



AR

FRENTE 7

Ativação e retenção

Responsável por Ativação e Retenção

Sua missão em uma frase

Ajudar clientes elegíveis a completar uma primeira entrega útil na Leadlovers e repetir esse valor, usando eventos de produto, coortes e mensagens consentidas para reduzir abandono evitável.

O jeito mais simples de entender

Ativação é ensinar a primeira pedalada; retenção é garantir que a bicicleta continue útil depois da novidade inicial.

Na prática: Exemplo: o cliente cria a primeira automação, publica e vê um contato percorrer o fluxo. Esse primeiro valor orienta toda a sequência pós-venda.

Pilar para estudar: Estratégico · Regra de ouro: produza evidências pequenas e frequentes antes de ampliar o trabalho.

FRONTEIRA DO PAPEL

Onde você atua e onde entrega o bastão

Teste de responsabilidade

Se a tarefa muda diretamente o resultado desta frente, ela entra. Se depende de outra especialidade, prepare a entrada e faça o handoff.

É sua responsabilidade	Não é sua responsabilidade
+ Definir e medir eventos de ativação, como publicar página, importar contatos, enviar campanha, conectar WhatsApp ou ativar automação. + Construir entrada guiada, ou onboarding, e lembretes por comportamento, plano, perfil e etapa real da conta. + Analisar coortes, isto é, grupos que começaram no mesmo período ou canal, para comparar ativação e permanência. + Executar recuperação de inatividade, pagamento falho e cancelamento voluntário com consentimento e saída simples. + Entregar sinais de fricção ao Produto, Suporte, Comercial e Financeiro com contexto e prova.	- Comprar mídia, captar leads ou otimizar custo de aquisição; essa é a missão de aquisição. - Corrigir defeito técnico ou responder chamado; isso pertence à Frente 5. - Responder avaliações públicas e administrar a reputação da marca; isso pertence à Frente 6. - Disparar mensagem para toda a base sem critério, consentimento, limite de frequência ou grupo de comparação.

Três perguntas antes de aceitar uma tarefa

☐ Esta tarefa produz um dos entregáveis da minha frente?	☐ Eu tenho dados, acesso e prazo para executá-la com segurança?
☐ A prova final poderá ser conferida por outra pessoa?	

Comece pelo que pode interromper o resultado

Meta do dia

Encerrar o expediente sabendo o que mudou, por que mudou e qual prova ficou registrada.

01 · Observe contas novas que ainda não completaram o próximo passo de valor.

Por quê: A entrada guiada funciona como trilha sinalizada: a mensagem certa indica a próxima curva, sem empurrar todas as pessoas pela mesma rota.

Ferramenta: PostHog ou Amplitude, sistema de relacionamento com clientes e eventos da Leadlovers.

Prova: Fila por etapa: conta elegível, último evento, próximo passo e canal permitido.

02 · Verifique falhas nos cinco eventos de ativação e encaminhe defeitos com contexto.

Por quê: Lembrete não resolve botão quebrado, acesso ausente ou disparo que não saiu.

Ferramenta: Painel de eventos, Movidesk e página de status.

Prova: Evento esperado, ausência ou erro, contas afetadas e handoff aceito pela Frente 5.

03 · Revise as jornadas ativas e seus limites de contato.

Por quê: Mensagem demais transforma ajuda em ruído e aumenta saída, denúncia e desgaste.

Ferramenta: Automações da própria Leadlovers ou Customer.io, registro de consentimento e lista de supressão.

Prova: Jornada, público, gatilho, frequência, canal, consentimento e saída testada.

Feche a fila e deixe o amanhã preparado

01 · Leia respostas e cancelamentos recentes para identificar a causa em linguagem do cliente.

Por quê: O motivo escolhido no formulário pode esconder o problema real; a frase do cliente mostra onde investigar.

Ferramenta: Sistema de relacionamento com clientes, Movidesk, pesquisa de cancelamento e classificação assistida com revisão humana.

Prova: Causa primária, trecho anonimizado, etapa da jornada e área responsável.

02 · Confirme se os números do painel usam a mesma definição e janela.

