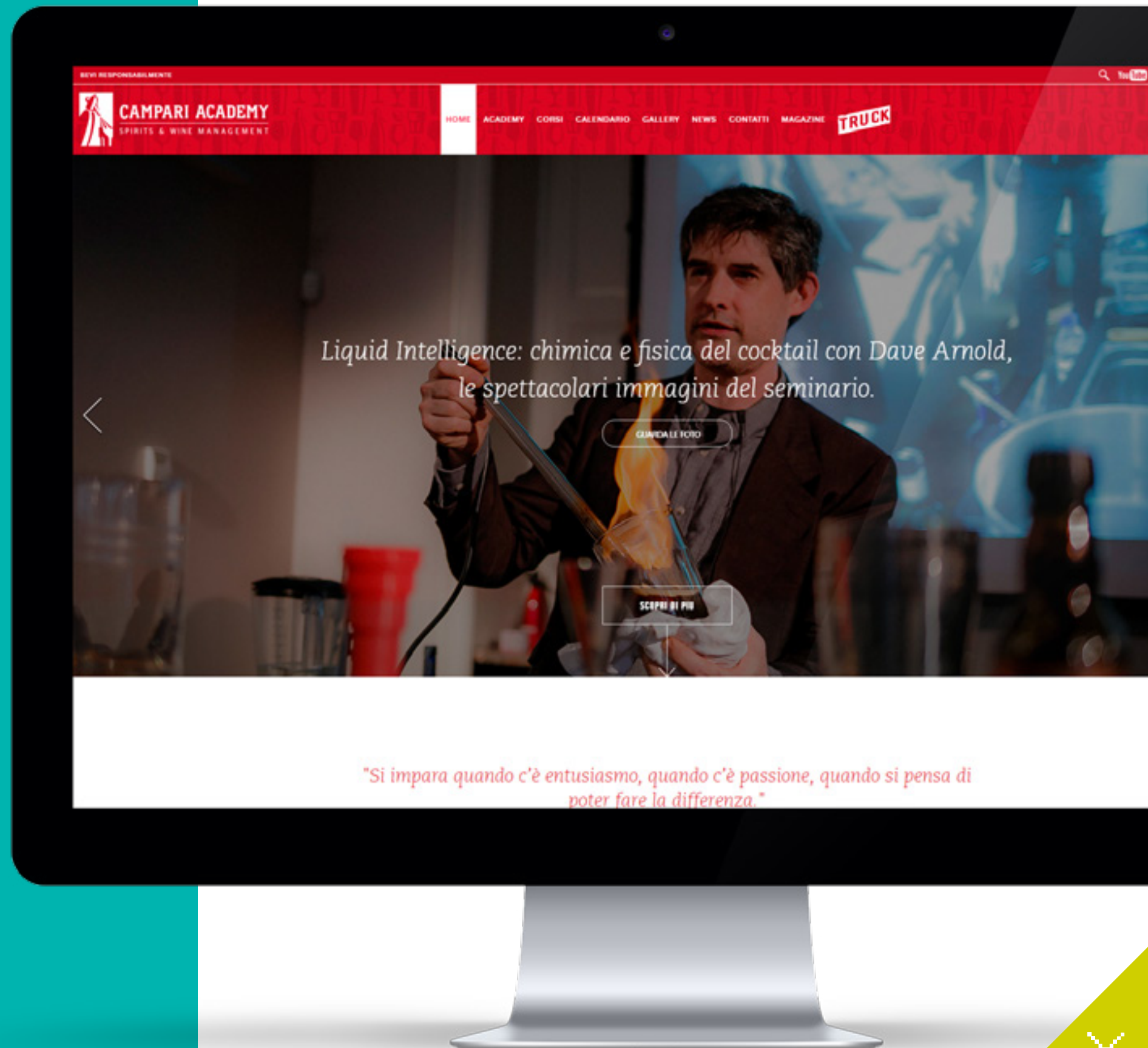


**QUEREMOS UM PROGRAMA DE RECOMPENSAS COMPATÍVEL COM OS VALORES DO NUBANK, DE TRANSPARÊNCIA E SIMPLICIDADE.**



## CAMPARI CRIA PROGRAMA DE RELACIONAMENTO

O grupo italiano Campari desenvolveu uma **nova plataforma com objetivo de aproximar e comunicar suas marcas para o segmento On Trade** (bares e restaurantes). Intitulado Campari Academy, o programa pretende ser uma referência, ajudando a desenvolver as marcas do portfólio e a construir uma relevância do grupo Campari no mercado de destilados. A ideia é **atrair a atenção dos bartenders**, formadores de opinião importantes para a empresa e, ainda, educar sobre as formas e os momentos de consumo de cada uma das marcas.



O Campari Academy vai criar um **conteúdo diferente, buscando aumentar o engajamento nas redes sociais em conquistar os chamados “brand advocates”,** reforçando a presença das suas marcas no On Trade. Paulo Padula, diretor comercial do Grupo Campari Brasil, afirma que o programa vai aumentar a participação da empresa com seu portfólio, dentro de um mercado bastante relevante do segmento de destilados.

**QUEREMOS ATENDER ÀS NECESSIDADES DE CADA UM DOS PÚBLICOS POR MEIO DE NOSSAS MARCAS E MANTER UM CONTATO PRÓXIMO E CONSTANTE DURANTE TODO O ANO.**



Para este ano, estão previstas ações como **treinamentos sobre produtos, técnicas e comportamento**, além de **workshops sobre tendências de mercado, consultorias e precificação**. O programa conta com eventos, bonificações e descontos para os bares e restaurantes parceiros. Todas as ações também serão comunicadas por meio de um newsletter digital, com uma edição especial voltada para bartenders.

