

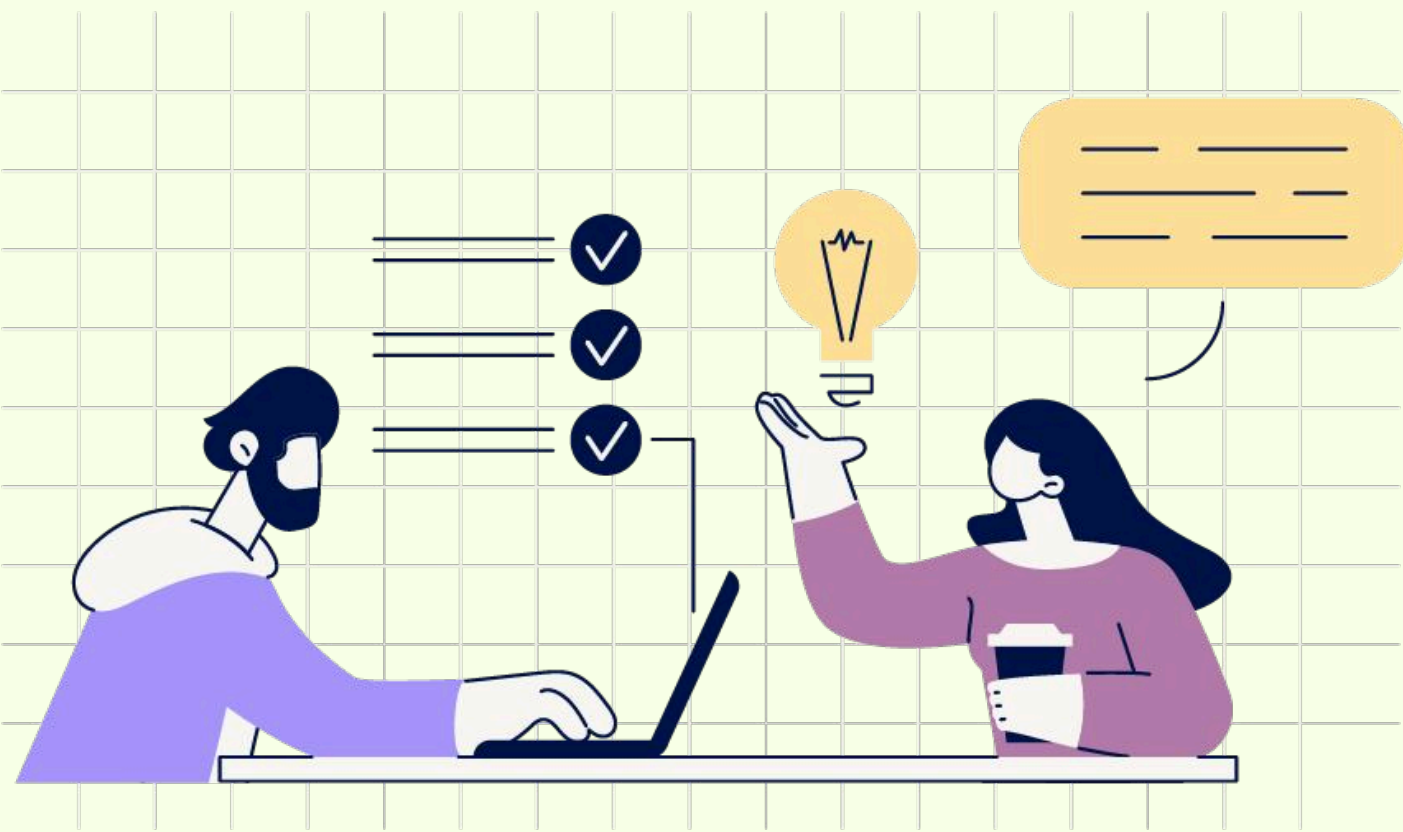
Zigi aumenta retenção de usuários em 40% em um trimestre com fluxos automatizados da MoEngage



SOBRE A ZIGI

A Zigi é um aplicativo de serviços financeiros digital lançada pelo Banco Industrial, o maior banco da Guatemala. Ela foi criada para modernizar o setor, tradicional e com baixa penetração digital, oferecendo principalmente aos jovens a sua primeira experiência bancária.

A missão da Zigi é eliminar o uso do dinheiro físico no dia a dia e promover a inclusão financeira digital. A plataforma substitui processos complexos por uma experiência simples, como a interação direta via WhatsApp, tornando o gerenciamento de recursos mais acessível e integrado à rotina do usuário.



O que a Zigi estava buscando

Segmentação Inteligente: identificar com precisão os diferentes grupos de usuários para iniciar conversas relevantes. Era crucial entender o comportamento de cada pessoa dentro do app para personalizar a comunicação.

Unificação de Dados: consolidar toda a informação gerada pelos usuários em uma visão única e centralizada.

Segurança e Conformidade: como uma instituição financeira, a Zigi lida com uma enorme quantidade de dados sensíveis. Era imperativo garantir que qualquer solução adotada atendesse aos mais rigorosos padrões de segurança e privacidade.



Os principais pontos foram o impacto positivo na retenção de clientes, a facilidade de uso para criar campanhas e fluxos e o gerenciamento abrangente de dados, recursos que permitem à Zigi eliminar o trabalho manual e personalizar a experiência diretamente para cada tipo de cliente.



Francisco Amaya
Marketing Own Media



Antes, nós fazíamos a associação manual dos IDs de cliente com os cupons. Agora, a MoEngage automatiza completamente esse processo e ainda envia alertas sobre cupons prestes a expirar ou com estoque baixo, o que nos permite gerenciar nossas campanhas de forma muito mais eficiente.



