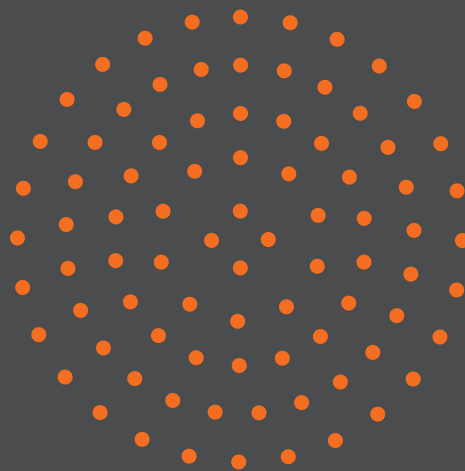


Desbloqueio do marketing multicanal com RCS

A evolução do RCS como uma ferramenta vital para marketing de conversação



O que temos aqui



00	Introdução	3
01	Destaques	4
02	RCS: Conhecendo o caminho	6
03	Agora é a hora de adicionar o RCS à sua carteira	12
04	Prepare seu negócio para o futuro com o RCS	15
05	Um divisor de águas dentro das estratégias de marketing multicanal	20
06	Aproveite a abundância de recursos do RCS rapidamente “Grow”	24
07	Perspectivas	30



Introdução

A indústria do marketing digital está evoluindo rapidamente. A comunicação de marketing mais efetiva está se tornando mais complexa, e novos canais de comunicação estão constantemente aparecendo.

À medida que a tecnologia muda, ela exige especialização; normas sobre dados e privacidade se tornam mais rígidas e os consumidores ficam mais exigentes.

Sendo assim, profissionais de marketing se esforçam para:

- **Fazer com que a sua mensagem seja ouvida** pelas pessoas certas.
- **Atingir** a maior parte possível do seu público-alvo.
- Oferecer aos **usuários um conteúdo altamente cativante**, que provavelmente resultará nos resultados desejados
- Produzir **experiências de usuário sem falhas** que permitam a interação.
- Obter **insights** que ajudarão a **otimizar sua estratégia**.

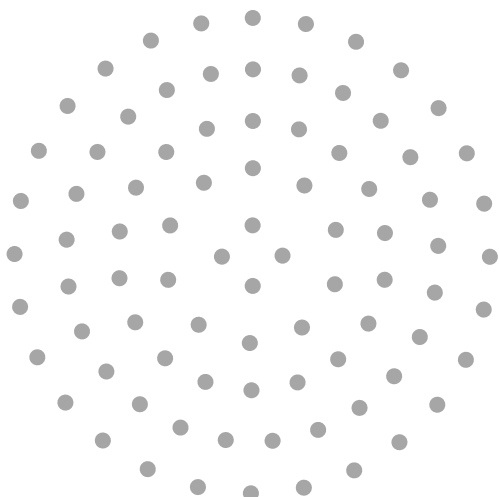


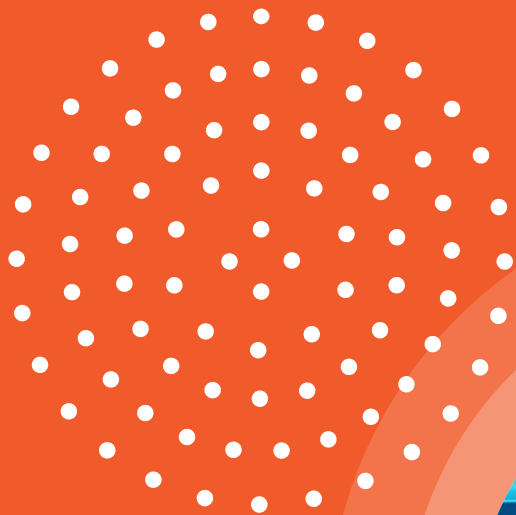
O Rich Communication Services (RCS) é uma tecnologia sofisticada de mensagens de última geração para telefones Android, que pode atender todos os objetivos acima citados.

As audiências são muito fragmentadas e difícil de categorizar? Introduza o marketing multicanal, que permite comunicações e respostas personalizadas e adaptadas para cada usuário e seus hábitos.

Este informe técnico mergulha profundamente no RCS e mostra porque ele está se tornando indispensável para a estratégia de marketing multicanal das Operadoras de Redes Móveis, marcas e anunciantes.

Confira os USPs de RCS com estudos de caso e dados que mostram sua eficácia, tanto como canal autônomo quanto como parte de uma campanha multicanal, impulsionando receitas e engajamento.