Fonte: Cliente SA



## E-MAIL REVIEW ESPECIAL DIA DAS MÃES

A HouseCricket analisou o e-mail marketing de Dia das Mães das principais marcas do mercado para compreender como elas estão comunicando suas ofertas e promoções. Veja aqui os mais interessantes:



## SEPHORA

Snippet instigando urgência

Botão com linguagem bem pessoal e texto referente ao Dia das Mães



Uso de emoticons no subject:  
CH + Buquê: Garanta o presente ideal para sua mãe! 🌸

Benefício especial  
(Compre o perfume e ganhe um buquê de flores)



### SEPHORA

De: Sephora  
Assunto: Temos um Presente Especial para a sua mãe

Sephora Frete grátis a partir de R\$119!  
Caso não esteja visualizando as imagens, [acesse aqui](#).

## SEPHORA

PERFUMES MAQUIAGEM OFERTAS +VER TODOS

FRETE GRÁTIS ACIMA DE R\$ 119

VAI VIAJAR?

### GANHE UMA BOLSA DE PRAIA

nas compras de produtos selecionados

**VOU ▶**

Botão que responde ao título da promoção

Presentes Sephora ela vai amar

## Minha Mãe é dessas...

Indicação de presente conforme o perfil de mãe (clássica, natureba, vaidosa, mãezona, fitness)

## Clássica

“Minha mãe é dessas que nunca...”

COMPRAR ▶

## Mãezona

“Ela sempre acha que eu não estou me alimentando tão bem como deveria.”

CAROLINA HERRERA  
CH  
Feminino 30ml

10X DE R\$ 25,90 OU R\$ 259

COMPRAR ▶



Descrições dos produtos no formato de diálogo, em primeira pessoa, trazendo um tom mais pessoal para a peça.



## Fitness

“Ela não para, não sei da onde vem tanta energia. Pena que não puxei a ela.”

OFERTA - 8%  
BIOTERM  
Anticelulite Celluli Eraser 200ml

R\$ 210 R\$ 230-

COMPRAR ▶

Descrições são focadas nos perfis de mães e não nos produtos



@sephorabrasil

WEEK BEAUTY STUDIO

BEAUTY CLUB

Serviços Gratuitos ▶

Endereços ▶

\*válido para produtos selecionados // o brinde será confirmado na sacola de compras // somente online // estoque limitado // imagem meramente ilustrativa // promoção válida até 8 AM do dia

Já é apresentado o valor parcelado dos produtos com o preço para facilitar a escolha.





# NATURA

As ofertas estão separadas por faixa de preço, facilitando o encontro do melhor presente dentro da faixa de preço que o cliente deseja gastar

Cada faixa de preço destaca um kit, mostrando os produtos que serão adquiridos

Botões específicos para cada oferta e para cada faixa de preço

De: Natura  
Assunto: **Demonstre o seu amor por ela. Presenteie.**

Confira mais de 20 opções.  
Caso não esteja visualizando as imagens, [acesse aqui.](#)

Marque \* acima e fique sempre por dentro das novidades. Visualizar na web | Cancelar inscrição

REDE.NATURA.NET | CORPO | PERFUMARIA | MAQUIAGEM | PROMOÇÕES | TODOS OS PRODUTOS



ESPECIAL Dia das Mães  
Presentes que aproximam

Presentear é um ato de agradecimento, uma maneira de mostrar o quanto amamos e desejamos o melhor para quem está perto da gente.

**CATHERINE,**  
aproveite o Dia das Mães para estreitar o laço mais forte que existe e dê presentes capazes de traduzir todo o amor e carinho que você sente.

**Confira nossos presentes:**

**Até R\$50**

Presente Natura Ekos polpas mãos

- 1 Polpa hidratante para mãos e unhas cacau 40g
- 1 Polpa hidratante para mãos e unhas castanha 40g
- 1 Polpa hidratante para mãos capitiú 40g
- 1 Caixa decorada montável

**R\$ 49,50**

[COMPRAR](#)

Confira todos até R\$ 50

**De R\$51 a R\$100**

Presente Natura Sève pimenta rosa e gengibre

- 1 Óleo desodorante corporal 200ml
- 1 Óleo desodorante corporal toque seco 100ml
- 1 Desodorante hidratante corporal 100 ml
- 1 Sabonete líquido corporal 130 ml
- 1 Embalagem de presente sacola

**R\$ 84,30**

[COMPRAR](#)

- 1 Desodorante colônia 75ml
- 1 Sabonete líquido corporal 125ml
- 1 Nécessaire
- 1 Embalagem de presente caixa

**R\$ 147,00**

[COMPRAR](#)

Confira todos de R\$ 101 a R\$ 150

**Acima de R\$ 150**

Presente Natura Esta Flor Rosa com lenço

- 1 Deo parfum 75ml
- 1 Caixa de sabonetes em barra 4 unidades de 90g
- 1 Lenço Scarf Me
- 1 Embalagem de presente caixa

**R\$ 257,00**

[COMPRAR](#)

Confira todos acima de R\$ 150

[CONFIRA TODOS OS PRESENTES](#)

Está curtindo? Compartilhe com seus amigos:



Você sabia que dia 28/04 é **Dia da Sogra?**

▶ Aproveite os presentes de Dia das Mães para presentear a sua.

O que você gostaria de ganhar hoje?

- Uma bolsa?
- Uma mochila?
- Um hidratante?

