



ClearSale

intelligence to move_

sumário

1. Clientes Legado
2. Histórico de Migração
3. Processos

Clientes Legado





Digital Onboarding

0 cliente

Produto encerrado



WALLET

0 cliente

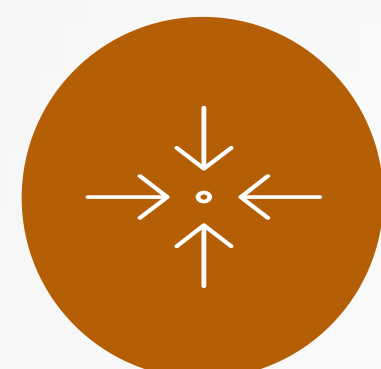
Produto encerrado



FFR

3 clientes

Banco Santander
Financeira Alfa
Banco ABC - *Março/23: Negociação para migração do Banco ABC - backtest*



Mobile Trust

1 cliente

Banco Pan - *Nov/22: Apresentação backtest*



Data Trust

120 clientes

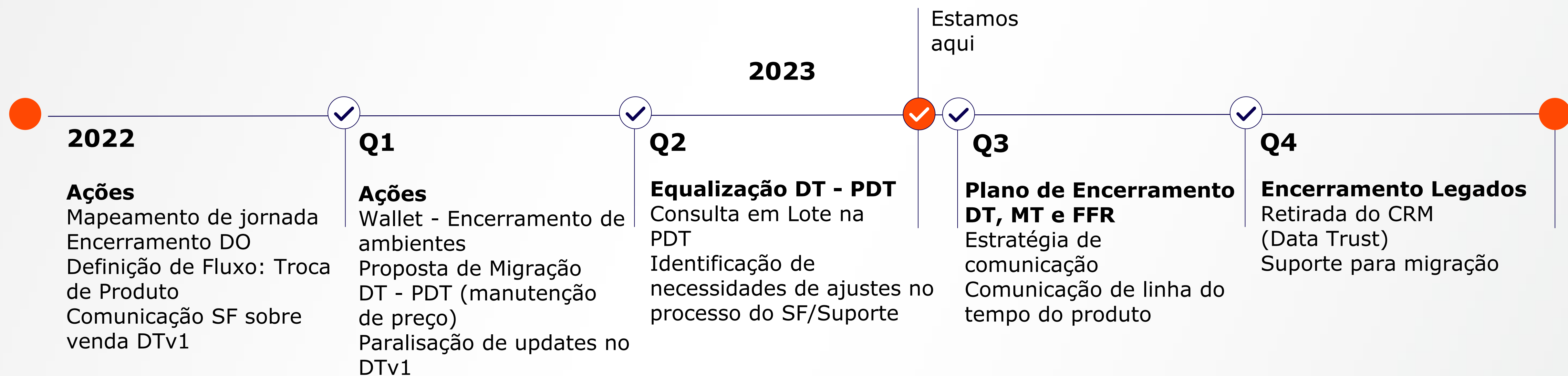
106 clientes Tech Touch/Inside (89%)
13 clientes Farmer - Mid Touch/Field (10%)
01 cliente Private - High Touch/Enterprise (1%)

Histórico de Migração



Planejamento

Migração e Encerramento de Produtos



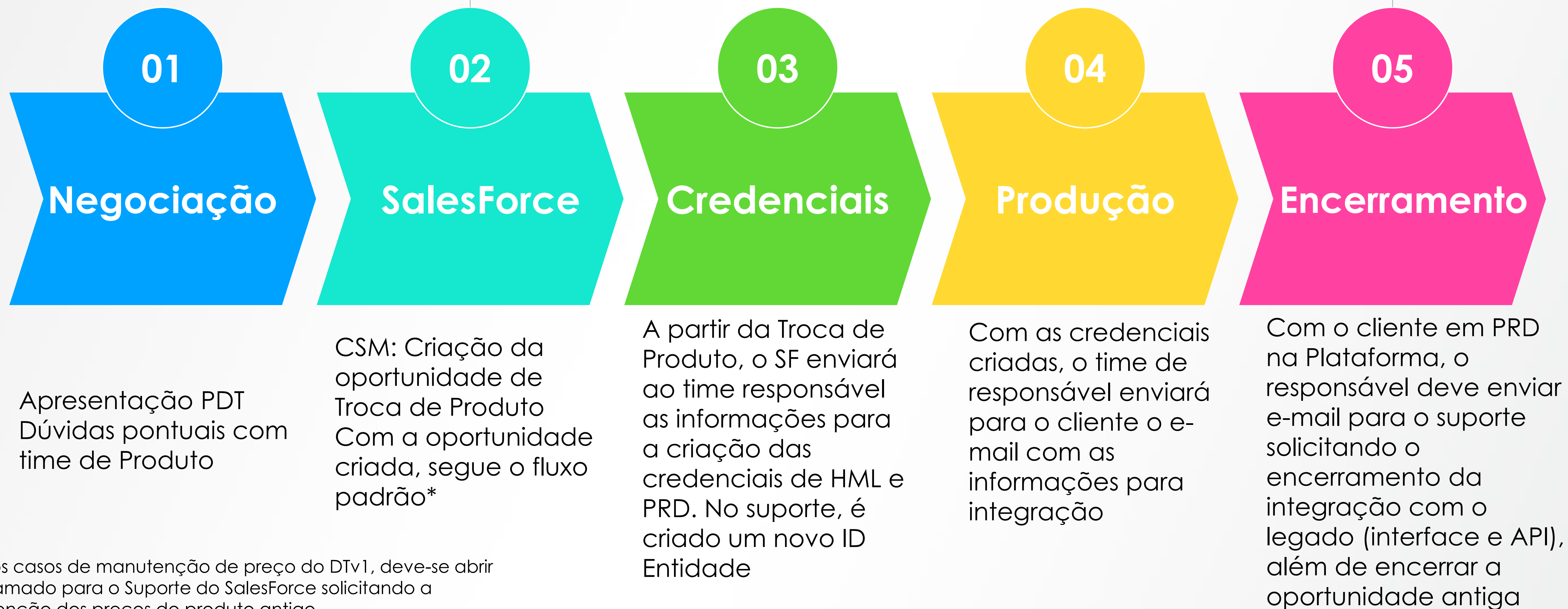
Processos



Migrações

Fluxo atual

Fluxo proposto a partir de históricos ClearSale (DTI, Integração e CRM)



*Para os casos de manutenção de preço do DTv1, deve-se abrir um chamado para o Suporte do Salesforce solicitando a manutenção dos preços do produto antigo.

Migrações

Problemas atuais

NEGOCIAÇÕES

Não podemos ter negociações de junção de volumetria do produto novo e do produto antigo pois demanda trabalho manual do faturamento

FATURAMENTO

1. A oportunidade precisa estar em Produção no SF
2. No caso de ter valor mínimo que não foi atingido devido ao cancelamento do produto anterior, e for negociado desconto, usar a alçada de desconto do processo de pricing atual

CRM e INTEGRAÇÃO

A oportunidade acordada foi a opção "Troca de Produto" e para tanto, é preciso a manutenção do ID da entidade para que a oportunidade siga para a opção em Produção, e assim, gerar relatórios para o faturamento/integração.

INSIDE SALES

Até o momento, foi identificado quando a migração temos uma migração de cliente Inside Sales, ao haver cancelamento da oportunidade antiga/Troca de ID, há a caracterização de churn, o que impacta no comissionamento do consultor

Plano de Ação

Próximos Passos



1

Definição de melhor fluxo

*Fluxo: Troca de Produto x Migração de Produto x outros

*ID: com ou sem troca (impacto no acesso do cliente)

2

Dos 124 **clientes ativos no legado**, 120 estão presentes no DT*.

Identificar melhor estratégia/segmentação para abordar o processo de migração

3

Para o MT e FFR, são apenas 4 clientes. Identificar necessidades dos clientes para a migração

sumário

1. Proposta de Migração
2. Plataforma Data Trust
3. Data Trust
4. FFR
5. Mobile Trust
6. Material de Apoio

Proposta de Migração



Plano de Ação

Possibilidades



Caso o CSM entenda ser necessário, podemos manter os preços do DT para a PDT (nos módulos Score, Ratings, Insights, 2FA e Token)

Focamos nas seguintes estratégias de migração: análise e clusterização de clientes DT, encerramento de produtos e clientes que iniciaram a integração com a PDT para a utilização de um novo módulo.

1

Dos 124 **clientes ativos no legado**, 120 estão presentes no DT*.
Dado a semelhança deste produto com a PDT, a estratégia de comunicação torna-se mais simples

2

Para os produtos MT e FFR, podemos apresentar para os clientes estudos com as vantagens da migração (incluindo DE-PARA de retornos)

3

Incentivo para migração - Up Cell: Banco BMG e Banco Pan para a utilização de 2FA Whatsapp

Plano de Ação

Possibilidades

	FFR	Mobile Trust	Data Trust
	Banco ABC Financeira Alfa Banco Santander	Banco Pan	120 clientes
Tech Touch/Inside	Banco ABC (~R\$5k) <i>Março/23: Negociação para migração do Banco ABC - backtest</i> Financeira Alfa (~R\$6k) Banco Santander (~R\$4k) <i>Pouco interesse</i>		<ul style="list-style-type: none"> • 106 clientes • Propomos uma comunicação massificada: ação de aviso de suspensão de atualização do produto e sua descontinuidade e possibilidades de manutenção de preço dos componentes utilizados no DTv1. <ul style="list-style-type: none"> ◦ <i>Precisamos de atuação de CS para planejamento de comunicação</i>
Farmer - Mid Touch/Field		Banco Pan (~R\$200k) <i>Nov/22: Apresentação backtest</i> Aguardando retorno por parte do cliente	<ul style="list-style-type: none"> • 13 clientes • Propomos uma comunicação mais próxima ao cliente, apresentando valor agregado (mais componentes) e possibilidades de manutenção de preço dos componentes do DT v1 <ul style="list-style-type: none"> ◦ <i>Precisamos de atuação de CS para planejamento de ações</i>
Private - High Touch/ Enterprise			<ul style="list-style-type: none"> • 01 cliente - Banco BMG <ul style="list-style-type: none"> ◦ <i>Em negociação para migração</i>

Migração DT - PDT

Caso o CSM entenda ser necessário, podemos manter os preços do DT para a PDT (nos módulos Score, Ratings, Insights, 2FA e Token). Para tanto, o executivo abrirá a oportunidade como **Troca de Produto evidenciando a oportunidade anterior do Data Trust.**

Com a oportunidade de troca de produto aberta, o executivo abrirá um caso para o suporte Salesforce, que irá alterar o preço dos componentes conforme o preço negociado na oportunidade do Data Trust. Após esta alteração, o executivo seguirá com a negociação da oportunidade como um todo.