01 Destaques

Informações importantes sobre RCS

O RCS é um canal de comunicação essencial...

 **3,8b**
de usuários de celulares com capacidade RCS em todo o mundo até **2026**

 **\$4,6b**
Receita global de operadoras através do RCS até **2026**

...com performance evidente...

 **22,2% CTR***
nas mensagens RCS que conduzem o tráfego para o site de um varejista de alimentos

 **600** campanhas RCS
em 12 meses para uma operadora e seus clientes, utilizando a plataforma de Software da Upstream como serviço

* CTR - Taxa de cliques
Dados da plataforma martech da Upstream, Grow, 2021-2022

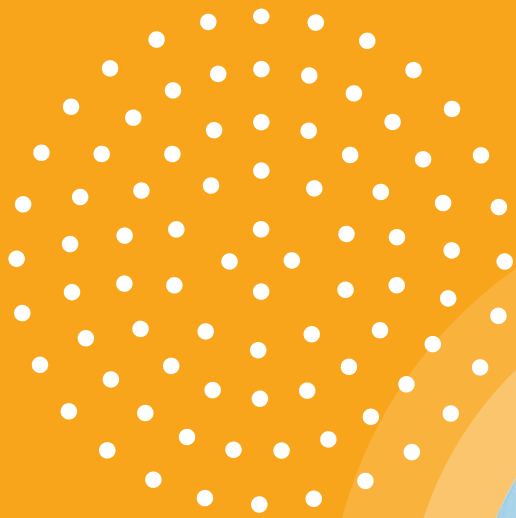
...e uma combinação única de características

- ✓ Formato enriquecido
- ✓ Interatividade completa
- ✓ Fluxos simples
- ✓ Métricas úteis



Um aplicativo de mensagens com **todas** as capacidades das plataformas de mensagens OTT

- ✓ Compatibilidade MSISDN
- ✓ Identificação de usuários
- ✓ Não dependente de cookies de terceiros



02 **RCS** Conhecendo o caminho

Um canal de marketing que muda o jogo

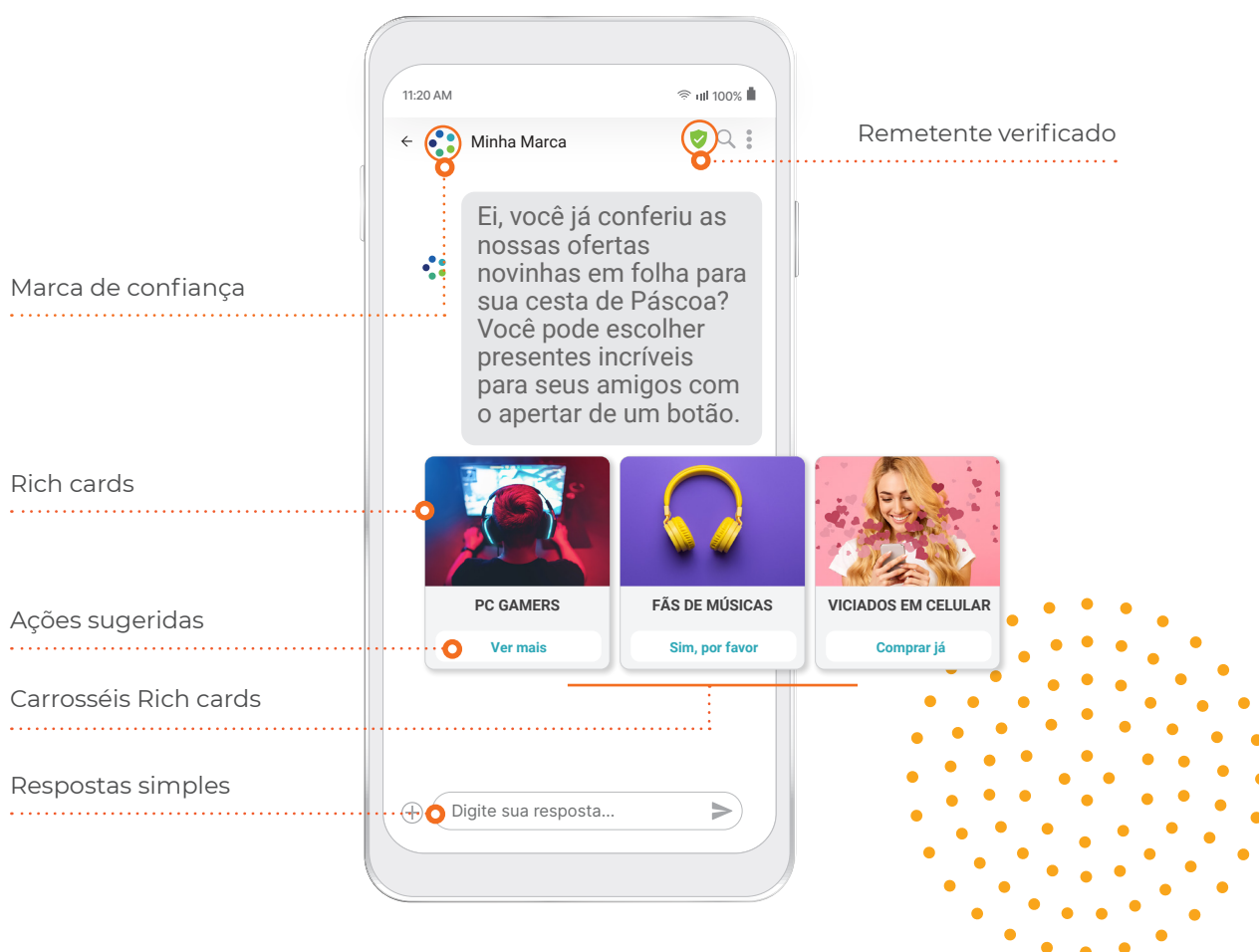
Os consumidores só respondem a interações envolventes e estimulantes das marcas que refletem de perto a forma como se envolvem com seus contatos. Em um mercado saturado e altamente competitivo, oferecer a experiência de usuário mais envolvente possível é a chave para o sucesso das comunicações de marketing.