Na Rede Natura você pode escolher seu brinde. Quer saber como? [CLICA AQUI](#)

**SEJA UM CONSULTOR NATURA!**  
Garanta MAIS descontos em suas próprias compras e ainda lucre com suas vendas!

**CONSULTOR DIGITAL**  
Você cria um Espaço online com seu nome, vende pela internet para todo o Brasil e a Natura entrega por você.

[CADASTRE-SE AGORA](#)

**CONSULTOR PRESENCIAL**  
Você recebe a Revista Natura com todo o portfólio de produtos e pode vendê-los a seus clientes e amigos pessoalmente.

[CADASTRE-SE AGORA](#)

Quer ficar sempre por dentro das novidades da Natura? Siga a gente nas Redes Sociais!



E MAIS, VOCÊ LEVA 3 AMOSTRAS GRÁTIS\* na compra de qualquer produto do site!

Visite o site da Rede Natura e boas compras: [rede.natura.net](http://rede.natura.net)

O box, lembrando que dia 28/04 é Dia da Sogra, incentiva o cliente a já comprar os dois presentes

A oferta do brinde não é clara

Todas as compras feitas pelo site dão direito a amostras



# COMUNICAÇÃO

ESPECIAL DIA DAS MÃES

## QUEM DISSE BERENICE?

Destaque para a antecipação das novidades

Preços nos produtos

De: Sephora  
Assunto: Temos um Presente Especial para a sua mãe

Não deixe para última hora!  
Caso não esteja visualizando as imagens, [acesse aqui](#).

**clube das berês fidelidade** quem é do clube das berês fidelidade, sabe antes das novidades!

dia das mães presentes pra quem te mostra

**o lado rosa da vida**

creme hidratante mãos por: R\$ 21,90 cada eu quero!

loção hidratante por: R\$ 27,90 cada eu quero!

sabonete em barra por: R\$ 15,90 cada eu quero!

des. colônia 75ml especial por: R\$ 83,90 cada eu quero!

mate veludo rosavida por: R\$ 31,90 cada eu quero!

na compra de uma sugestão de presente a partir de R\$99,90 ganhe 1 sabonete 1 demaquilante\*\*

só pra você que faz parte clube das berês fidelidade só vale nas lojas físicas

presentes a partir de R\$ 49,90\* cada se joga!

quer conversar? e gente adora!  
liga pra gente no 0800 726 5482 ou manda e-mail pra [voe@quemdisseberenice.com.br](mailto:voe@quemdisseberenice.com.br)

f i b y quem disse, berenice?

\*promoção válida para lojas físicas de SÃO PAULO e BRUSQUE enquanto durarem os estoques, somente para itens selecionados e na aquisição das sugestões de produtos (conjunto de produtos indicados não sujeitos a alteração, produtos vendidos separadamente com valor original).

\*\*promoção exclusiva para participantes do clube das berês fidelidade, mediante apresentação do e-mail marketing impresso, documento com foto e cpf, válida de 18/04 a 08/05/16, ou enquanto durarem os estoques. lojas multimarcas não participam da promoção. troca somente conforme legislação vigente.

por: R\$ 15,90 cada eu quero!

des. colônia 75ml especial por: R\$ 83,90 cada eu quero!

mate veludo rosavida por: R\$ 31,90 cada eu quero!

na compra de uma sugestão de presente a partir de R\$99,90 ganhe 1 sabonete 1 demaquilante\*\*

só pra você que faz parte clube das berês fidelidade só vale nas lojas físicas

presentes a partir de R\$ 49,90\* cada se joga!

quer conversar? e gente adora!  
liga pra gente no 0800 726 5482 ou manda e-mail pra [voe@quemdisseberenice.com.br](mailto:voe@quemdisseberenice.com.br)

f i b y quem disse, berenice?

\*promoção válida para lojas físicas de SÃO PAULO e BRUSQUE enquanto durarem os estoques, somente para itens selecionados e na aquisição das sugestões de produtos (conjunto de produtos indicados não sujeitos a alteração, produtos vendidos separadamente com valor original).

\*\*promoção exclusiva para participantes do clube das berês fidelidade, mediante apresentação do e-mail marketing impresso, documento com foto e cpf, válida de 18/04 a 08/05/16, ou enquanto durarem os estoques. lojas multimarcas não participam da promoção. troca somente conforme legislação vigente.

Promoção exclusiva para clientes do clube nas lojas físicas

Box sugerindo presentes a partir de R\$ 49,90



## CONCLUSÃO

Com novas formas para comunicar as promoções e ofertas do Dia das Mães, as marcas estão **oferecendo serviços além do seu escopo para agregar valor aos seus produtos.** Além disso, a categorização, seja por perfil ou por preço, facilita o encontro e a assertividade do presente.



## COMO AS EMPRESAS ESTÃO MELHORANDO O ROI EM DISPOSITIVOS MÓVEIS

A MarketingSherpa publicou uma pesquisa em seu E-mail Marketing Industry Census 2016, na qual entrevistou 1.150 executivos de todo o mundo, **para entender como eles estão otimizando os e-mails que enviam por dispositivos móveis** e melhorando o ROI.