Importante ressaltar que só iremos alterar os valores dos componentes negociados no data trust, **para os componentes novos que compõem o plataforma data trust, iremos manter o valor atual.**

Negociações

Importante

O processo de migração/troca de produto já é estabelecido dentro do SF. E para os casos do legado, é **um fluxo temporário** (já que após não termos mais os clientes nos produtos legados não teremos mais esse processo), e sendo assim, optamos por não avançarmos com desenvolvimentos nas ferramentas utilizadas para controle de clientes (CRM). Mas precisamos nos atentar para alguns pontos.

Não podemos ter negociações de junção de volumetria do produto novo e do produto antigo pois demanda trabalho manual do faturamento

No caso de ter valor mínimo que não foi atingido devido ao cancelamento do produto anterior, e for negociado desconto, usar a alçada de desconto do processo de pricing atual

Atentar-se para o avanço da nova oportunidade no Salesforce para a entrada em produção, bem como o cancelamento da oportunidade antiga, pois isso pode impactar no faturamento

Clientes migrados entram no Relatório Automática de primeiro pedido como Primeiro Pedido em Produção: acompanhar com legado quais são as migrações

FLUXO DE MIGRAÇÃO

01

Negociação

CSM e Pré-Sales (para apresentação da PDT). Para o cliente conhecer, podemos enviar a **documentação de integração** para análise e dúvida podem ser enviadas por e-mail (e caso necessário, agendaremos uma reunião)

02

Troca de Produto

Com o aceite do cliente, o CSM insere no Salesforce a **Troca de Produto**, sinalizando o novo produto (Plataforma Data Trust). Para casos de manutenção de preço, deve-se abrir chamado para o SF. É preciso incluir no Chatter que haverá a criação de um novo ID da entidade

03

Fluxo Salesforce

Com a oportunidade criada, ela **entra para o fluxo já existente no SF de Troca de Produto**

04

Envio de Credenciais

A partir da Troca de Produto, o SF enviará ao time responsável as informações para a criação das credenciais de HML e PRD

05

Entrada em Produção

Com as credenciais criadas, o time de produto.plataforma enviará para o cliente o e-mail com as informações para integração. Para GRANDES CONTAS, CSM necessita solicitar a liberação do faturamento em: cadastro.atendimento@clear.sale (com preenchimento de planilha modelo)

06

Solicitação de Logins para Interface e avanço SF

Caso o cliente queira começar a utilizar a Interface Web da Plataforma, o CSM pode solicitar ao suporte a criação de logins (informando o novo ID Entidade). No SF, **realizar o avanço de produção**.

07

Encerramento produto antigo

Com o cliente em PRD na Plataforma, o CSM deve enviar e-mail para o suporte solicitando o encerramento da integração com o legado (interface e API), além de **encerrar a oportunidade antiga no SF**.

Manutenção de preço

Estudos DT - PDT

Com isso, o cliente terá o direito de chamar os módulos Score, Ratings, Insights, 2FA e Token que já tinha direito na V1, também na Plataforma Data Trust na mesma transação*, pagando o mesmo preço.



DT v1 - R\$ 53,306.00
PDT - R\$112.000,00

Migração: R\$54k

Nº Pedidos Faturados: 100k



DT v1 - R\$489,604.05
PDT - R\$450.800,00

Migração: R\$490k

Expectativa de aumento de volumetria em 2x

Nº Pedidos Faturados: 460K



DT v1 -R\$ 1,296.54
PDT - R\$1.350

Migração: R\$1,3k

Expectativa Inclusão de Biometria

Nº Pedidos Faturados: 1k

*Caso futuramente o cliente se interesse em agregar um novo módulo diferente dos que já possui, iremos agregar o valor do novo módulo na tabela vigente à inclusão. Cobraremos por transaction quando o uso dos componentes for Score, Ratings, Insights, 2FA ou Token (1 ou N).

Migração

Importante

Para que tenhamos o fluxo corretamente estruturado e não tenhamos problemas com o faturamento (tanto do produto antigo como do novo produto), precisamos seguir algumas premissas, principalmente quando trata-se da migração do DT para PDT.

Abertura de Caso no Salesforce

Após a oportunidade de troca de produto aberta, deverá ser aberto um caso para o suporte Salesforce, que irá alterar o preço dos componentes conforme o preço negociado na oportunidade do data trust (para os casos onde houve a manutenção de preços do DT v1).

Contrato e Proposta Comercial

Com a troca do produto sinalizada no SF em Produção, entidade entra automaticamente no fluxo de faturamento, com **NOVO contrato e NOVA precificação**. O novo contrato é importante para que o Billing seja feito de maneira correta.

Encerramento Legado

Após a completa integração no novo produto, é importante que o CSM **solicite a desativação dos usuários e integração do produto legado**, pois há casos em que o cliente continua utilizando os dois produtos “sem saber”. Caso o cliente queira alguma informações histórica, podemos solicitar via suporte. Também é **preciso encerrar a oportunidade antiga no SF**.

Migração

Dúvidas

1. Sem haver troca de contrato, conseguimos seguir com o fluxo atual de um novo cliente na PDT?

R: Não, pois para o billing **é preciso que tenhamos o contrato do novo produto como gatilho**. Para faturamento, precisamos apenas da troca de Produto e novo entidade ID como gatilho.

2. Como manter o histórico do cliente?

R: Para que se mantenha o histórico do DT v1, é necessário encerrar a entidade antiga e solicitar a criação de uma nova entidade.

2.1 Por que eu preciso seguir com a criação de uma nova entidade para o cliente?

R: **Para que seja possível a manutenção de histórico de consultas, bem como a possibilidade de utilização dos dois produtos caso seja necessário para a entidade** (enquanto realiza a integração da PDT, continua usando o DT v1).

3. Esse modelo de precificação do DT v1 - PDT fica vigente até o término do contrato? Depois vai para o original?

R: Sim, pois não há término de contrato (ele tem vigência de 12 meses e é automaticamente renovado por tempo indeterminado). Continua o mesmo valor, aplicando os reajustes conforme contrato da V1.

4. Vamos seguir esse modelo para 100% dos clientes da v1?

R: Sim! Para fomentar a migração sem ônus pro cliente.

5. Se cobramos hoje R\$1 real na consulta da v1, quando ele consultar a PDT em Score de Fraude + Ratings + Insights + 2FA, vamos cobrar os mesmo R\$ 1 real?

R: Essa conta mesmo. O valor é por transaction.

5.1 E se ele for usar apenas o Score de Fraude (ou um outro módulo) na PDT?

R: Neste caso, cobraremos o valor do módulo.

6. O que fazer ao término do contrato?

R: **O contrato não tem validade**. Ele possui vigência de 12 meses e após esse período ele é renovado automaticamente por tempo indeterminado. Os ajustes anuais devem seguir o padrão.

7. Quais serão os contratos/propostas/Acordos que deverão constar na Oportunidade com o produto migrado?

R: No Salesforce **devemos seguir com o padrão já existente de "Troca de Produto"**, sendo que para os casos de manutenção de preços do produto legado, devemos abrir chamado para o time do SF para que seja realizada essa alteração no fluxo e manutenção da tabela do Data Trust v1.

8. Por que não seguir com a possibilidade de Cross-sell - Produto Adicional?

R: Porque precisamos da criação de uma entidade - para histórico do cliente, e com o cross sell isso não é possível. Ainda mais quando a **entidade quiser a manutenção do produto antigo por um tempo. Isso só será possível caso tenhamos dois IDs para a entidade** (um para o produto antigo e outro para o produto novo). NÃO É POSSIVEL ACESSAR OS DOIS PRODUTOS COM O MESMO ID DE ENTIDADE. Além disso, o fluxo de cancelamento do produto anterior pode ser perdido caso não seja acompanhado de perto.

9. No caso do cliente não querer cancelar imediatamente o contrato do produto antigo, como faremos para manter as duas oportunidades abertas paralelamente? Pois foi dito que ao movimentar a oportunidade nova para Produção, a antiga, do produto trocado é cancelada.

R: Podemos, novamente, solicitar a abertura de chamado e inclusão de observação para que, durante um determinado tempo (é preciso especificar quanto tempo) o cliente quer utilizar os dois produtos. Lembrando que é preciso termos os dois IDs para que o faturamento seja adequado. Além disso, após o período acordado, CSM deve entrar em contato com suporte@clear.sale solicitando a desativação do produto antigo.

10. Qual o fluxo do Salesforce para o avanço da nova oportunidade e o cancelamento da antiga?

R: Cancelar Integração DT de entidade antiga que ainda está ativa na integração, encerrando a oportunidade associada no Salesforce.

Antes, ver com o suporte SF se quando cancelar a oportunidade DT, não vai afetar a oportunidade PDT da troca de produto.

Acionar a Esmeralda Pimenta (Growth | Sales Improvement) para que ela possa realizar o avanço de produção da oportunidade nova do SF com a entidade ID nova no produto PDT, após cancelamento da oportunidade antiga do SF..

Após feito o avanço, o cliente entrará na planilha de faturamento, sendo apenas necessário confirmar sobre a cobrança retroativa.

11. Quando o cliente for de Aliança e houver cobrança por parte do parceiro, quem arcará com os custos?

R: O cliente deverá arcar, mas caso seja necessário, podemos seguir com um acordo junto ao time de relacionamento.



