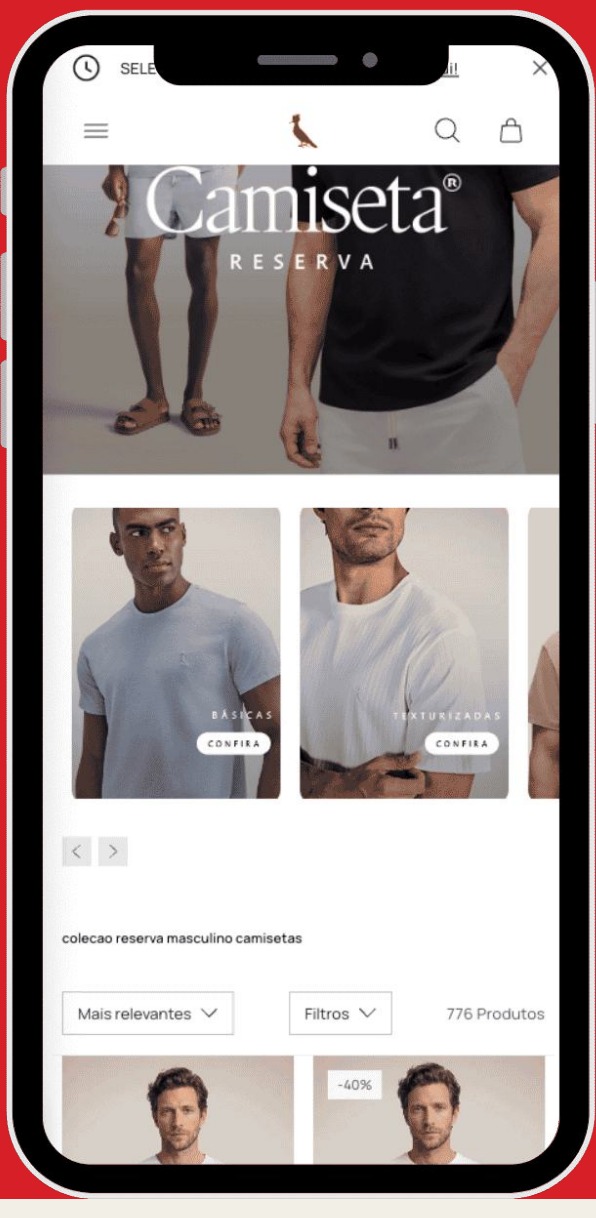


Como a Reserva unificou canais, acelerou personalização e ampliou resultados com a MoEngage



+ 20%

da participação do CRM nos resultados da marca

Redução de custos

e complexidade operacional, especialmente no WhatsApp e no app



SOBRE A RESERVA

A Reserva é uma das marcas de moda mais reconhecidas do Brasil, com um ecossistema que inclui lojas físicas, e-commerce, aplicativo, programas de fidelidade e uma forte presença digital. Antes do MoEngage, a Reserva operava com múltiplas plataformas desconectadas, dificultando a construção de jornadas completas e multicanal, e reduzindo a eficiência e a inteligência aplicada às comunicações.



Desafios na gestão unificada da jornada do cliente

- Dificuldade em estruturar jornadas multicanal de ponta a ponta
- Comunicação duplicada com o cliente em diferentes canais
- Falta de uma visão unificada para online e offline
- Alto custo operacional, especialmente em disparos via WhatsApp
- Complexidade para integrar dados, fluxos e entregas personalizadas



Nosso maior desafio era unificar a jornada do cliente em uma única plataforma. Com a MoEngage, passamos a ter uma visão consolidada e capaz de evitar impactos duplicados, além de desenhar estratégias e jornadas multicanal com muito menos esforço.



Pedro Cardoso
Diretor de Digital



A troca com o time da MoEngage é fácil e constante. Com isso, conseguimos criar jornadas unificadas (como abandono + navegação + baixa de preço) trazendo receita incremental e evitando comunicações repetidas para o mesmo cliente.



Luana Vianna
Analista de CRM



Conseguimos aumentar em 20% a participação do CRM na marca e unificar jornadas antes separadas. Reduzimos custos, simplificamos o NPS e elevamos retenção e receita com personalização real.