### CONFIRA AS RESPOSTAS:



**35%**  
pensando  
'mobile first'



**34%**  
usando texto  
no pre-header  
para promoção



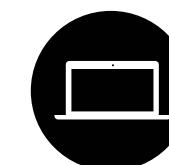
**32%**  
desenvolvendo linhas  
de assunto otimizadas  
para mobile



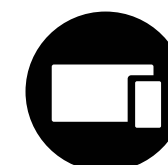
**32%**  
utilizando templates  
adaptados para incluir  
'call-to-actions' amigáveis



**31%**  
utilizando templates  
mais simples que  
renderizam bem em  
todos os dispositivos



**31%**  
criando landing  
pages otimizadas



**32%**  
criando um  
template  
responsivo



## DESAFIO MOVA MAIS

Depois de iniciar 2016 com o desafio “Criando um Hábito”, ação feita para ajudar o usuário a cumprir as promessas de início de ano, o Mova Mais, plataforma que incentiva pessoas a se exercitarem em troca de pontos em programas de fidelidade, **lança a campanha “Mantendo o Hábito”**, uma continuidade da ação do começo do ano e que **visa estimular ainda mais a prática de exercícios pelos usuários.**

**Mova Mais**  
10 de abril às 15:02 · Brasília, DF · 🌐

Ganhe até 1.800 pontos extras nesse mês!  
Mais incentivos para sua rotina de treinos em abril.  
Quem começar o combo entre 10 (hoje) e 21 de abril e o mantiver até dia 30 de abril terá os pontos referentes a atingimento de meta dobrados.  
Além disso, sabemos que manter o combo no feriadão vai ser uma missão mais difícil. Por isso, quem mantiver o combo no período entre 21 a 24 vai ganhar 250 pontos a mais.  
Mais amigos, mais pontos!  
Ganhe 200 pontos por cada pessoa que se cadastrar no Mova Mais através do seu link no período entre 10 (hoje) e 30 de abril.  
Caso ainda não faça parte da comunidade, cadastre-se em [www.movamais.com](http://www.movamais.com)

**movamais**

**Ganhe até 1.800 pts em Abril**

parceiro **multiplus**

Válido para início do combo entre 10 a 21 de abril

👍 Curtir    💬 Comentar    ➦ Compartilhar



Os usuários **podem ganhar até 1.800 pontos** na plataforma, que podem ser trocados por pontos no programa Multiplus. O desafio conta com três ações diferentes: **combos durante o período, exercício no feriado e pontos extras por convite a amigos**. O usuário que conseguir as três ações, garante o total de pontos do desafio.

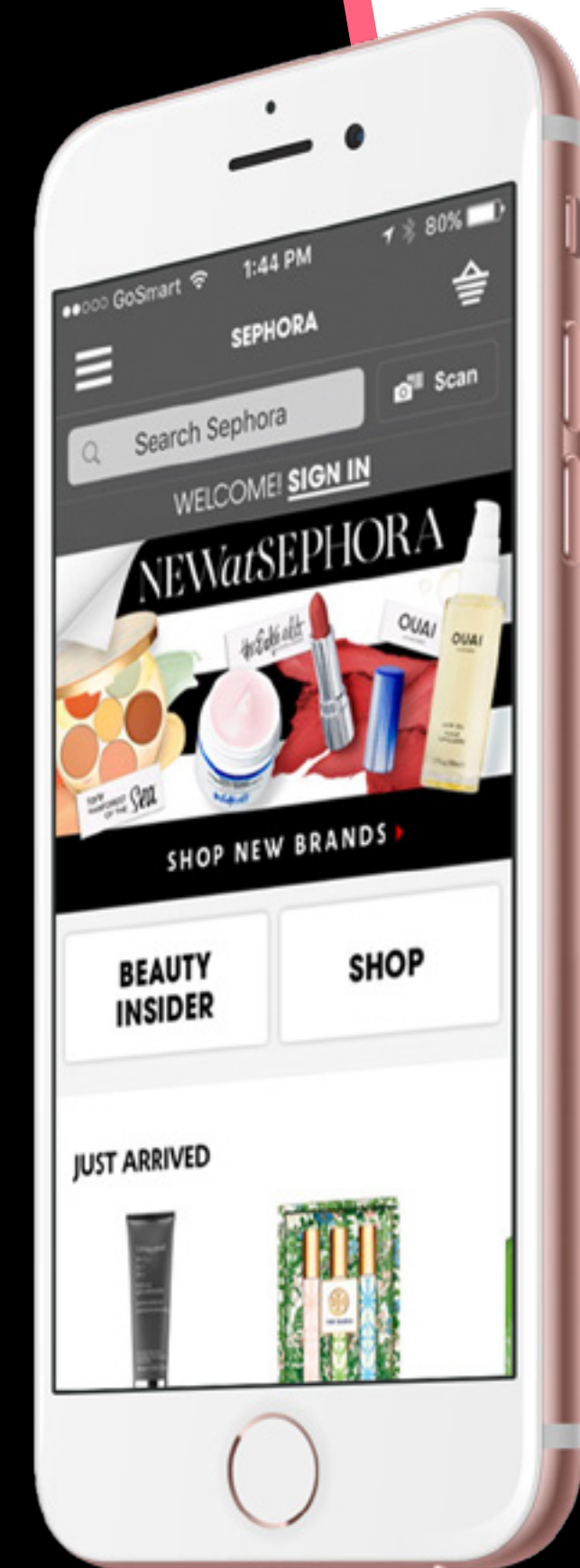
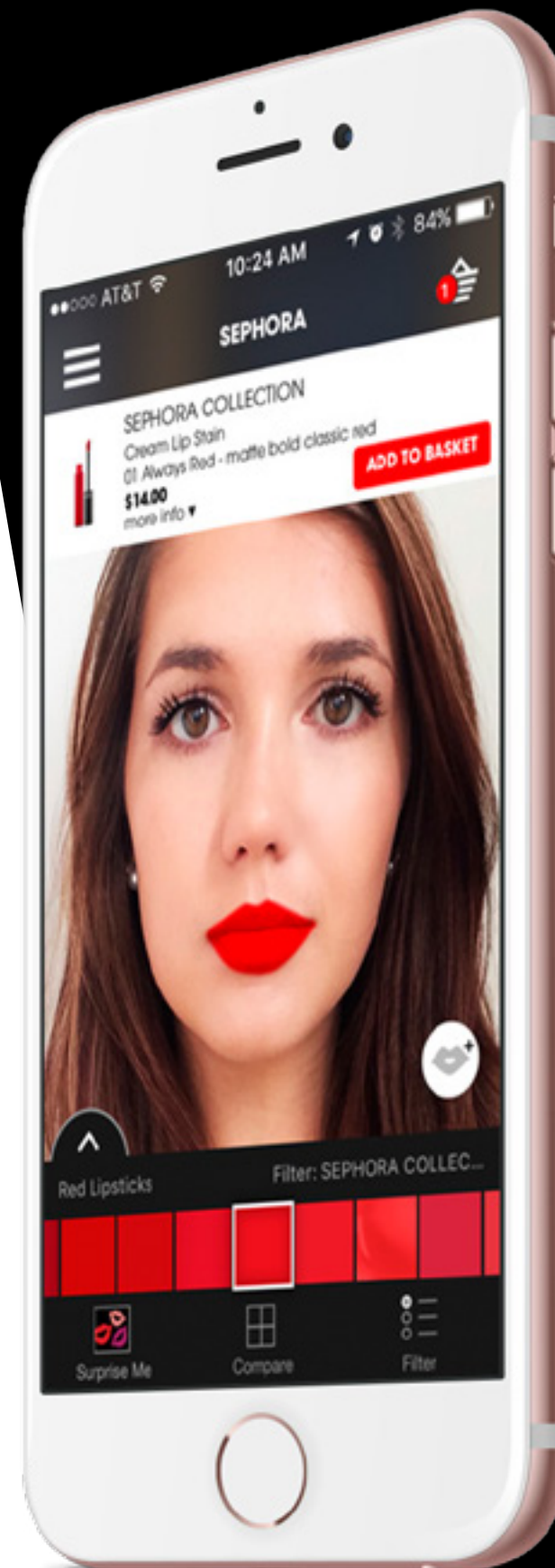
Quer saber mais sobre o **Mova Mais**? Veja o que publicamos na 3ª edição do TrendSpot.

