

A man with dark, wavy hair and a light beard is smiling broadly, looking down at a laptop screen. He is wearing a white button-down shirt. The background is blurred with bokeh lights. There are orange geometric shapes (squares) in the top right and bottom left corners of the image.

Como superar desafios em Campanhas de Incentivo

Como superar os desafios em Campanhas de Incentivo

Campanhas de incentivo eficientes são componentes vitais para alavancar vendas, motivar, engajar, criar colaboração, treinar colaboradores, parceiros e até mesmo fortalecer uma equipe. Atualmente as empresas enfrentam uma série de desafios ao gerir e implementar uma campanha de incentivo.

Inseridas em um cenário competitivo com múltiplos objetivos e em constante mutação as dificuldades estão presentes desde a concepção da campanha até a sua premiação e apuração de resultados. Sabia reconhece-los e como evitar que esses desafios sejam pontos de problemas da sua campanha.

Desafios Frequentes



Definição dos Objetivos.

É sempre comum vermos uma campanha de incentivo sem muitos objetivos claramente definidos, seja para focar na venda de determinado produto, seja para cadastrar um novo cliente, seja para atingimento de metas.

É acima de tudo importante que essa definição seja clara pois a partir desse objetivo toda a campanha é estruturada.

Definição dos Perfis.

É comum uma campanha iniciar e os participantes não engajarem por algum perfil ser privilegiado. O famoso “já sabemos quem vai ganhar” que desmotiva completamente qualquer participante. Para que isso não ocorra é importante não só definir cada perfil como também as suas regras específicas.



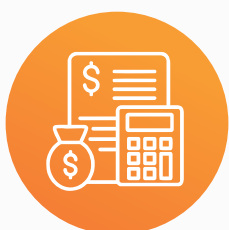


Segmentação e Mecânica das campanhas.

Com vários perfis é preciso personalizar cada grupo em regras específicas para a mesma campanha. É importante garantir que as mecânicas de cada etapa esteja claro para facilitar a adesão e o engajamento dos participantes.

Definição de Tema.

Uma vez com a estrutura lógica da campanha definida, a escolha por um tema atrativo é sem dúvidas o ponto de partida inicial para despertar o interesse no público alvo. Temas criativos ou ligados a bons prêmios são garantia de sucesso de uma campanha.



Controle de Budget e garantia de ROI.

Sem dúvidas esse talvez seja a maior dificuldade ao implementar uma campanha, principalmente se ela estiver sendo implementada internamente. As dificuldades de garantir que a verba destinada seja suficiente sem a necessidade de um aporte é gerada principalmente pela falta de planejamento e erros na execução do projeto. E sem esse controle é impossível mensurar se o valor investido realmente terá retorno, seja este retorno em vendas ou mesmo em um maior engajamento dos colaboradores participantes.

Comunicação e engajamento.

Problemas com falta de comunicação ou mensagens que não passam o entendimento correto são comuns e certamente essa falha na interlocução é o que mais afasta os participantes de uma campanha. É preciso uma comunicação clara, direta e objetiva, não só para informar mas para motivar constantemente o público alvo, seja com informações do produto de venda, do regulamento, da pontuação ou mesmo do resgate. Essa comunicação assertiva e constante engaja tanto quanto um bom prêmio para resgate.





Variedade de opções para Premiação.

Como já apontamos, a premiação é sem dúvidas o maior responsável pelo engajamento de uma campanha. Seja prêmio em viagens, cursos, produtos do momento ou vouchers para resgate. O Pix é muito procurada ultimamente. Ela pode ser uma opção mas é importante alinhar atentamente com os objetivos da campanha e não se deve ignorar a diferença entre custo e valores parecidos de prêmios, experiências e viagens, bem como a memória afetiva que estes outros proporcionam.

Ações de sustentação.

Essa é uma ótima forma de manter o participante constantemente atento, engajado e ainda ajuda a vender determinado produto que estiver precisando de um para bater metas. Não existe regra absoluta para essas ações, elas podem variar em inúmeras opções, desde roletas premiadas, campanhas relâmpagos, ações presenciais, dentre outras...



Relatórios e Dashboards.

Não é possível fazer a gestão de uma campanha sem olhar diariamente esses dados e números. Eles vão sempre servir de parâmetro para todo e qualquer próximo passo. seja para ações de captação, seja para impulsionar algum produto ou comportamento específico ou mesmo para ampliar o tempo de duração de uma campanha. Quanto mais personalizáveis os Dashes menos tempo é possível se gastar na suas análises.

Nossa Dica

Dada a complexidade para gerir todos esses desafios, a solução mais impactante é simplificar. Tente encontrar varias soluções em uma plataforma que facilite desde a gestão até a premiação. Capaz de oferecer acompanhamento simplificado com redução no tempo de gestão de dados, flexibilidade para micro-segmentação de campanhas customizadas e seguras, Comunicação direta que informa, engaja e capacita. Catálogo completo de resgate com cursos, ações sociais, prêmios e experiências.

Como criar e manter a campanha justa e motivada.



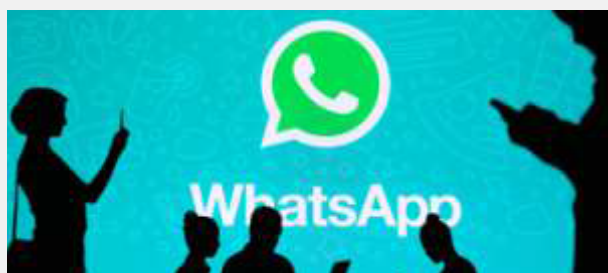
Faça o básico bem feito. Defina o nome e visual marcantes, mecânica simples, comunicação frequente e relevante e prêmios que motivem;



Avalie o histórico dos participantes e segmente a campanha associando à realidade de cada grupo, para que tenham metas competitivas e realistas.



Ofereça cursos e treinamentos para os participantes ou colaboradores. Quanto maior a capacitação, maior é o engajamento;



Crie mecânicas de comunicação no WhatsApp segmentadas para cada grupo de participantes da campanha;



Aumente o engajamento enviando e-mails com o regulamento e informações sobre a mecânica;



Crie ações gamificadas e/ou de sustentação com pontuações extras;



Durante a campanha, mantenha ativo na memória dos participantes quais prêmios eles poderão ganhar;



Acompanhe dia a dia os resultados e metas para, se preciso, realizar uma possível correção de rota.

Entre em contato com a ITMais e tenha seu trabalho simplificado.



itmais.com

 (11) 97542-0981