Ou seja, se a consulta já existe no nosso motor ou pode ser utilizada para outros clientes, não cobramos integrações.

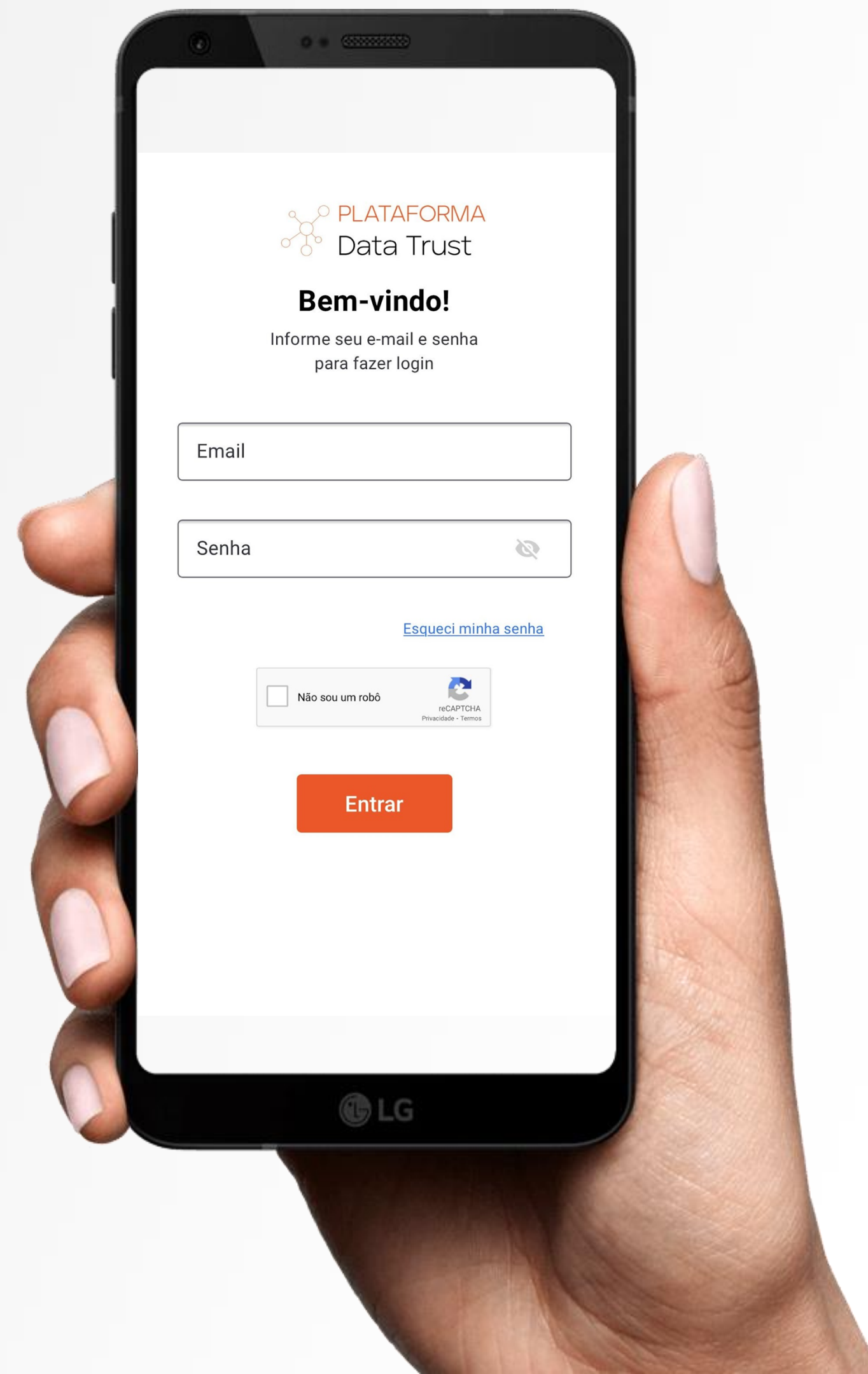
Com relação a **implantação das regras de negócio no motor de decisão**, temos dois cenários:

- Cliente com autonomia: Cliente realiza a alteração e não gera custos
- Cliente solicita que a Neurotech realize o ajuste: É realizado um levantamento de esforço e gera uma cobrança de acordo com as horas necessárias para realizar a alteração.

Junto à área de Alianças e Relacionamento, podemos verificar as possibilidades em relação à cobrança e negociar.

Plataforma Data Trust



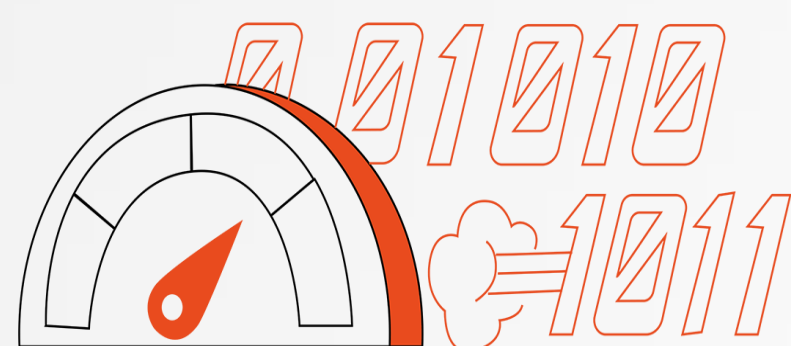


A **Plataforma Data Trust** é uma solução da modalidade de autogestão ou self-service da ClearSale, ou seja, os clientes contratam e utilizam os resultados como inputs que **agregam qualidade em seus scores próprios ou que criem regras nos seus próprios motores de decisão.**

A solução recebe como input o CPF, o celular, o e-mail, o CEP e o dispositivo, capturado por meio do Fingerprint ClearSale, e analisa os dados com o Data Lake ClearSale, **retornando em tempo real os módulos solicitados pelo cliente.**

O que a solução oferece

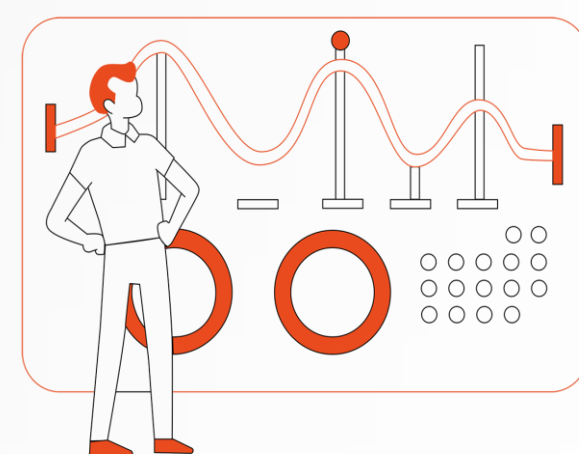
Componentes



Score de Fraude

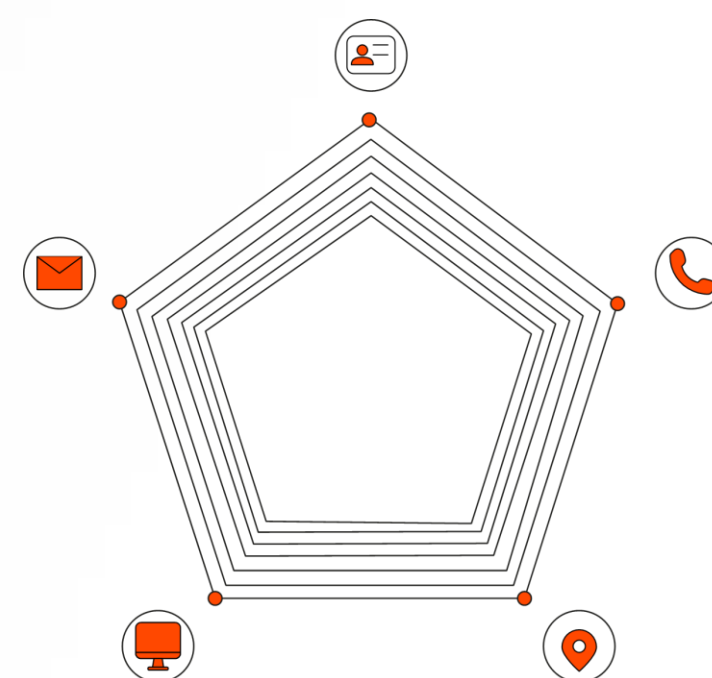
Sinaliza a propensão a fraude.

Quanto maior o Score, maior o risco.



Insights

Fornece insights positivos, alertas e confiabilidade do dado



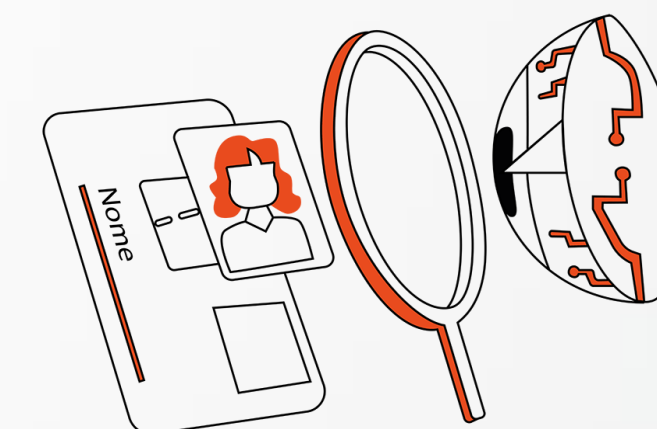
Rating

Indica a força do vínculo entre os dados enviados



2FA SMS | E-mail | Whatsapp Token

Com o poder da nossa base podemos validar os números de telefone e email para confirmar se o cliente é quem diz ser