**Veja nossa matéria**



## MARCAS DE MAQUIAGEM CONTINUAM APOSTANDO EM REALIDADE AUMENTADA

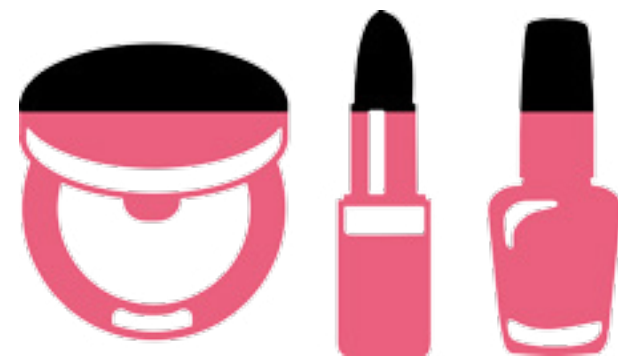
No **novo aplicativo móvel da Sephora**, as consumidoras podem ver em seu rosto exatamente as cores dos produtos de maquiagem que pretendem comprar. A ferramenta **Sephora Virtual Artist** foi lançada em janeiro e ajuda as consumidoras a testar os produtos usando uma tecnologia de realidade aumentada produzida pela ModiFace.



## REALIDADE AUMENTADA

O recurso, acredita a Sephora, é mais que um gimmick, pois pode ajudar as consumidoras a tomarem decisões de compra. E a Sephora não está sozinha.

De acordo com um estudo da Demandware,



**72%**  
**das marcas de beleza**

estão testando uma forma de “venda guiada”, como a realidade aumentada, incluindo L’Oreal, Benefit Cosmetics e Elizabeth Arden.





## MESSENGER AGORA TEM PLATAFORMA COM INTEGRAÇÃO PARA CRM

O Salesforce for Messenger permitirá às empresas aproveitarem seus processos para **tornar as jornadas dos clientes ainda mais personalizadas.**



Com o lançamento, as empresas poderão utilizar o Messenger (que já tem mais de 900 milhões de usuários ativos) como um canal de relacionamento com o cliente, para entregar experiências personalizadas inteiramente novas nas áreas de vendas, atendimento ao cliente, marketing e aplicativos, fidelizando, retendo e envolvendo os usuários.