Francisco Amaya
Marketing Own Media

Como foi o processo de implementação

Francisco Amaya descreveu a escolha pela plataforma ideal como a etapa mais desafiadora. No entanto, uma vez assinado o contrato, o onboarding e o treinamento foram ágeis.

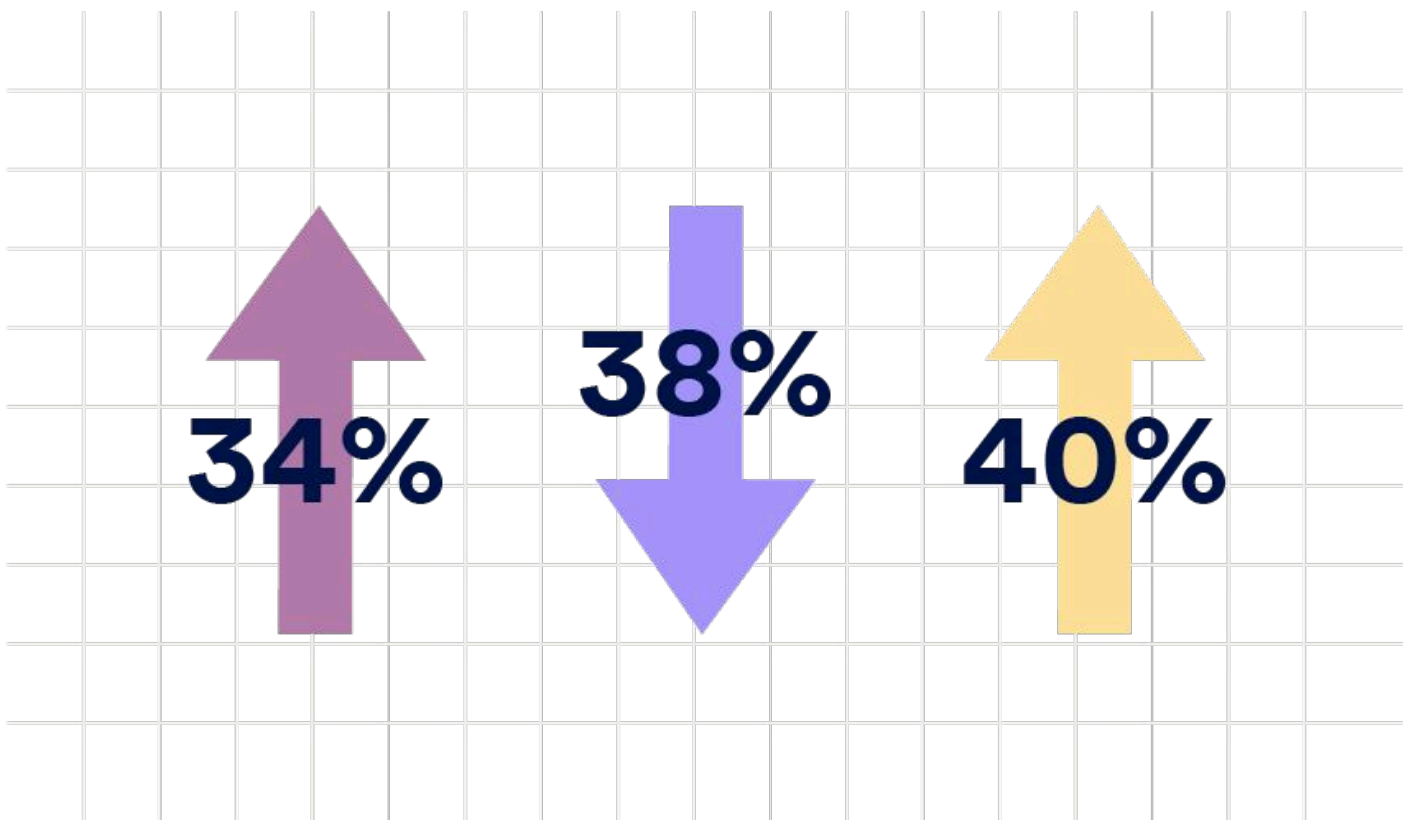
O principal desafio técnico durante a implementação foi garantir o compartilhamento seguro de dados entre o banco de dados da Zigi e a plataforma MoEngage — um obstáculo que foi superado com sucesso pelo time técnico da MoEngage.



Implementação do NPS

A Zigi implementou pesquisas de NPS (Net Promoter Score) através da MoEngage. A plataforma se mostrou muito mais ágil para a equipe de UX criar as pesquisas e acessar os dados, em comparação com a solução anterior via SDK.

Segundo Kathy Santizo, UX Lead da Zigi, essa mudança melhorou significativamente a coleta de feedback, permitindo que a empresa reúna insights em tempo real imediatamente após o uso de um produto pelo cliente.



Products Used

- Customer Insights & Analytics**
Create omnichannel, personalized experiences using AI-powered insights and analytics.
- 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.

Resultados em comparação ao semestre anterior

Os principais pontos foram o impacto positivo na retenção de clientes, a facilidade de uso para criar campanhas e fluxos e os recursos abrangentes de gerenciamento de dados que permitiram à Zigi eliminar a análise manual de dados e a dependência de sua equipe de dados.

- ☒ **Fluxo de abandono de transação:** registrou um uma diminuição de 38% em comparação com o grupo de controle.
- ☒ **Taxa de retenção:** apresentou crescimento de 40% no primeiro quarter de 2025 em comparação ao segundo quarter de 2024.
- ☒ **Fluxo de prevenção de Churn:** obteve um aumento notável de 34% na eficiência contra a evasão de usuários em relação ao grupo de controle, utilizando segmentação baseada no modelo RF.

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.