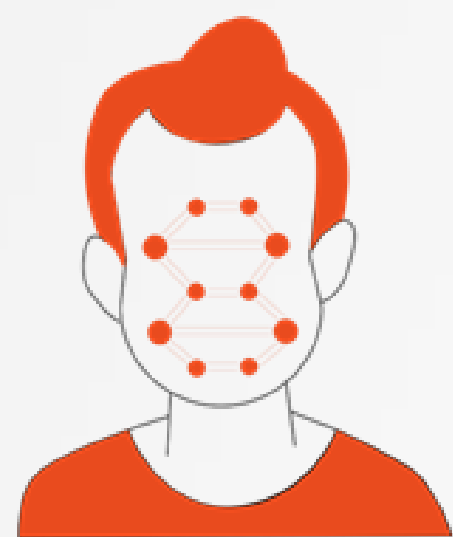


Documentoscopyia

Comparamos o padrão do documento apresentado com milhares de outros do mesmo estado e ano de emissão

O que a solução oferece

Componentes



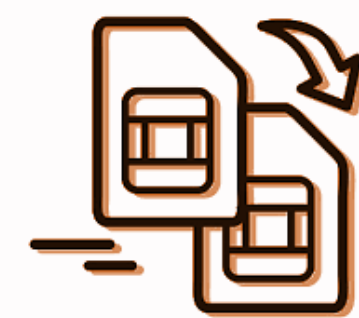
Biometria

Gera o Score de Similaridade a partir da captura e envio de uma selfie via Link ou Qrcode



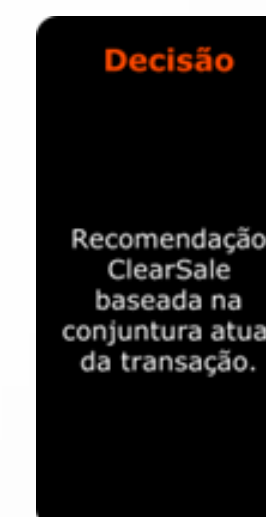
Background Check

Fornece informações cadastrais, criminais e financeiras de uma pessoa



SIM Swap

Funcionalidade de consulta ao bureau para verificar tempo de ativação do SIM Card (Chip) para uma linha telefônica



Decisão

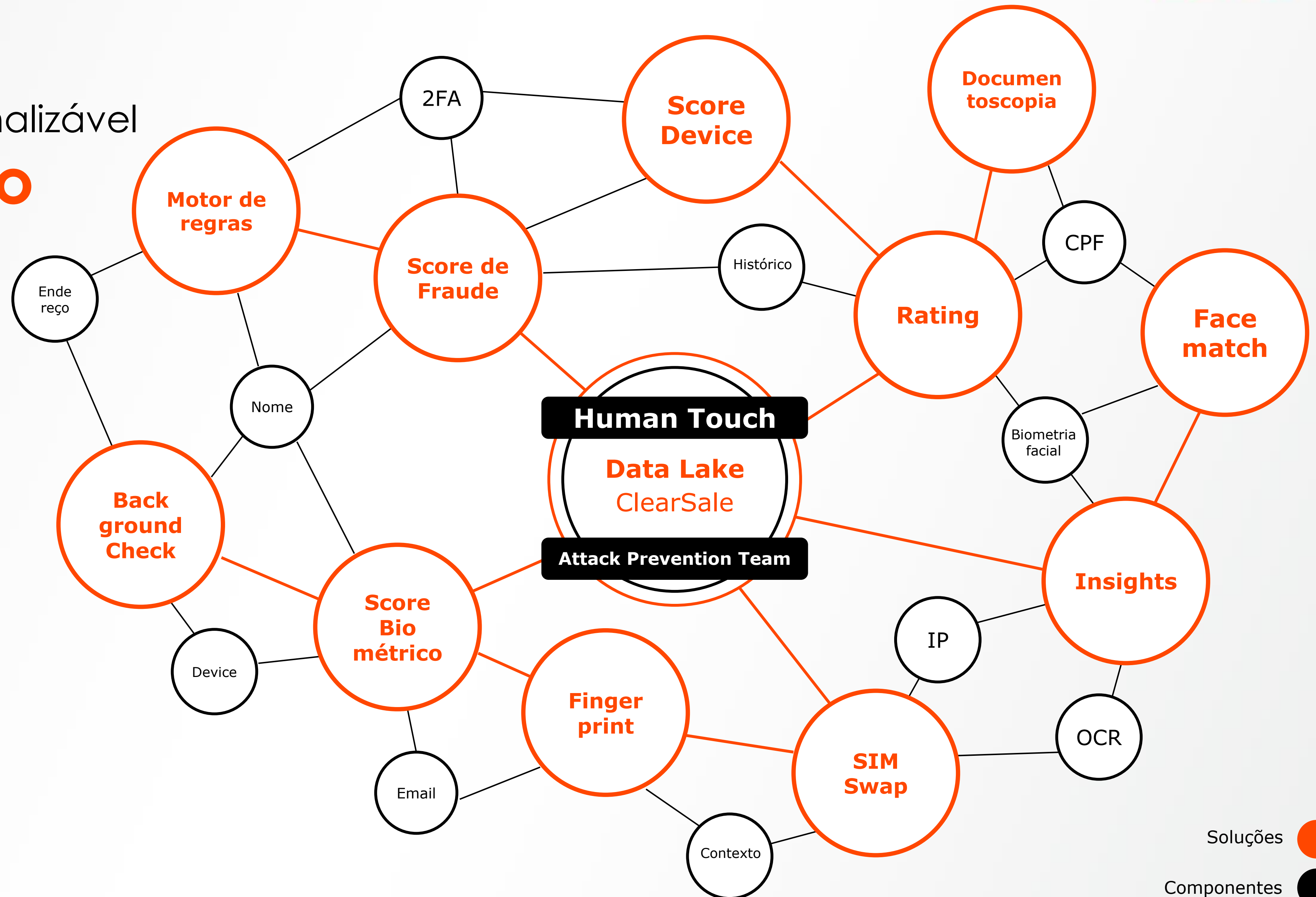
Sugere uma decisão para a transação com base nos resultados já obtidos



Device ID

Tecnologia de identificação de dispositivos e reconhecimento de padrões de comportamento

Flexível, segura e personalizável
Modularização



Informações Importantes

Materiais

Apresentação Oficial: [Link](#)

Proposta Comercial: Salesforce

Precificação: Salesforce

Documentação (Clear Docs): [Link](#)

Manual: [Link](#)

Guia de Backtest: [Link](#)

Proposta Técnica: [Link](#)

Kit Comercial BCheck: [Link](#)

Kit Comercial Bio: [Link](#)

FAQ: [Link](#)

Data Trust



O que é **Data Trust**

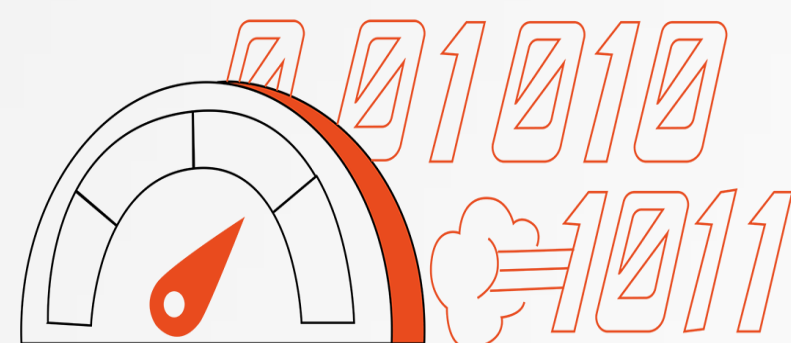
É uma solução que utiliza alta tecnologia e Big Data para **analisar cadastros de forma inteligente, retornando os insumos necessários para proteger bons clientes e melhorar seus indicadores.**

Oferecemos uma experiência de onboarding 100% digital, de maneira segura e sem prejudicar a experiência do usuário. **Trata-se de uma solução legada sem previsão de evolução.**



O que a solução oferece

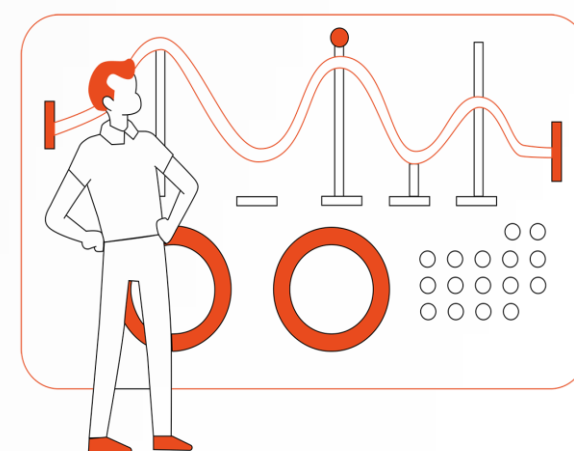
Componentes



Score de Fraude

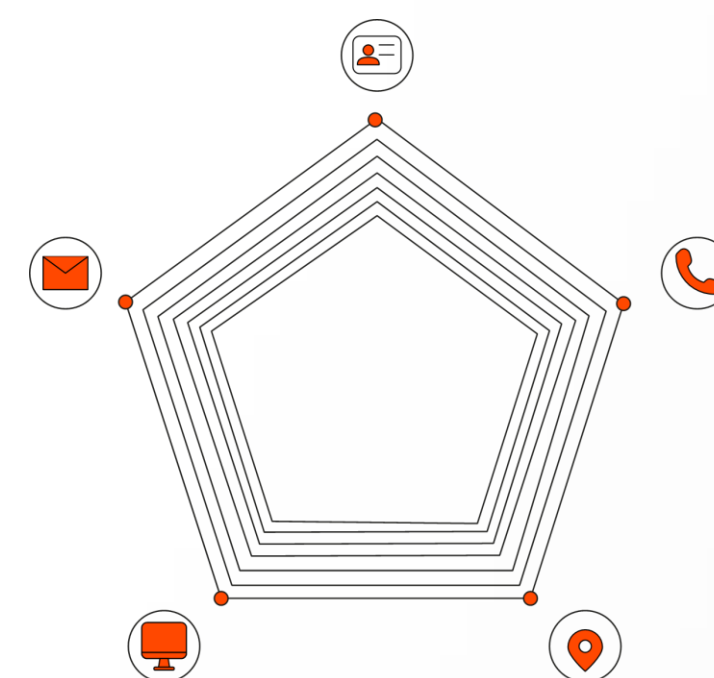
Sinaliza a propensão a fraude.