## IMAGINE AS POSSIBILIDADES:

Um passageiro que vai se atrasar para seu voo **pode se comunicar com a linha aérea pelo Messenger e remarca-lo.**

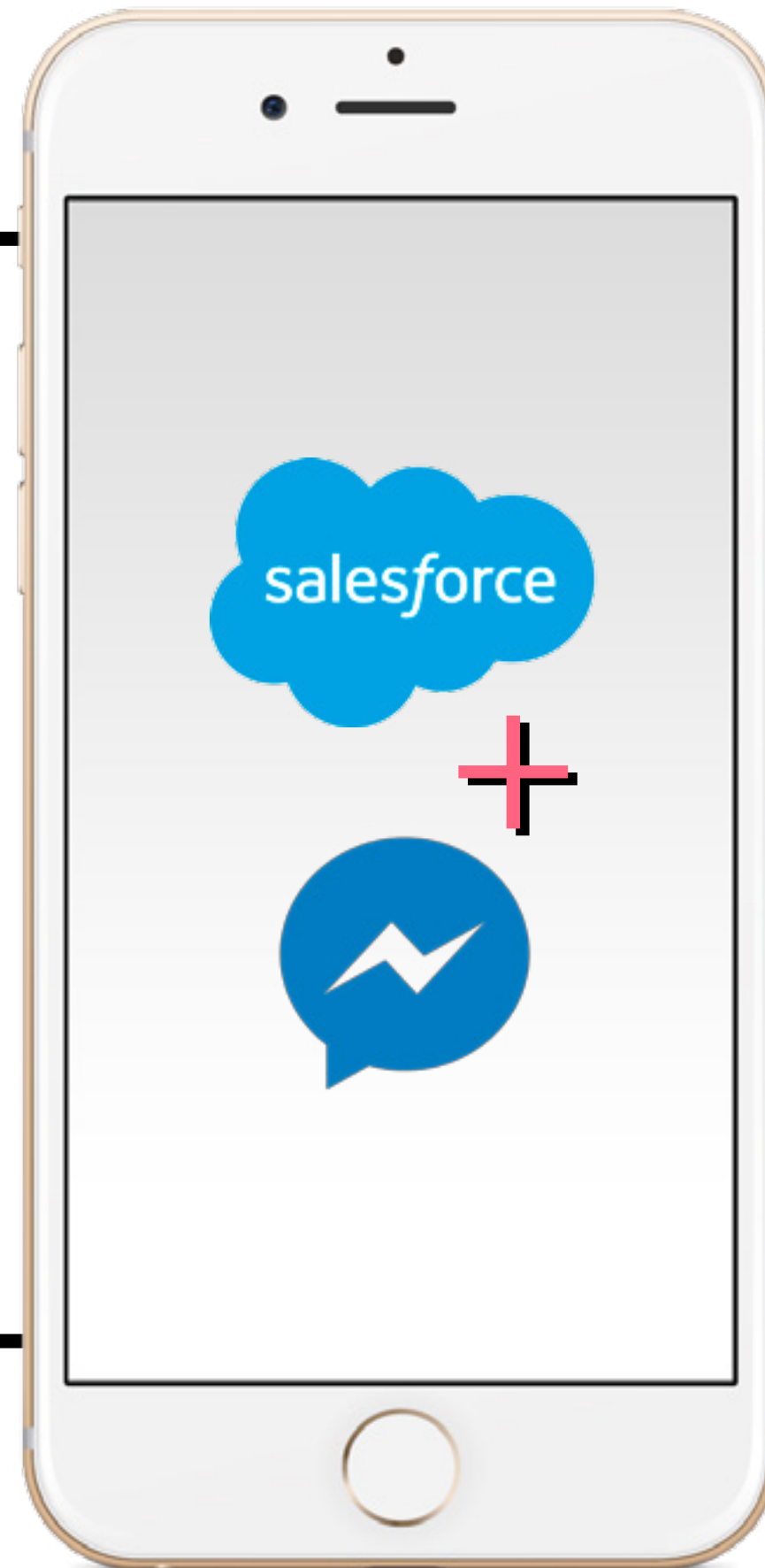


Um comprador insatisfeito posta um comentário ruim sobre determinada loja. **O time de atendimento ao consumidor pode responder através do Messenger e resolver o problema.**

## MESSENGER

Cada interação pelo Messenger pode ser guiada pelo **relacionamento já estabelecido com o cliente.**

Por exemplo, um revendedor poderá incorporar um plugin do Messenger no fluxo de trabalho de finalização de compras em seu site para que o cliente faça todas as perguntas antes de comprar.



Como a interação via Messenger já está ligada aos registros anteriores de vendas, atendimento e marketing do usuário, **a empresa pode fazer uma abordagem pessoal,** que surpreenda e supere as expectativas do cliente.

Fonte: SEGS



## A INTERNET DAS COISAS NOS PROGRAMAS DE RELACIONAMENTO

Carros, geladeiras, roupas, tênis e demais **itens usados no dia a dia passam a se conectar à internet**. Isso é chamado de Internet das Coisas.

**AGORA, COMO ISSO  
INFLUENCIA O MERCADO  
DE RELACIONAMENTO?**



Para compreender como essa revolução tecnológica vai influenciar esse mercado, precisamos entender também o conceito de **Big Data**:

**TERMO QUE DESCREVE O IMENSO VOLUME DE DADOS QUE IMPACTAM OS NEGÓCIOS NO DIA A DIA.**



Mas o importante não é a quantidade de dados e sim **o que as empresas fazem com os dados que realmente importam.** Com a Internet das Coisas, muitos dados de compras serão **reunidos e processados em tempo real.**



**QUEM TEM ACESSO A  
INFORMAÇÕES SOBRE COMO,  
ONDE E POR QUE SEUS PRODUTOS  
ESTÃO SENDO COMPRADOS E  
USADOS PODE ADAPTAR MELHOR  
SEUS ESFORÇOS DE MARKETING  
PARA CLIENTES ESPECÍFICOS.**

Sem contar que os próprios devices conectados dos clientes podem fornecer feedbacks instantaneamente às marcas.

## RESULTADO:

se um produto recém-lançado estiver fazendo feio, a equipe de marketing não vai demorar nada para saber disso e pode agir rapidamente para reduzir os danos tanto para a marca quanto para o caixa da empresa.