Por quê: Comparar sete dias com mês fechado é como medir duas corridas com linhas de chegada diferentes.

Ferramenta: Dicionário de eventos e painel de coortes.

Prova: Evento, denominador, janela, fonte e estado reportado ou reconciliado.

Modelo de fechamento

Hoje observamos X, fizemos Y, o resultado apareceu em Z e amanhã a próxima decisão é W.

☐ Faça: registre a prova no mesmo dia.

☐ Evite: deixar item sem responsável.

☐ Prova: link, número, captura ou decisão datada.

CADÊNCIA SEMANAL · PARTE 1 DE 2

S

Leia a semana antes de escolher a próxima aposta

Pergunta da semana

O que aprendemos que muda a próxima prioridade, o orçamento ou a experiência do cliente?

01 · Revise o funil de ativação por perfil, canal e coorte.

Por quê: A média geral pode esconder que agências avançam e infoprodutores travam, ou o contrário.

Ferramenta: Amplitude ou PostHog, sistema de relacionamento com clientes e painel de dados.

Prova: Tabela por coorte com entrada, cada evento, abandono e tempo até primeiro valor.

02 · Escolha uma fricção para corrigir ou testar.

Por quê: Uma mudança por vez permite aprender qual ação realmente moveu o resultado.

Ferramenta: Backlog de experimentos com hipótese, grupo elegível e proteção contra dano.

Prova: Hipótese, mudança, público, comparação, métrica principal, limite de segurança e regra de parada.

03 · Audite mensagens de entrada guiada, inatividade e recuperação.

Por quê: A mensagem precisa refletir o que a conta fez, não uma sequência baseada apenas no calendário.

Ferramenta: Leadlovers, Customer.io ou ferramenta aprovada de jornadas.

Prova: Faça: indique uma ação. Evite: três pedidos no mesmo texto. Prova: clique e evento posterior na mesma conta elegível.

Transforme a leitura em compromisso

01 · Cruze cancelamento voluntário, falha de pagamento e uso do produto.

Por quê: Quem saiu por valor percebido pede uma ação; quem saiu por cobrança pede outra.

Ferramenta: Financeiro, sistema de relacionamento com clientes, eventos de produto e motivo de cancelamento.

Prova: Coortes separadas, causa, valor em risco e rota de recuperação apropriada.

02 · Compartilhe um aprendizado com Produto, Suporte, Comercial e Financeiro.

Por quê: Retenção é o resultado de várias entregas; o time precisa agir sobre o mesmo fato.

Ferramenta: Resumo semanal de uma página.

Prova: O que ocorreu, em qual coorte, provável causa, decisão, dono e próximo sinal esperado.

Saída mínima da reunião

Uma decisão, um responsável, uma data e a prova que encerrará a tarefa.

Evite: reunião que apenas lê números. Prefira: comparar o planejado, o realizado, a causa e a próxima decisão.

KPIs que mostram qualidade e velocidade

Como usar: cada número deve responder se a equipe mantém, corrige ou interrompe uma ação. As faixas são pontos de partida e devem ser calibradas com a linha de base da Leadlovers.

KPI	Como calcular	Quando olhar	Sinal saudável
Taxa de ativação na janela acordada	Contas elegíveis que completaram o evento de primeiro valor dentro da janela definida dividido por contas elegíveis iniciadas.	Diária por coorte, com fechamento semanal.	Subir por perfil sem trocar evento ou janela no meio do ciclo.
Tempo até primeiro valor	Mediana entre criação ou pagamento da conta e primeiro evento de valor confirmado.	Semanal por perfil, plano e canal.	Cair a partir da linha de base; investigue caudas longas, não apenas a média.
Retenção do mês de entrada para o mês seguinte, M0 para M1	Contas elegíveis da coorte inicial que permanecem ativas no mês seguinte dividido por contas elegíveis da coorte inicial.	Mensal por coorte, canal e perfil.	Preservar ou melhorar enquanto o volume cresce; use a definição financeira de conta ativa.

Leia em conjunto

Um KPI mostra um ângulo. Antes de decidir, compare qualidade, velocidade e consequência para o cliente.