Quanto maior o Score, maior o risco.



Insights

Fornece insights positivos, alertas e confiabilidade do dado



Rating

Indica a força do vínculo entre os dados enviados



2FA Token

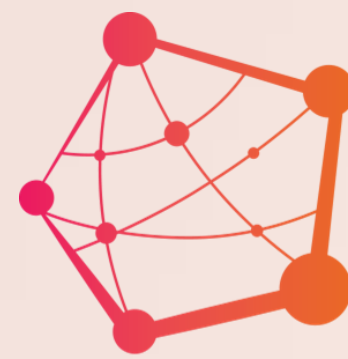
Com o poder da nossa base podemos validar os números de telefone e email para confirmar se o cliente é quem diz ser

Comparativo

Funcionalidades

Sendo a Plataforma Data Trust um novo produto, estamos em constante evolução e melhoria de performance e inclusão de novos componentes, ao contrário do Data Trust v1, onde não temos mais a visão de evolução e melhorias. Além disso, a nova API da PDT tem a infra mais robusta e nos tempos de resposta são menores.

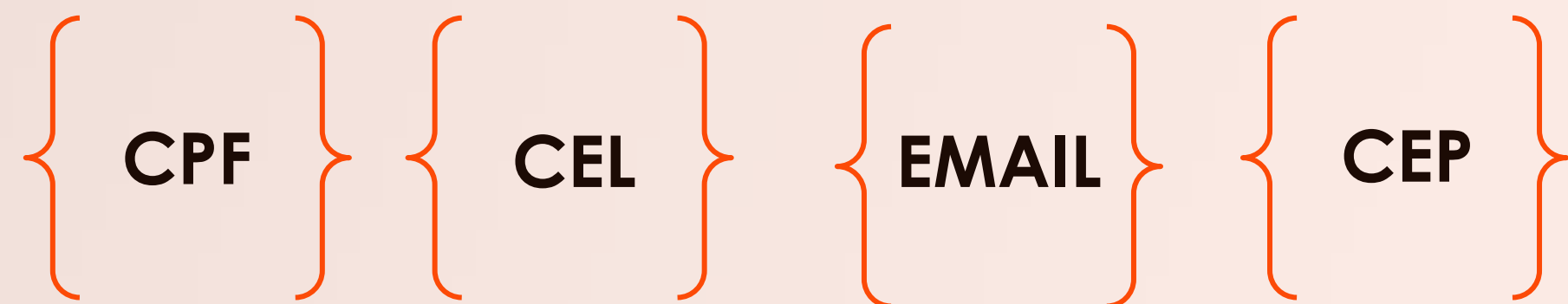
FUNCIONALIDADE MÓDULOS	DATA TRUST	PLATAFORMA DATA TRUST
Composição Modular	✗	✓
Precificação Modular	✗	✓
Consulta Individual	✓	✓
Consulta em Lote	✓	✓
Dashboard	✓	✓
Aplicação Web	✓	✓
Pesquisa de Transações	Interface + API	Interface + API
Exportação de Transações	✓	✓
Timeline de Acompanhamento	✓	✓
Device Fingerprint	✓	✓
Score de Fraude	✓	✓
Ratings	✓	✓
Insights	Até 370 Insights	Até 437 Insights
Token (e-mail sms)		
2FA (e-mail sms)	✓	✓
Score Biométrico	✓	✓
Biolink	✗	✓
Liveness	✗	✓
2FA Whatsapp	✗	✓
Background Check	✗	✓
Documentoscopia	✗	✓
SIM Swap	✗	✓
Análise Manual	✗	Em breve
Trust Card	✗	
Facematch	✗	✓
Decisão	✗	✓
	✗	✓



Data Trust

<http://api.clearsale.com.br/docs/home/data-trust>

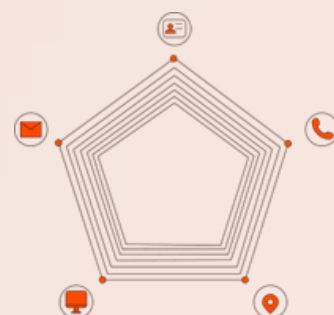
Inputs



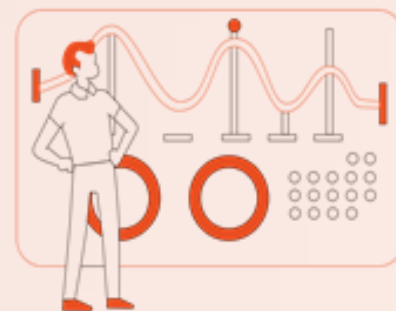
Retorno não modular



Score de fraude



Ratings



Insights



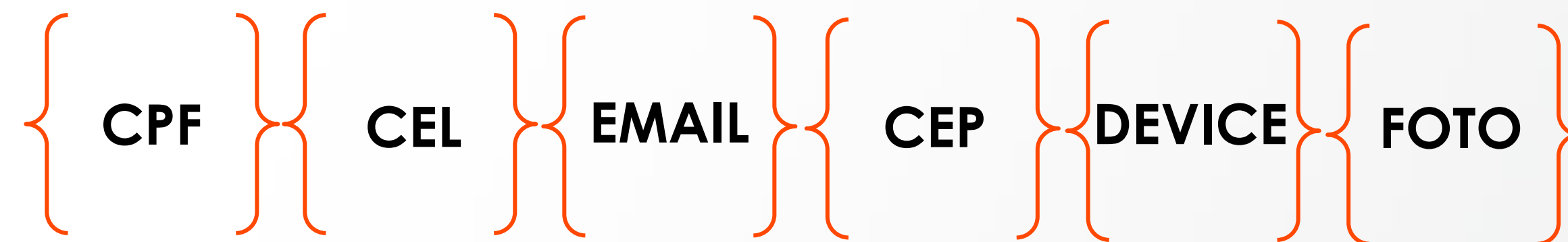
2FA e Token
SMS|E-mail



Plataforma Data Trust

<http://api.clearsale.com.br/docs/home/plataforma-datatrust>

Inputs



Retorno Modular



Score de fraude



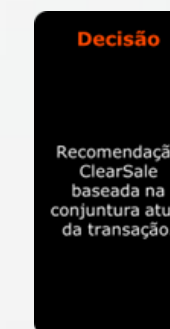
Ratings



Insights



Biometria



Decisão



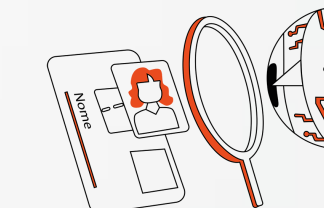
2FA SMS | E-mail |
Whatsap
Token



Background
Check



SIM Swap



Documen-
toscopia



Device ID

Cronograma

Proposta de Desativação



Recomendação

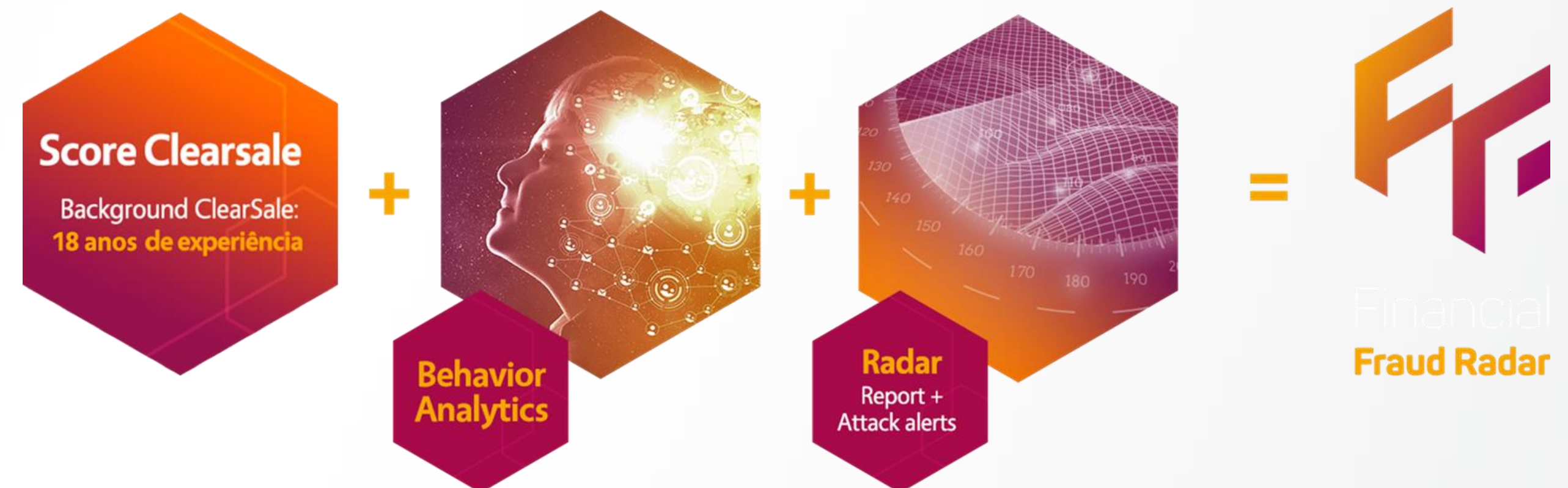
- Realização de apresentação das vantagens dos novos componentes da Plataforma.
- Apoio no processo de transição
 - Transição de usuários da interface.
- Migração para a Plataforma DataTrust até completa desativação do produto
 - Produto mais completo com maior acuracidade e insumos para decisão

FFR



O que é FFR

O Financial Fraud Radar é um antifraude por API que atribui índice a transação, analisa dados comportamentais e fornece score e reports. Ideal para bancos, fintechs, financeiras, administradoras de cartões e cooperativas de crédito. **Trata-se de uma solução legada sem previsão de evolução.**