E se, além disso, uma ferramenta de CRM confiável for utilizada em conjunto com a Internet das Coisas, **a dupla será capaz de analisar os dados dos clientes com eficiência e precisão** suficientes para fornecer resultados capazes de **aprimorar o relacionamento das marcas com seus consumidores.**

Já imaginou poder entender – quase que instantaneamente – em que etapa da decisão de compra está o seu cliente, tirar suas dúvidas e **conduzi-lo ao caixa o mais rápido possível?**

Fonte: Innovation Insider



TWITTER

## TWITTER LANÇA RECURSO DE DESCRIÇÃO DE IMAGENS PARA DEFICIENTES VISUAIS

O Twitter anunciou um recurso de descrição textual de imagens para ajudar pessoas com deficiência visual a aproveitar melhor a plataforma.

A descrição das imagens passa a ser uma função nativa da rede social nos aplicativos para Android e iOS. Assim, o usuário, além dos 140 caracteres do tweet, **poderá inserir um texto de até 420 caracteres para descrever a foto.**



Fonte: Promoview





OI RECOMPENSA



## LANÇA PROGRAMA DE FIDELIDADE PARA PRÉ-PAGO

A Oi apresentou ao mercado o Oi Recompensa, primeiro programa de fidelidade do mercado de telefonia móvel voltado para a base de **clientes pré-pago e controle**.



CUSTO DE ADESÃO  
= **R\$ 1,99**  
ao mês



NO CADASTRO  
**GANHA**  
**10** pontos



AO RECARREGAR  
**R\$ 1 = 1** ponto

Os pontos podem ser trocados por prêmios ou descontos na compra de produtos na loja do programa, que é fruto da parceria com o Extra.com. É possível adquirir, também, pacotes de pontos na loja.



HILTON

## HILTON EQUIVALE STATUS COM OUTROS PROGRAMAS DE FIDELIDADE

HHonors, programa de fidelidade da rede Hilton, voltou a oferecer equivalência de status – **status match** – para **clientes que tenham nível intermediário ou avançado em outros programas de fidelidade**, como o Choice Privileges, Hyatt Gold Passport, ING Rewards Club, Marriot Rewards, Stawood Preferred Guest, Le Club Accors ou programas de outras redes.



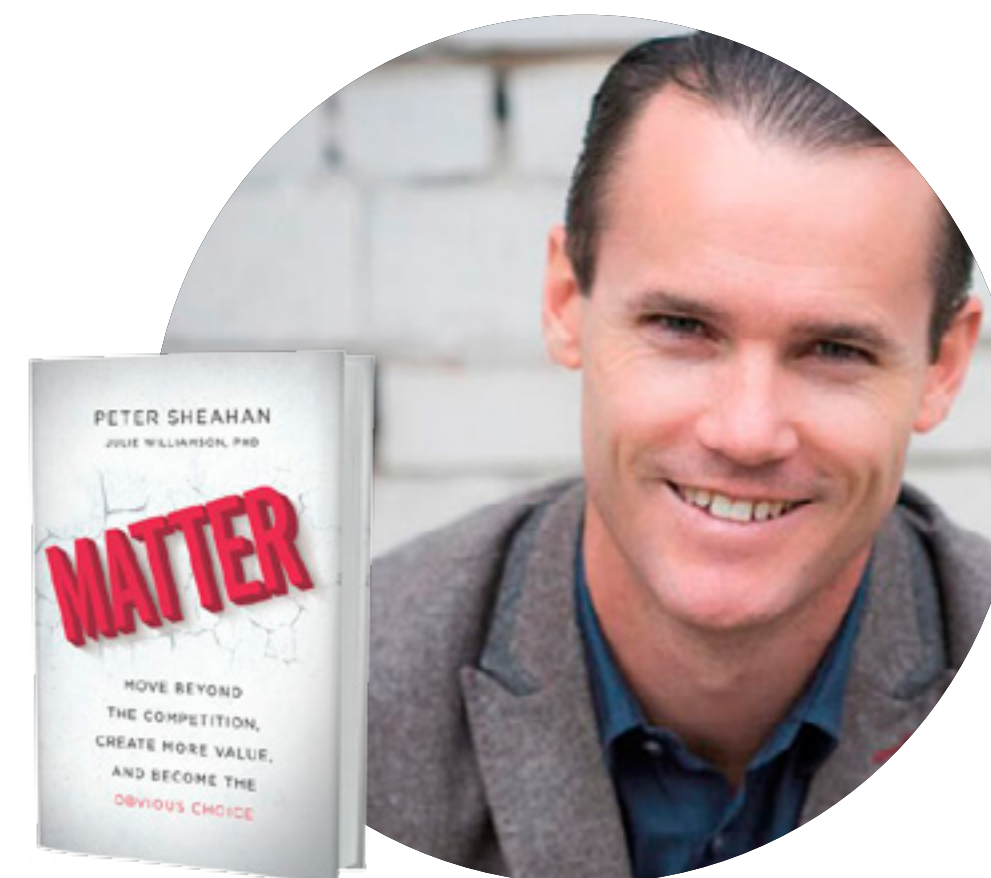
O pedido deve ser feito até o dia 30 de junho e o status concedido **terá validade até 31 março de 2018**. A equivalência pode ser feita para os níveis Silver, Gold e Diamond do Hilton HHonors, que oferecem diferentes tipos de benefícios, como diárias grátis, maior acúmulo de pontos, upgrades de quarto, garantia de reserva, check-in e check-out tardios, internet rápida, entre outros.