KPIs que mostram custo, confiança e resultado

Como usar: leia a fórmula completa, aplique a cadência indicada e calibre o sinal saudável com a linha de base da própria frente.

KPI	Como calcular	Quando olhar	Sinal saudável
Retorno ao evento de valor	Contas ativadas que repetiram o evento de valor na janela analisada dividido por contas ativadas elegíveis.	Semanal ou mensal conforme o ritmo natural de uso.	Subir de forma sustentada; repetição vale mais que uma visita sem resultado.
Conversão incremental da jornada	Taxa de ativação ou retorno do grupo exposto menos a taxa do grupo comparável não exposto.	Ao fim de cada teste, com acompanhamento semanal.	Manter somente jornadas com efeito útil e sem piora de saída, denúncia ou suporte.
Taxa de saída das mensagens	Pessoas que pediram para parar ou foram suprimidas dividido por pessoas alcançadas pela jornada.	Diária por canal e mensagem; fechamento semanal.	Manter sob o limite aprovado; aumento indica público, frequência ou promessa inadequados.

Decisão registrada

Escreva qual número mudou, qual faixa foi cruzada, o que será feito e quando a equipe voltará a medir.

Prepare, confirme e execute

Metáfora do fluxo

Subir a escada pulando degraus parece rápido até a primeira queda. Cada passo abaixo produz a entrada do próximo.

**01**

Defina o valor · Escolha um evento que prova resultado, por exemplo campanha enviada, automação ativa ou página publicada.

Use: Dicionário de eventos e validação com Produto e cliente. · Pronto quando: Nome, regra, propriedades, dono e exemplo real do evento.

02

Mapeie a trilha · Liste os passos mínimos entre entrada e primeiro valor, sem transformar a entrada guiada em treinamento obrigatório.

Use: Funil de produto e entrevistas ou chamados anonimizados. · Pronto quando: Fluxo curto com etapa, fricção e saída possível.

03

Instrumente · Envie eventos com identidade estável, horário, plano, perfil e origem permitidos.

Use: PostHog ou Amplitude, sistema de relacionamento com clientes e integração aprovada. · Pronto quando: Evento visível em teste, sem dado pessoal desnecessário e com definição versionada.

04

Segmente · Crie grupos por comportamento: começou, travou, ativou, repetiu, ficou inativo ou cancelou.

Use: Segmentos orientados por dados na ferramenta de jornadas. · Pronto quando: Critério de entrada e saída, quantidade e amostra conferida.

Comprove, entregue e aprenda

**05**

Ajude · Envie uma mensagem com contexto, benefício e uma única próxima ação.
Use: Leadlovers, e-mail ou WhatsApp oficial conforme consentimento. · Pronto quando: Mensagem aprovada, canal permitido, limite de frequência e saída funcionando.

06

Compare · Meça coorte exposta e grupo comparável na mesma janela.
Use: Amplitude, PostHog ou GA4 conforme o evento. · Pronto quando: Tabela com denominador, diferença, incerteza e regras automáticas de segurança (guardrails).

07

Decida · Mantenha, ajuste ou desligue a jornada; entregue defeitos e causas ao dono certo.
Use: Ritual semanal e backlog. · Pronto quando: Decisão, responsável, motivo, data e próximo teste.

Porta de saída

O fluxo termina quando a evidência foi conferida e a próxima pessoa recebeu contexto suficiente para agir.

EXEMPLO RESOLVIDO

E

Medir valor percebido, não apenas login

Pergunta que chegou
O cliente entrou três vezes na conta. Isso significa que foi ativado?

Campo	Antes	Depois	Por quê
Evento	Fez login	Publicou a primeira automação	Login não prova valor
Confirmação	Clicou em telas	Contato percorreu o fluxo	Mostra funcionamento real
Próxima ação	Enviar mais dicas	Remover o bloqueio específico	Personaliza a ajuda



Decisão
Considerar ativado somente após automação publicada e primeiro contato processado.

IMPACTO	AGIR AGORA	PLANEJAR
	Definir primeiro valor	Maior esforço
	AJUSTAR	EVITAR
	Baixo impacto	Muito esforço

MENOR ESFORÇO

MAIOR ESFORÇO

Prova de conclusão: Painel registra data do primeiro valor, etapa bloqueada, ajuda enviada e evolução em sete dias.