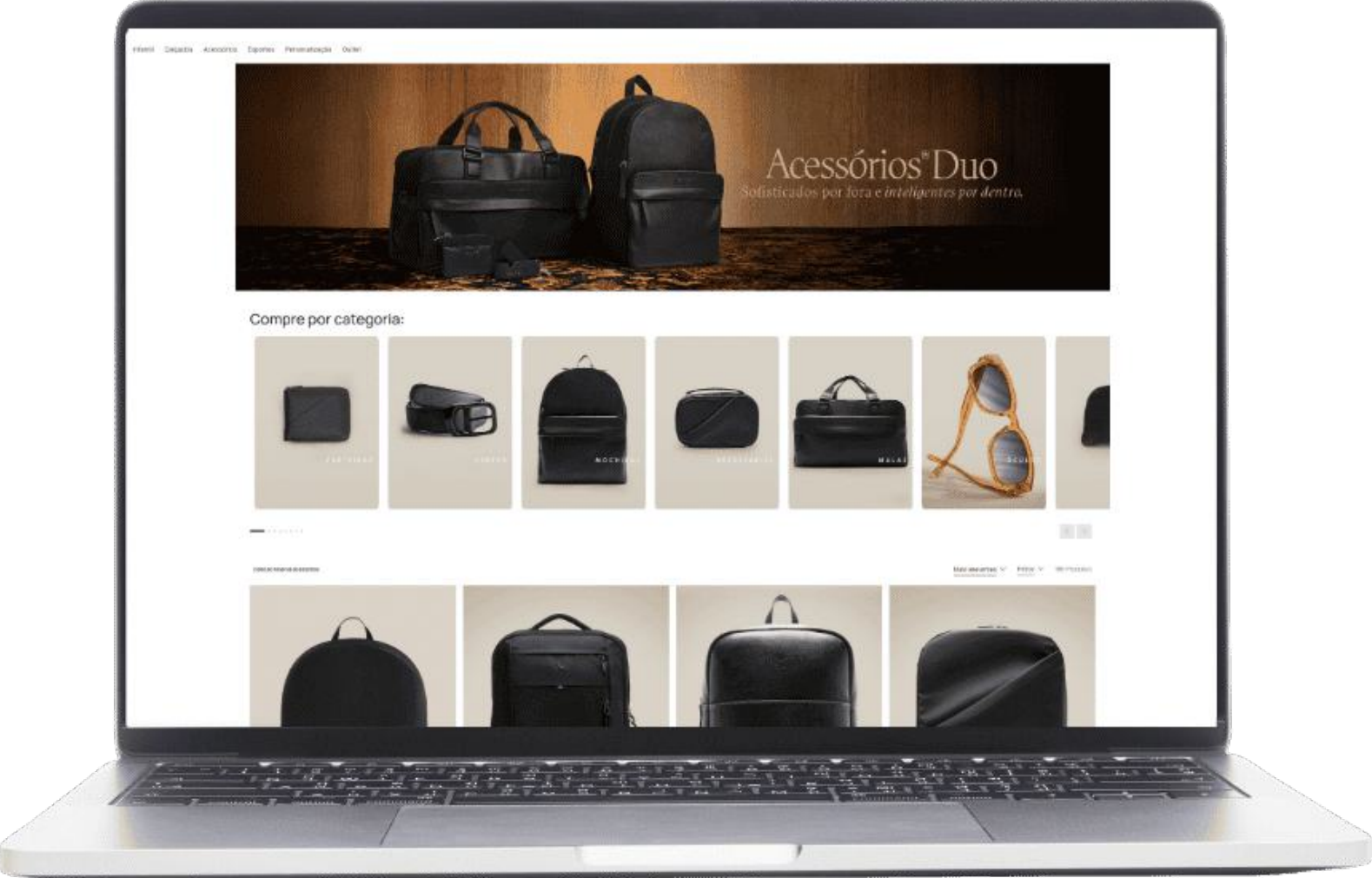


Marcelle Amaral
Product Manager

Impacto Operacional: Como a MoEngage Unificou e Escalou os Resultados

Com a MoEngage, a Reserva transformou radicalmente sua estratégia de CRM, superando o cenário anterior de plataformas desconectadas que impediam jornadas fluidas. Ao centralizar as operações, a marca eliminou a fragmentação que gerava comunicações duplicadas e dificultava a visão unificada do cliente entre o online e o offline. Essa transição permitiu uma orquestração multicanal eficiente, garantindo consistência na mensagem e reduzindo drasticamente o esforço operacional em canais de alto custo, como o WhatsApp.