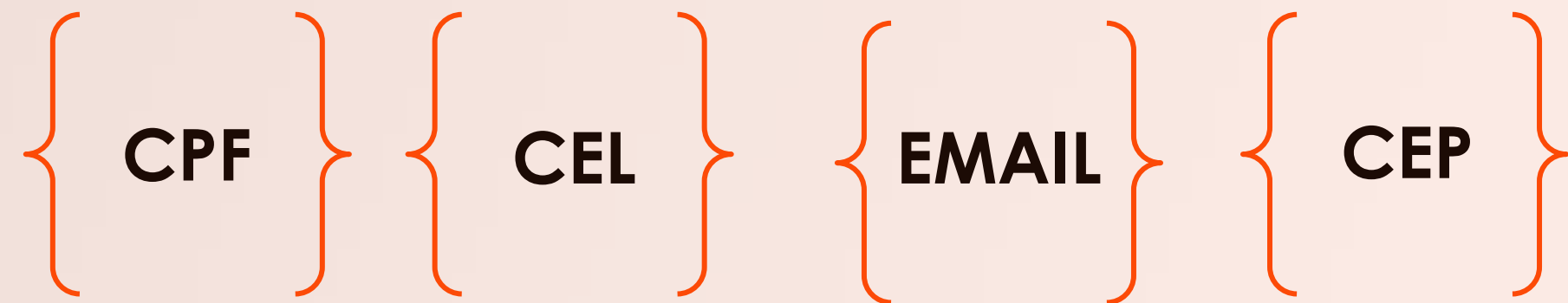
- É um modelo estatístico com índice de 0 a 100
 - Quanto maior a pontuação (score), maior a propensão a fraude de subscrição digital
- Behavior analytics (Fingerprint + mapper + profiler)
- Reports podem fornecer até 7 variáveis negativas e 3 variáveis positivas
- Attack alerts podem fornecer até 3 variáveis relacionadas a ataque



Financial Fraud Radar

<http://api.clearsale.com.br/docs/financial/fraud>

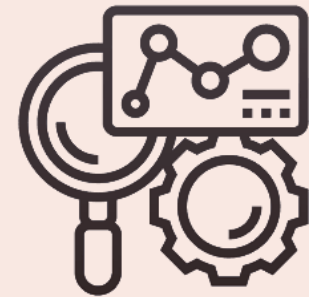
Inputs



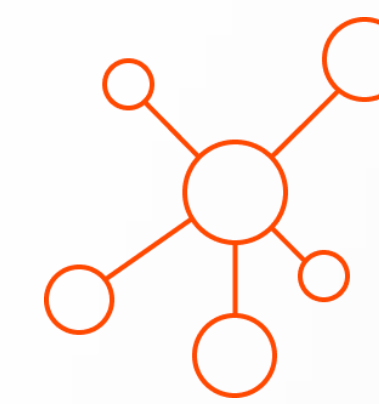
Retorno não modular



Score da proposta



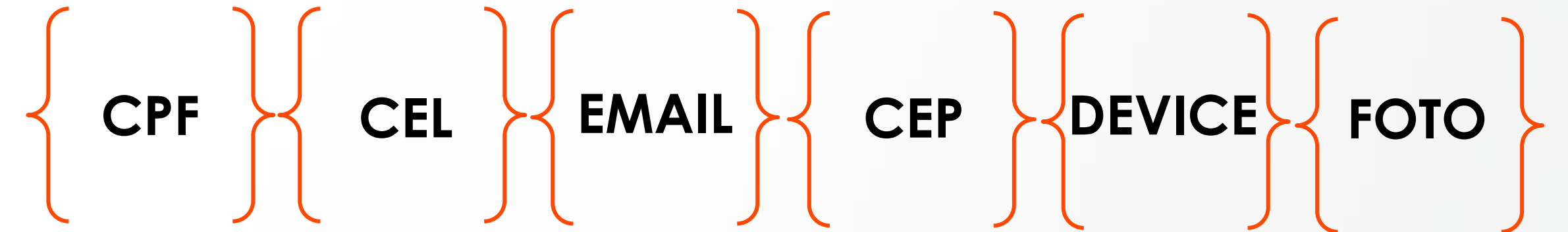
Diagnóstico*



Plataforma Data Trust

<http://api.clearsale.com.br/docs/home/plataforma-datatrust>

Inputs



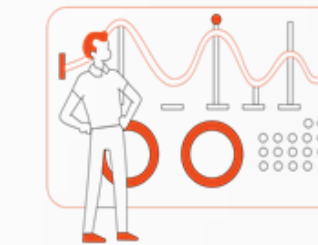
Retorno Modular



Score de fraude



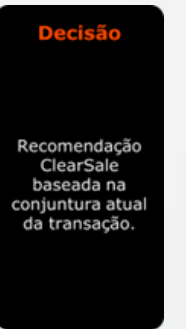
Ratings



Insights



Biometria



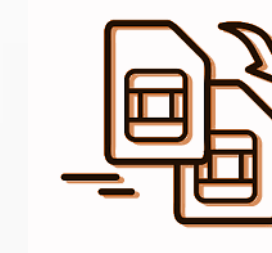
Decisão



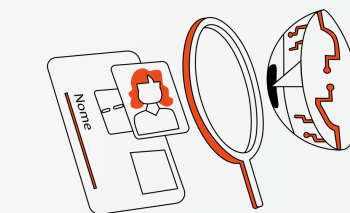
2FA SMS | E-mail | Whatsapp
p
Token



Background Check



SIM Swap



Documen-
toscopia



Device ID

*Semelhante à insights

Cronograma

Proposta de Desativação



Recomendação

- Realização de backtest para apresentação das vantagens dos componentes.
- Apoio no processo de transição.
- Migração para a Plataforma DataTrust até completa desativação do produto
 - Produto mais completo com maior acuracidade e insumos para decisão

Mobile Trust



O que é **Mobile Trust**

O Mobile Trust é um produto que traz uma camada de proteção que conta com a força do nosso big data para fornecer, em tempo real, rating e insights positivos e negativos sobre os dados de CPF + celular do usuário final do cliente. Ele fornece as informações necessárias para uma melhor decisão de aprovação ou reprovação. **Trata-se de uma solução legada sem previsão de evolução.**



Mobile**Trust**



Mobile Trust

<http://api.clearsale.com.br/docs/financial/fraud>

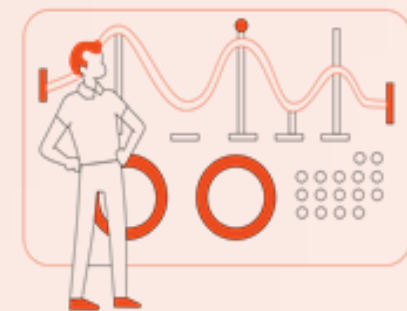
Inputs



Retorno não modular



Ratings*



Insights*

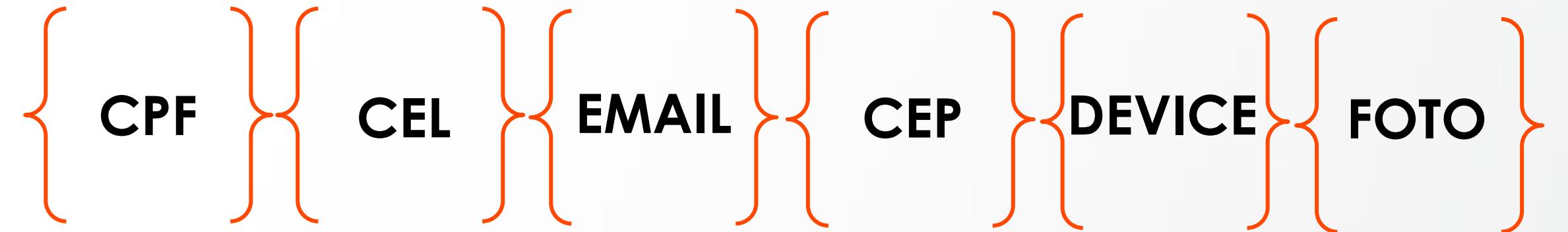
*Não são os mesmos da PDT



Plataforma Data Trust

<http://api.clearsale.com.br/docs/home/plataforma-datatrust>

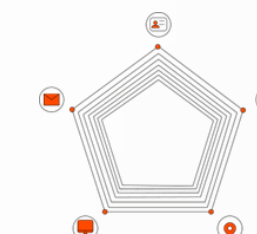
Inputs



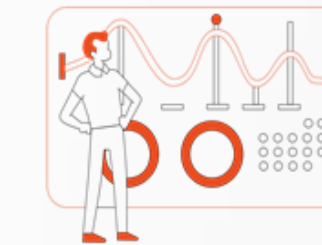
Retorno Modular



Score de fraude



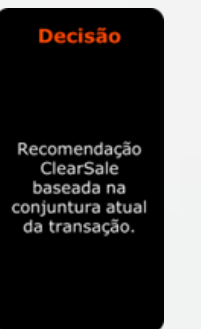
Ratings



Insights



Biometria



Decisão



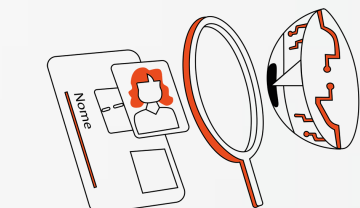
2FA SMS | E-mail | Whatsapp
Token



Background Check



SIM Swap



Documen-toscopia



Device ID

CLASSIFICAÇÃO: DOCUMENTO INTERNO

Cronograma

Proposta de Desativação



Recomendação

- Realização de backtest para apresentação das vantagens dos componentes.
 - Apoio no processo de transição e comunicação.
- Migração para a Plataforma DataTrust até completa desativação do produto
 - Produto mais completo com maior acuracidade e insumos para decisão