CONTROLE DE QUALIDADE

C

Checklist antes de marcar como concluído

Regra do checklist

Marque somente o que outra pessoa consegue conferir por uma evidência, um link, um número ou uma decisão registrada.

☐ O evento de primeiro valor possui definição, dono e exemplo.	☐ A conta elegível e a janela de ativação estão claramente definidas.
☐ Os eventos foram testados de ponta a ponta antes de entrar no painel.	☐ O segmento possui regra de entrada e de saída.
☐ A mensagem reage ao comportamento real da conta.	☐ Cada mensagem pede uma única ação principal.
☐ O canal possui base legal, registro de consentimento ou outra hipótese validada.	☐ A pessoa consegue sair da comunicação com procedimento simples.
☐ A jornada tem limite de frequência e lista de supressão.	☐ O teste possui comparação, métrica principal e proteção contra dano.
☐ Defeitos encontrados foram entregues à Frente 5, não mascarados com lembretes.	☐ A decisão final registra manter, ajustar ou desligar, com prova.

Leitura rápida: 10 a 12 itens marcados indicam prontidão. De 7 a 9, corrija antes de ampliar. Abaixo de 7, volte ao diagnóstico.

O que receber e o que entregar

Metáfora do revezamento

A passagem só funciona quando quem recebe sabe o ponto de encontro, o ritmo e o que vem dentro do bastão.

1

Ativação e retenção **PARA** Produto e suporte

Receba: Etapa com abandono ou erro, eventos, coorte afetada, exemplos anonimizados e impacto.

Entregue: Confirmação de dúvida, limitação ou defeito; correção, conteúdo ou procedimento.

Prazo combinado: Triagem no rito semanal; bloqueio de ativação coletivo ou incidente segue prioridade imediata.

2

Produto e suporte **PARA** Ativação e retenção

Receba: Mudança publicada, evento disponível, limitação conhecida e artigo correto. Entregue: Jornada ajustada, segmento atualizado e mensagem coerente com a versão do produto.

Prazo combinado: Antes de reativar mensagens ligadas à função alterada.

3

Ativação e retenção **PARA** Comercial e Financeiro

Receba: Ativação, permanência, cancelamento e valor por canal e perfil, com definições reconciliadas.

Entregue: Ajuste de qualificação, promessa, cobrança ou recuperação financeira.

Prazo combinado: Resumo semanal; divergência financeira bloqueia decisão até reconciliação.

ANTIERROS



Cinco atitudes que confundem o papel

Use esta página quando surgir dúvida

Se uma ação não cabe no seu escopo, não a abandone: transforme-a em handoff com entrada, saída e prazo.

Cinco erros que confundem o papel

☐ Evitar: Tratar login como ativação; entrar na conta ainda não prova valor.	☐ Evitar: Enviar a mesma sequência para todos; estágio, perfil e canal mudam a ajuda necessária.
☐ Evitar: Confundir clique com resultado; a prova é o evento útil que acontece depois.	☐ Evitar: Cobrir defeito com mais mensagens; primeiro corrija ou comunique a falha.
☐ Evitar: Medir retenção com coortes, janelas ou denominadores diferentes e chamar a variação de melhora.	
☐ Faça: descreva a decisão em linguagem comum.	☐ Evite: usar volume como sinônimo de qualidade.
☐ Prova: outra pessoa consegue repetir a conclusão.	

Diagnostique onde a coorte travou

Antes de copiar

Preencha contexto, período e dados disponíveis. Peça ao assistente para apontar lacunas, sem inventar números.

Diagnostique onde a coorte travou

Quando usar: Forneça uma tabela agregada por etapa, perfil, canal e período, sem dados pessoais.

Copie e adapte:

Identifique as três maiores quedas em quantidade e proporção. Para cada uma, proponha: hipótese, dado faltante, ação de produto ou mensagem, métrica de prova e risco. Separe correlação de causa. Use linguagem comum e não invente meta.