Além da unificação, a plataforma trouxe a inteligência necessária para escalar a comunicação. Através de gatilhos baseados em eventos e personalização avançada, a Reserva passou a oferecer conteúdos adaptados ao comportamento do usuário em tempo real. Essa mudança elevou a experiência do cliente ao entregar a mensagem certa no momento exato, resultando em ganhos expressivos como o aumento de 20% na participação do CRM nos resultados da marca e uma otimização significativa da receita. Com isso, a Reserva consolidou uma operação muito mais performática e eficiente.



Products Used

- Customer Journey Orchestration**
Create unique, seamless experiences at every stage of your [customer's journey](#).
- Omnichannel Flows**
Create connected experiences at every stage of customer journey across channels using [Omnichannel Flows](#).
- Website Personalization**
Engage and convert visitors with [personalized website experiences](#) according to preferences, affinities, and behavior.

Resultados e Soluções: Unificação e Alta Performance com a MoEngage

Ao fazer parceria com a MoEngage, a Reserva transformou suas operações de um modelo fragmentado para um ecossistema unificado, inteligente e escalável. Essa mudança estratégica resultou em importantes conquistas de desempenho, incluindo o aumento de receita através de comunicações mais inteligentes e sem duplicidade, um crescimento de 20% na participação do CRM nos resultados totais da marca e a redução de custos e complexidade operacional, especialmente em canais de alto tráfego como o WhatsApp e o aplicativo.

Para alcançar esses resultados, a Reserva utilizou o conjunto de recursos da MoEngage: a **Omnicanalidade** para garantir mensagens consistentes em todos os pontos de contato, a **Criação de jornadas** para fluxos automatizados focados na experiência e a **Personalização em múltiplos canais** para adaptar o conteúdo aos comportamentos e necessidades individuais dos usuários. Além disso, a marca implementou **Gatilhos baseados em eventos** para atingir os clientes no momento exato em que realizam ações importantes e utilizou o **Dashboard** centralizado para obter uma visão consolidada e clara de todos os resultados. Essa estratégia unificou com sucesso a experiência do cliente, elevando a eficiência e a performance da marca.

Sobre MoEngage

MoEngage é uma plataforma de engajamento do cliente baseada em insights, na qual mais de 1.500 marcas de consumo globais confiam, como Ajinomoto, Remessa Online, Outback, Domino's, Nestlé, Deutsche Telekom, Magalu Consórcios e muito mais. A MoEngage capacita profissionais de marketing e proprietários de produtos com insights sobre o comportamento do cliente e a capacidade de agir com base nesses insights para envolver os clientes nos canais da web, dispositivos móveis, e-mail, redes sociais e mensagens. Marcas de consumo em 59 países usam o MoEngage para potencializar experiências digitais mensais para mais de um bilhão de clientes. Com escritórios em 13 países, a MoEngage é apoiada pela Goldman Sachs Asset Management, B Capital, Steadview Capital, Multiples Private Equity, Eight Roads, F-Prime Capital, Matrix Partners, Ventureast e Helion Ventures.

A MoEngage foi nomeada “Strong Performer” no relatório Gartner Peer Insights(™) Voice of the Customer: Multichannel Marketing Hubs Report 2025, “Contender” no relatório The Forrester Wave™: Real-Time Interaction Management, Q1 2024, e “Strong Performer” no relatório The Forrester Wave™ 2023. A MoEngage também foi destacada como Líder no IDC MarketScape: Worldwide Omni-Channel Marketing Platforms for B2C Enterprises 2023.

Para saber mais, visite www.moengage.com.