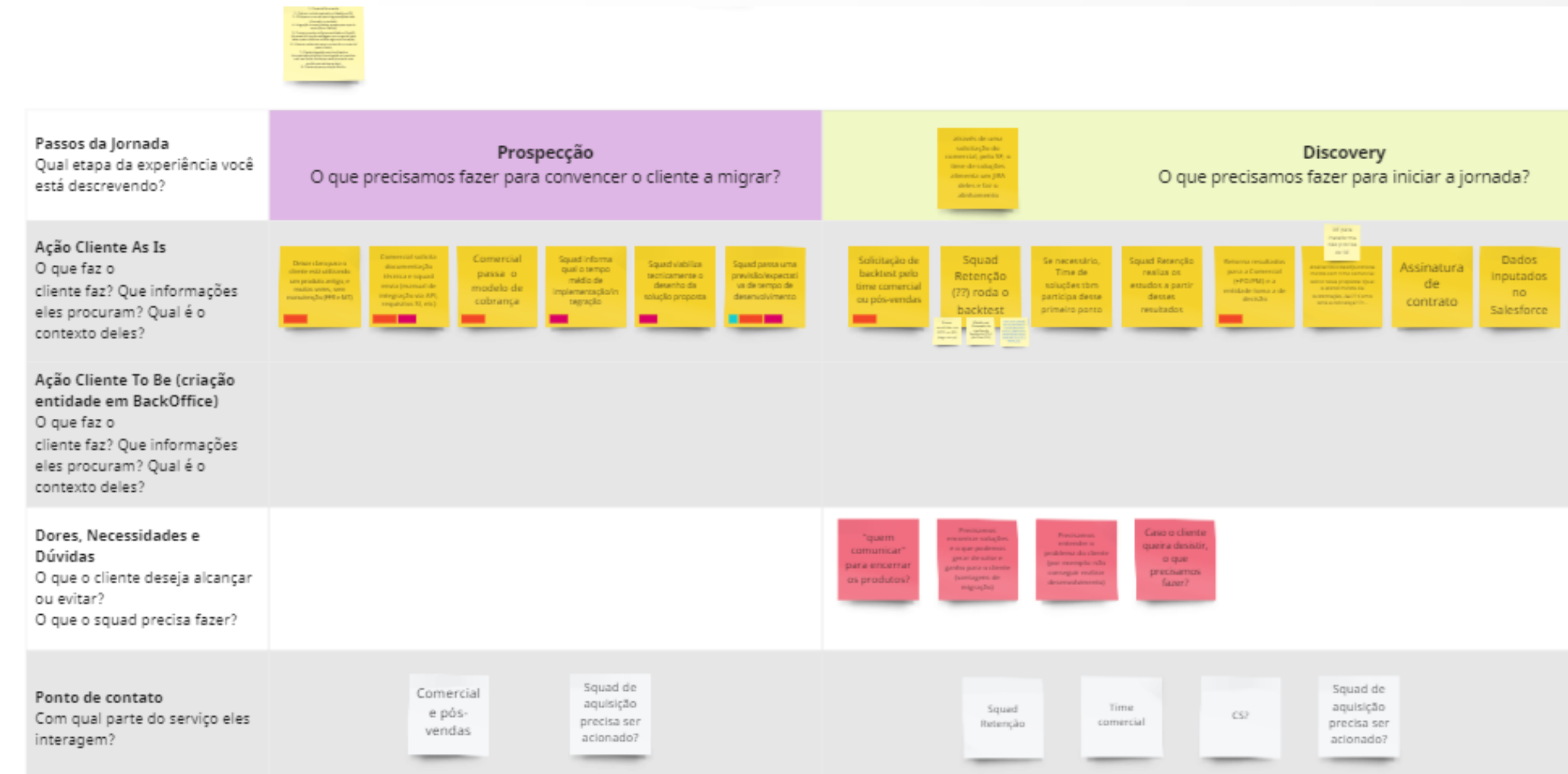
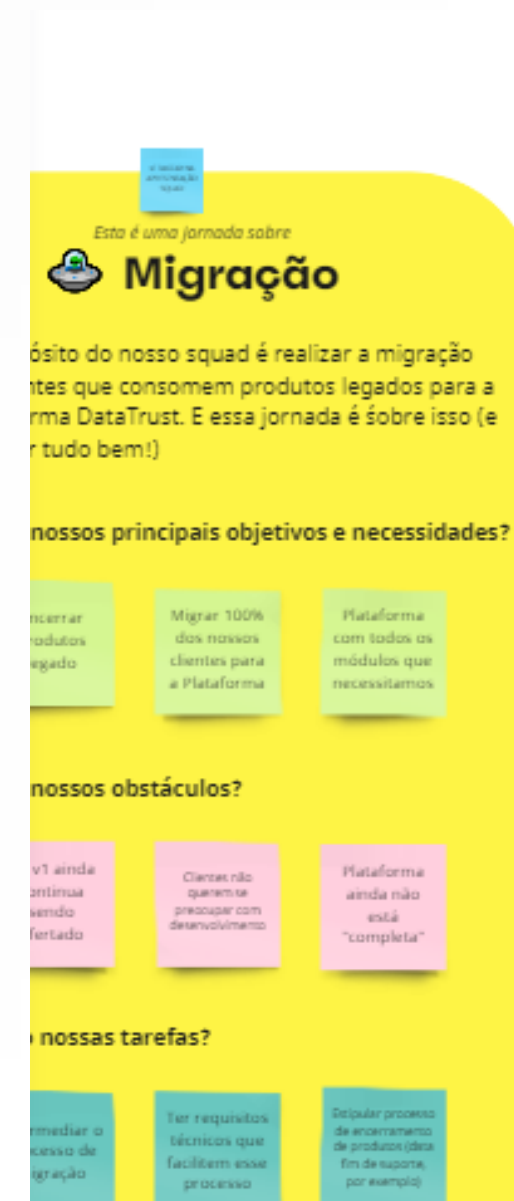
Material de Apoio



Estratégias

Ações realizadas

Mapeamento da jornada de migração, com a análise das ações e passos necessários para que uma migração ocorra (desde a comunicação com o cliente até as necessidades técnicas de desenvolvimento). Neste caso, chegamos à conclusão que **o processo é semelhante a uma nova entrada.**



Estratégias

Ações realizadas

2022

01

Manutenção do Preço

Como existe diferença de preço entre os produtos, conseguimos Manutenção de preços (combo score, ratings, insights, 2FA e Token usados no DT v1 igual na PDT).

02

Mensagem Interface

Inserimos uma mensagem de aviso sobre a descontinuidade do Data Trust v1 na interface web (para 5 clientes). Identificamos que a pessoa que acessa a interface não é o responsável pela negociação da migração.

03

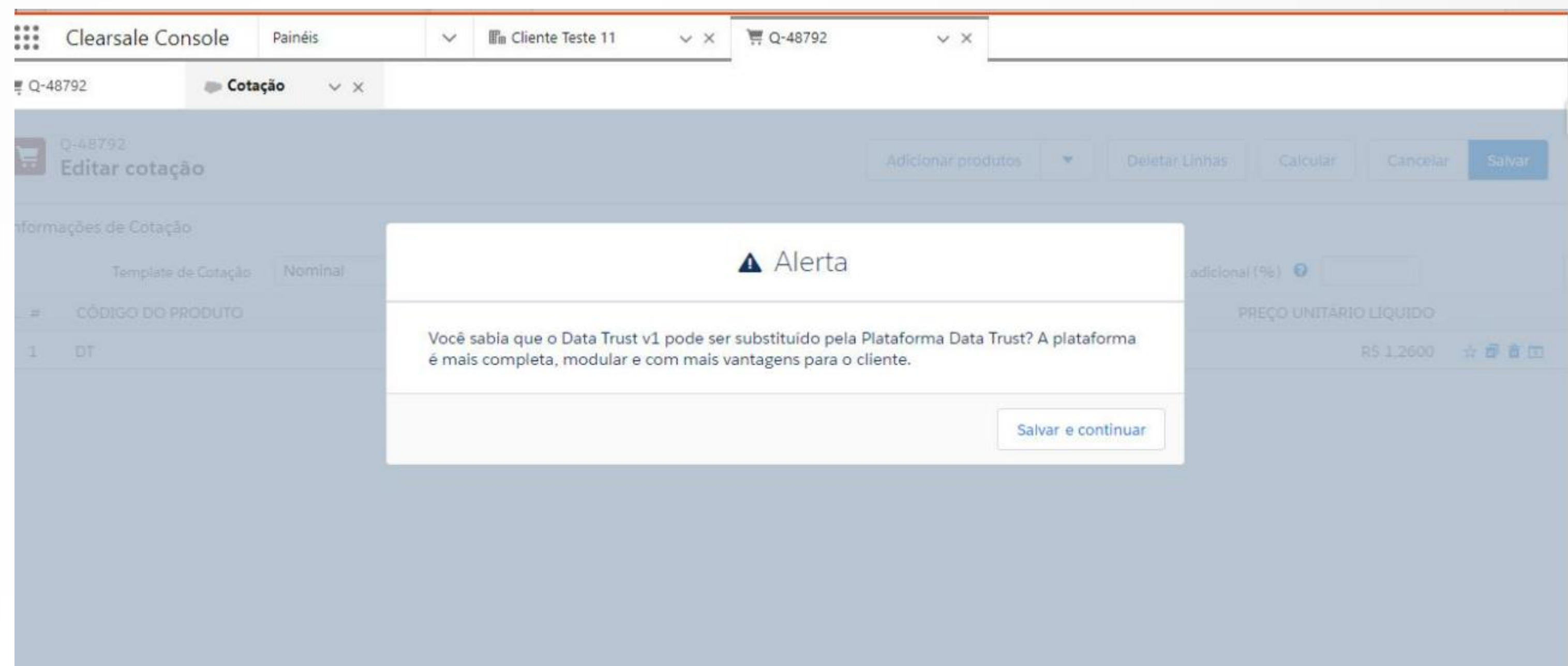
E-mail

Houve a tentativa de envio de e-mail com o aviso sobre a descontinuidade do Data Trust v1, porém dada a possibilidade de contatos desatualizados e criação da comunicação, não prosseguimos.

Estratégias

Ações realizadas

Algumas ações já foram iniciadas, como o aviso no Salesforce de alerta para a venda do Data Trust v1 (com incentivo para a troca pela Plataforma).
Em breve queremos retirar a possibilidade de venda do Data Trust.