Saída esperada: Tabela de diagnóstico com prioridade, hipótese, teste e prova necessária.

Revisão humana: confira fatos, dados pessoais, promessas e decisões antes de enviar ou publicar qualquer saída.

Rascunhe uma mensagem de próxima ação

Boa instrução, boa saída

Diga o objetivo, os limites, os dados disponíveis e o formato final. Uma instrução vaga produz trabalho de revisão.

Rascunhe uma mensagem de próxima ação

Quando usar: Informe evento realizado, etapa pendente, perfil, canal permitido e artigo oficial.

Copie e adapte:

Escreva uma mensagem curta que reconheça o avanço, explique o benefício da próxima etapa e peça uma única ação. Inclua ajuda e forma de parar. Entregue duas linhas extras: 'faça' com a ação clara e 'evite' com uma versão genérica ou pressionadora.

Saída esperada: Mensagem pronta para revisão, com ação, fonte, ajuda e saída.

Revisão humana obrigatória: confira fatos, dados pessoais, promessas e decisões antes de enviar ou publicar qualquer saída.

Comece pela prova que precisa produzir

Estado da arte sem modismo

A melhor ferramenta é a que cabe no fluxo, protege os dados e deixa uma saída verificável. Troque de ferramenta sem trocar o método.

Ferramenta no fluxo	Use para produzir esta prova
PostHog ou Amplitude, sistema de relacionamento com clientes e eventos da Leadlovers.	Observe contas novas que ainda não completaram o próximo passo de valor.
Painel de eventos, Movidesk e página de status.	Verifique falhas nos cinco eventos de ativação e encaminhe defeitos com contexto.
Automações da própria Leadlovers ou Customer.io, registro de consentimento e lista de supressão.	Revise as jornadas ativas e seus limites de contato.

☐ Defina a prova antes de abrir a ferramenta.	☐ Use apenas os dados necessários para a tarefa.
☐ Registre fonte, responsável e data da saída.	☐ Revise o resultado antes de compartilhar.

Conecte a ferramenta à rotina da frente

Pergunta de escolha

Esta ferramenta reduz um risco ou apenas adiciona uma tela? Mantenha o método simples e a prova conferível.

Ferramenta no fluxo	Use para produzir esta prova
Sistema de relacionamento com clientes, Movidesk, pesquisa de cancelamento e classificação assistida com revisão humana.	Leia respostas e cancelamentos recentes para identificar a causa em linguagem do cliente.
Dicionário de eventos e painel de coortes.	Confirme se os números do painel usam a mesma definição e janela.
Amplitude ou PostHog, sistema de relacionamento com clientes e painel de dados.	Revise o funil de ativação por perfil, canal e coorte.

Critério de pronto

A ferramenta cumpriu o papel quando a evidência foi produzida e outra pessoa consegue repetir a conclusão.

F

APROFUNDAMENTO

Documentação oficial e próximo passo

Como ler as fontes

Abra somente a documentação da ferramenta que você usará agora. O método do guia continua válido quando a interface mudar.

Documentação oficial para aprofundar

Amplitude Analytics: funis, jornadas, coortes e retenção · Documenta análises de comportamento, conversão, retenção, jornadas e comparação de grupos.

Amplitude: cálculo de análise de retenção · Explica numerador, denominador, pessoas únicas, períodos incompletos e diferenças entre visões de retenção.

Customer.io: segmentos orientados por dados · Mostra como pessoas entram e saem automaticamente de grupos conforme atributos e comportamentos.

Customer.io: campanhas, transmissões e mensagens transacionais · Diferencia gatilhos por evento, atributo e segmento para entrada guiada, inatividade e pesquisas.

Google Analytics 4: relatório de retenção · Define novos e recorrentes, retenção por coorte, engajamento e valor ao longo do tempo.

ANPD: direitos dos titulares de dados · Resume informação, acesso, correção, eliminação e revogação de consentimento que afetam jornadas e saídas.

Próximo passo

Escolha uma tarefa diária, execute hoje, registre a prova e use o checklist antes de ampliar. O guia completo continua no Portal Educacional Leadlovers 2026.

Abrir a aula relacionada no portal