

Alteryx para análise de programas de fidelidade

Use os dados para aumentar o engajamento, a segmentação inteligente e a lealdade

Fidelidade mais inteligente, insights mais sólidos

Os varejistas estão sob pressão para personalizar em grande escala — e é nos programas de fidelidade que se testa tudo.

- 71% dos clientes de varejo esperam personalização, e 76% desistem se não receberem personalização (McKinsey & Company)
- Membros de um programa de fidelidade geram de 12% a 18% mais receita anualmente do que não membros (Accenture)
- 70% dos consumidores ajustam seus gastos para maximizar os benefícios dos programas de fidelidade (Relatório de Fidelidade)

Os programas de fidelidade frequentemente enfrentam problemas de dados fragmentados, segmentação inconsistente e execução em silos, o que limita a capacidade de entregar valor mensurável. Muitos varejistas têm dificuldades para identificar o que gera lealdade, como personalizar a abordagem ou como integrar dados de lealdade nos insights mais abrangentes sobre os clientes. Relatórios manuais e painéis estáticos atrasam a tomada de decisões, e os insights de fidelidade raramente são integrados a estratégias de marketing, supply chain ou preços.

O Alteryx permite que os varejistas criem, analisem e refinem programas de fidelidade usando fluxos de trabalho de dados automatizados. Ao unificar dados de PDV, CRM e comportamentais, as equipes podem segmentar clientes, acompanhar tendências de engajamento e identificar drivers de retenção. Modelos preditivos fazem a previsão de evasão e ROI, enquanto dados de fidelidade são integrados perfeitamente aos casos de uso de precificação, sortimento e marketing. Com o Alteryx, a lealdade se transforma em um ativo dinâmico e não apenas em um sistema de recompensas estático.

[Veja como a Chick-fil-A simplificou o analytics do seu aplicativo de fidelidade usando fluxos de trabalho de dados automatizados ►](#)

Desafios comuns

- Os dados de fidelidade estão fragmentados entre sistemas de CRM, PDV e e-commerce, dificultando a criação de uma visão unificada do cliente
- Os modelos de segmentação estática envelhecem rapidamente e exigem muita manutenção manual para se manterem relevantes
- Os esforços de personalização são atrasados por ciclos de analytics lentos e pipelines de dados desconectados
- Os insights de fidelidade raramente são incorporados aos preços, ao merchandising e às operações, limitando o impacto em toda a empresa

Cinco mitos sobre a análise de programas de fidelidade

1. Os dados de fidelidade exigem habilidades avançadas em data science para serem úteis ou acionáveis
2. Mais pontos e recompensas sempre resultam em mais lealdade
3. Os dados de fidelidade não podem sustentar análises empresariais ou esforços de IA
4. Painéis manuais são suficientes para monitorar o desempenho da fidelidade
5. A lealdade não pode influenciar a supply chain nem a estratégia de inventário

Otimize o impacto da lealdade por meio de cinco aplicações estratégicas de dados

CRIAR MODELOS DE FIDELIDADE ADAPTÁVEIS COM DADOS UNIFICADOS

Os varejistas frequentemente têm dificuldades com dados fragmentados em plataformas de fidelidade, sistemas de PDV e e-commerce. A Alteryx combina essas fontes para mostrar uma visão abrangente do comportamento do cliente. As equipes de varejo podem identificar os principais motivadores de fidelidade e adaptar programas — segmentando públicos, acompanhando resgates de recompensas e otimizando o valor tanto para o cliente quanto para a empresa.

IDENTIFIQUE E DIRECIONE SEGMENTOS DE CLIENTES DE ALTO VALOR

O Alteryx empodera as equipes a aplicar agrupamento, RFM e análise comportamental aos membros do programa de fidelidade. Isso viabiliza uma segmentação mais precisa, como diferenciar entre compradores motivados por descontos e porta-vozes da marca. Ofertas personalizadas podem então ser implantadas com base no nível de gasto, tempo de permanência ou acionadores comportamentais, aumentando significativamente o ROI da campanha e melhorando a retenção.