Migração

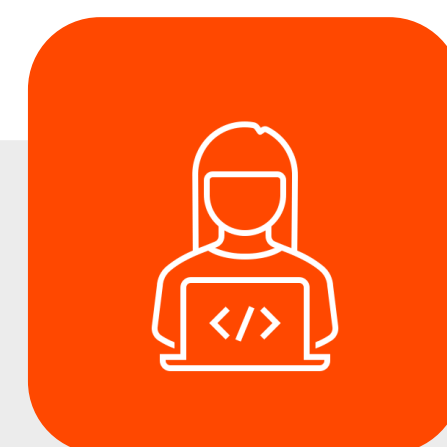
Pontos de atenção



Com o foco em indicadores e NPS, visando o trabalho com entidades que podem trazer dores ainda não resolvidas, não conseguimos identificar pesquisas com os produtos legados e não foi possível identificar o cliente via suporte.



Sabe-se que incentivos financeiros, como a oferta de migração sem aumento de custos, não é vantajoso para a equipe comercial. Mas precisamos focar nessa equivalência de preços para a migração ser vantajosa.



Necessário aprofundamento em estudos para análise de complexidade técnica para a migração entre os clientes x produtos, além de um levantamento técnico comparativo (ex.: segurança). O cliente precisa trazer para nós.



Necessidade de mapear e direcionar as comunicações acerca do encerramento de produtos, atrelada a necessidade de migração. Esse foco em comunicação faz-se necessário para que não tenhamos churn neste processo.

Migração

Aprendizados



Como estratégia da companhia para o ano de 2023, temos como objetivo a migração dos clientes que utilizam produtos legados para a Plataforma. Com isso, oficialmente **não teremos mais evoluções e/ou melhorias no Data Trust v1** (mesmo que a pedido de clientes estratégicos).



Pensando no processo de redução de custos para a companhia, está em estudo a **possibilidade de desabilitar funcionalidades ou restringir suporte** (desde que não afete diretamente o cliente). Vamos manter o produto operacional, mas como dito anteriormente, sem evoluções.



Em análise junto ao time técnico da ClearSale está a possibilidade de ajudarmos os clientes no processo, a partir de desenvolvimentos internos que redirecionam as requisições para a Plataforma (**em estudo de viabilidade**).

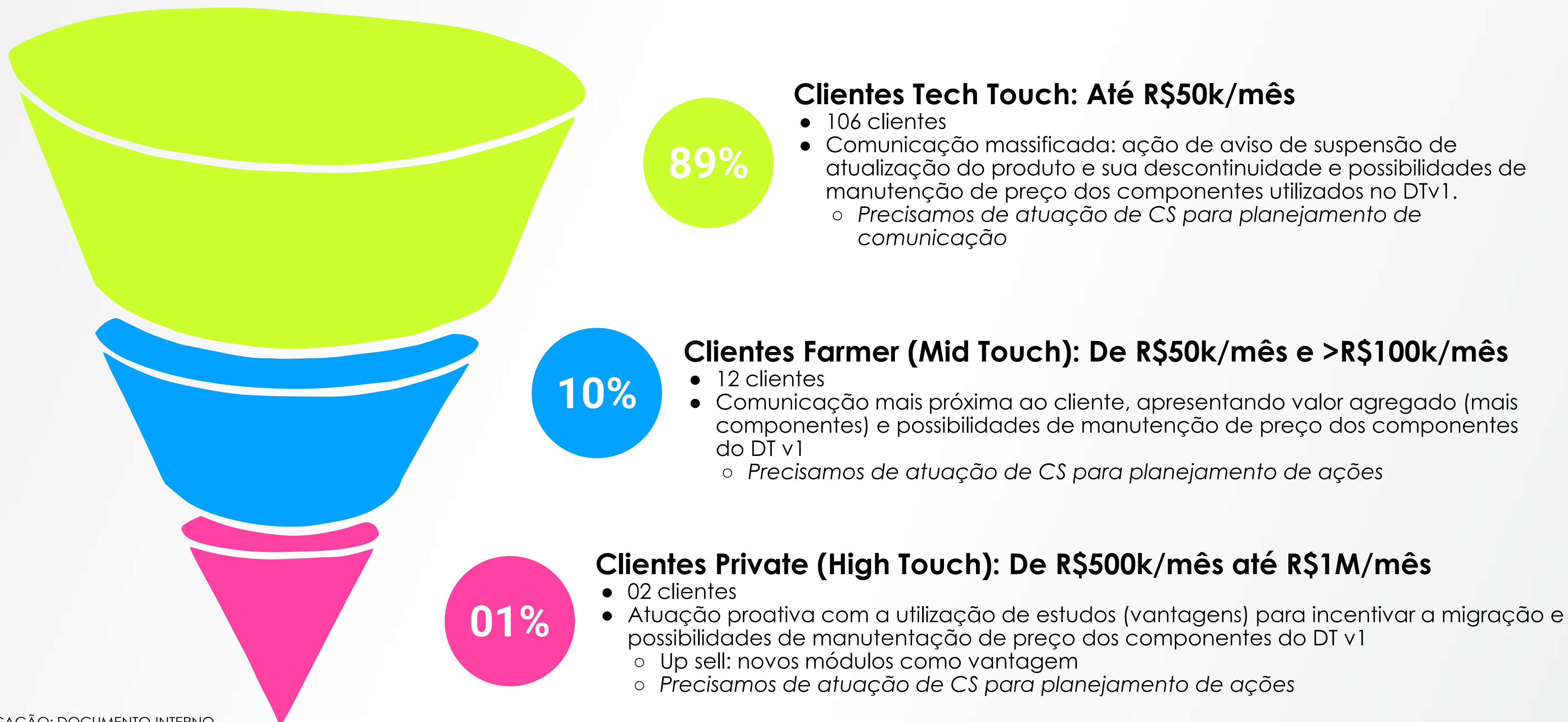


Precisamos **investir na comunicação com os clientes sobre a necessidade de migração** (visando a descontinuidade do produto legado), sempre com o foco de apresentar as vantagens da Plataforma (funcionalidades e desempenho).

Proposta de Plano de ação

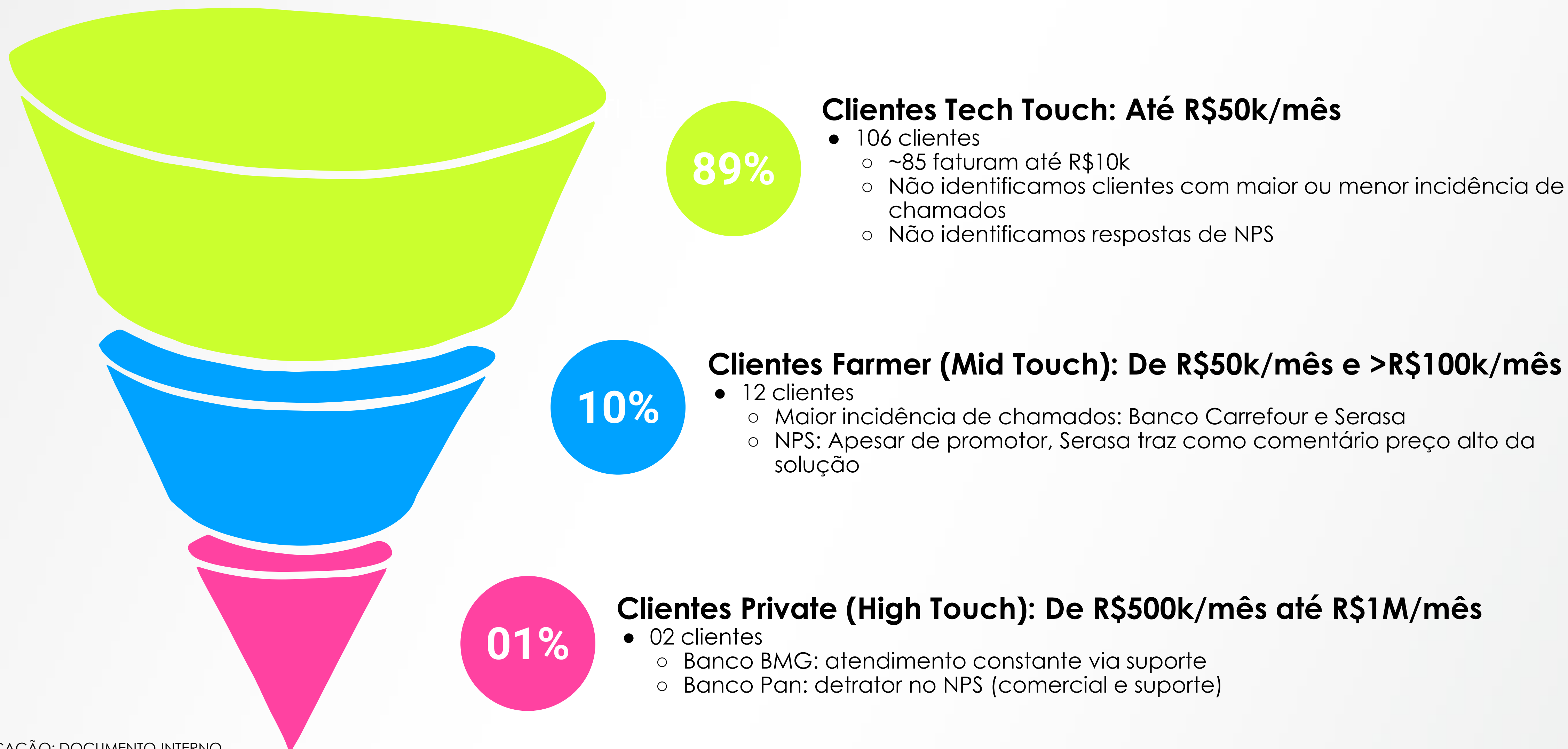
Data Trust

Para informações sobre os clientes, [clique aqui](#)



Segmentação

Data Trust





ClearSale

intelligence to move_