Fonte: Melhores Destinos



## AFINAL, O QUE REALMENTE IMPORTA PARA A FIDELIDADE DO CONSUMIDOR?

Peter Sheahan é um bem-sucedido escritor australiano, além de fazer parte do Hall of Fame da National Speakers Association, cujo último livro, “Matter”, explora como as empresas e as marcas podem superar a concorrência, criar mais valor e tornar-se a “escolha óbvia”. Uma das questões levantadas no livro é que os anunciantes deveriam estar questionando o valor dos programas de fidelidade. A resposta de Sheahan é “não, mas acho que deveriam estar questionando o que é e o que não é um programa de fidelidade”.



Mais especificamente, acrescenta, **“se o único valor da ‘fidelidade’ envolve desconto no preço do produto, então, a empresa não precisa de um programa de fidelidade: precisa é de preços mais baixos”**. Sheahan acredita que a verdadeira fidelidade **tem que ir além de descontos**. “[ela] tem que se mover para o nível da afinidade e da identidade da marca”, diz.

Fonte: Colloquy

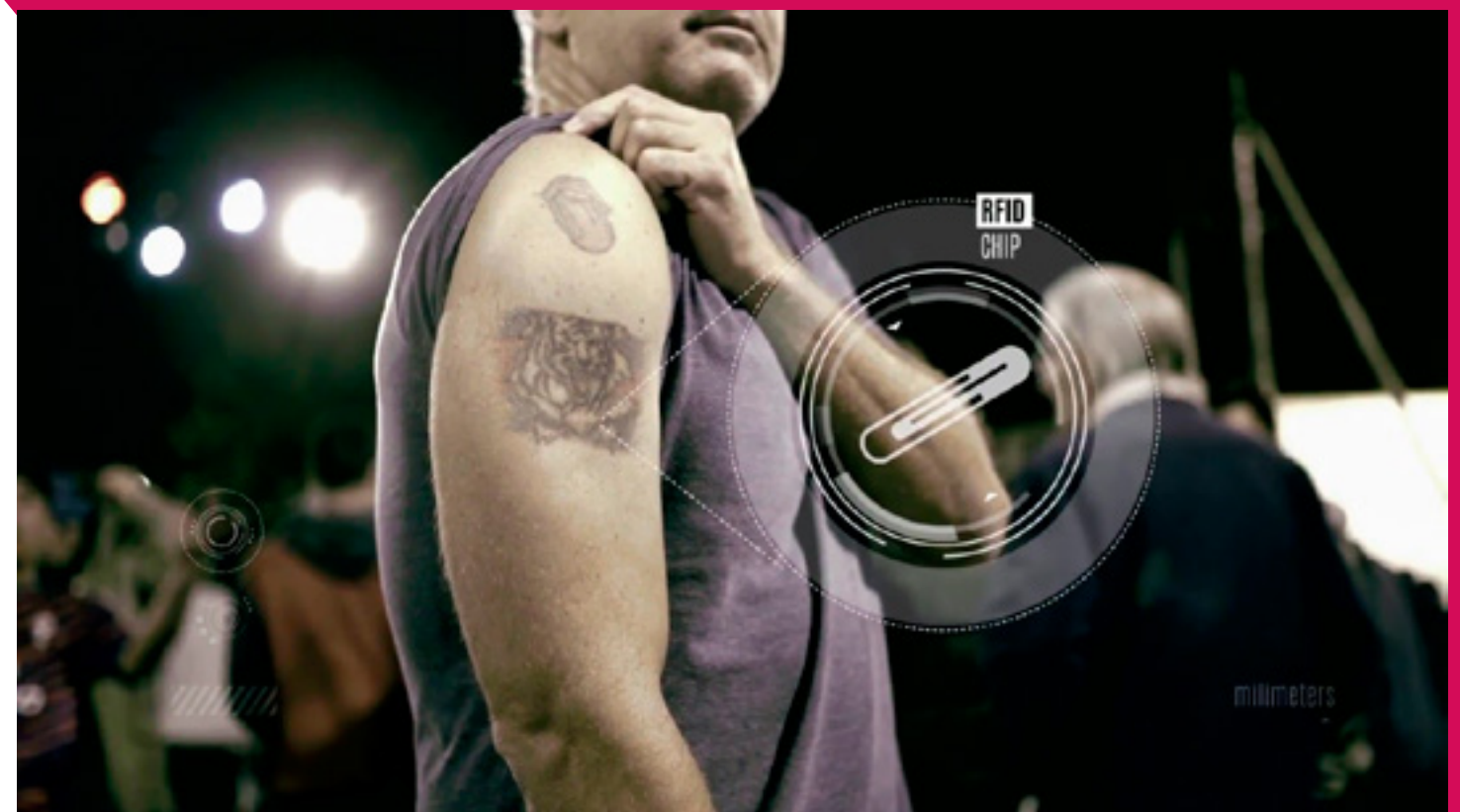


TICKET PAIXÃO

## CHIP IMPLANTADO EM FÃS DÁ ENTRADA AO ESTÁDIO

Os fanáticos por futebol já carregam dentro de si a paixão pelo time, mas graças à **tecnologia de biohacking**, os torcedores do time argentino Tigre implantaram em seus corpos **um chip que armazena todos os dados da carteirinha de sócio do clube**. O Ticket Paixão permite que os fãs entrem no estádio apenas ao aproximar o corpo de uma catraca eletrônica.

Confira o case no filme abaixo:





**Curtiu?** Então aguarde. Em breve, traremos mais novidades do mundo dos programas de relacionamento para você.

[Ou leia agora as outras edições](#)

Obrigado pela leitura!