USE INSIGHTS SOBRE FIDELIDADE PARA ORIENTAR AS DECISÕES DE MERCHANDISING

Os dados de fidelidade não são apenas para marketing; eles podem influenciar decisões em todas as operações de varejo. Alteryx integra tendências de fidelidade aos fluxos de trabalho de merchandising, ajudando os varejistas a entender quais promoções geram compras repetidas. As equipes podem refinar o mix de produtos, ajustar estratégias de preços e alinhar decisões de estoque com os comportamentos de fidelidade dos clientes.

PREVEJA A EVASÃO E MAXIMIZE A RETENÇÃO

A modelagem preditiva no Alteryx permite que os varejistas identifiquem proativamente os clientes com probabilidade de se desengajarem. Ao analisar padrões históricos de compra, pontuações de engajamento e histórico de resgates, as equipes podem sinalizar precocemente os riscos de evasão e implantar estratégias de retenção. Os líderes de fidelidade utilizam esses modelos para reduzir a evasão e aumentar o valor do ciclo de vida do cliente.

CONECTE A FIDELIDADE COM UMA ANÁLISE MAIS AMPLA DO CLIENTE

O Alteryx torna os dados de fidelidade utilizáveis em todos os departamentos. Ele pode ser canalizado para painéis 360 do cliente, modelos de mix de marketing e até previsões da supply chain. Essa conexão garante que os Insights dos programas de fidelidade aprimorem outros esforços estratégicos, desde a atribuição de campanhas até as decisões de layout da loja, criando um ecossistema de insights que gera valor no longo prazo.

O que você vai precisar

- Acesso a dados brutos de fidelidade em aplicativos móveis, sistemas de PDV e plataformas de e-commerce
- Políticas e estruturas de consentimento do cliente alinhadas com as regulamentações de privacidade de dados
- Conhecimento interno da estrutura do programa, níveis, lógica de recompensas e drivers de engajamento
- Pelo menos um processo de negócios — marketing, merchandising, etc. — que possa aplicar insights sobre fidelidade

O que o Alteryx oferece

1. Preparação e combinação unificada de dados em sistemas de fidelidade, CRM, e-commerce e PDV
2. Ferramentas de segmentação e modelagem para promover campanhas de fidelidade e fluxos de trabalho de retenção mais inteligentes
3. Compartilhamento automatizado de insights entre departamentos para aumentar a influência do programa
4. Análise preditiva para evasão, previsão de gastos e otimização de programas de fidelidade
5. Fluxos de trabalho repetíveis para aprimorar programas e gerar novas oportunidades de receita

[Veja como Kurt Geiger aumentou a retenção anual de clientes em 20% e a frequência de compras em 15% com Alteryx ►](#)

Alteryx para análise de programas de fidelidade

*"Estávamos tentando migrar para um processo que pudéssemos lançar em poucos meses, o que nos levou à grande questão: como vamos fazer isso de verdade? **Alteryx foi a escolha certa para nós.** Percebemos que os analistas da Chick-fil-A poderiam eles próprios determinar os aspectos de personalização dos consumidores, como de que forma dar comida grátis aos clientes. Fazia sentido que os analistas, que já conhecem os dados financeiros ou como os clientes reagem, desenvolvessem esses aspectos."*

- Justin Winter, gestão da supply chain



Para uma lista completa dos requisitos do sistema e das fontes de dados compatíveis, visite <https://www.alteryx.com/pt-br/products/alteryx-platform>

Sobre a Alteryx

A Alteryx oferece uma plataforma de analytics de ponta a ponta que empoderar as pessoas a romper barreiras de dados, fornecer insights e experimentar a emoção de chegar à resposta mais rapidamente. Tanto analistas de negócios quanto cientistas de dados podem descobrir, compartilhar e preparar dados, realizar análises e implantar e gerenciar modelos analíticos. Empresas de todo o mundo confiam na Alteryx para entregar insights acionáveis diariamente.

Alteryx, Inc.
3347 Michelson Drive Suite 400
Irvine, CA 92612
+1 888 836 4274
www.alteryx.com/pt-br

Alteryx é uma marca registrada da Alteryx, Inc.