Não se trata apenas do que você diz, trata-se de como você diz. A demanda exige comunicações sofisticadas que agreguem valor à experiência do usuário ou lhes ofereçam benefícios inesperados.

Introduza o Rich Communication Services (RCS)

O RCS é a próxima geração de mensagens para telefones Android, introduzida pela GSMA (associação global para a indústria das operadoras de redes móveis), em 2007. O RCS foi projetado para substituir o SMS como principal canal de mensagens interativas e tem o potencial de transformar a eficácia do marketing via celulares. O canal começou a ganhar tração na última metade da década de 2010, quando foi adotado pelo Google para seu sistema operacional Android.

Mensagens RCS

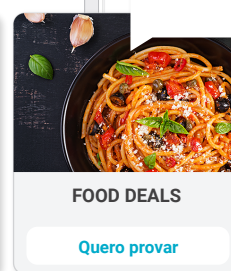
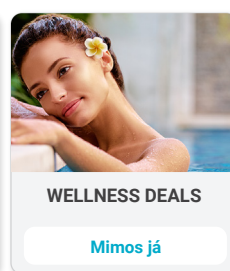
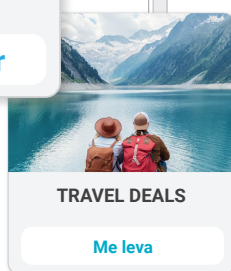
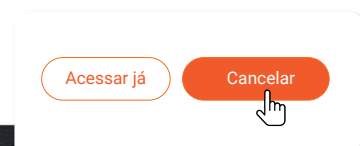
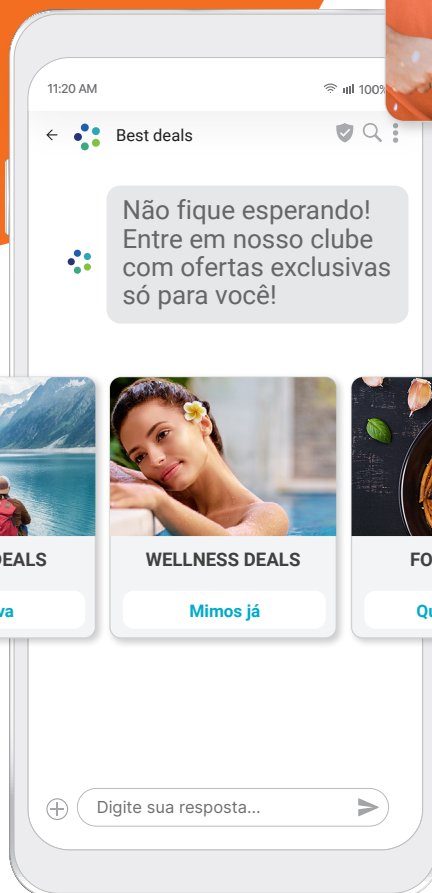


Por que o RCS é especial?

#1

Formatos enriquecidos de mensagens

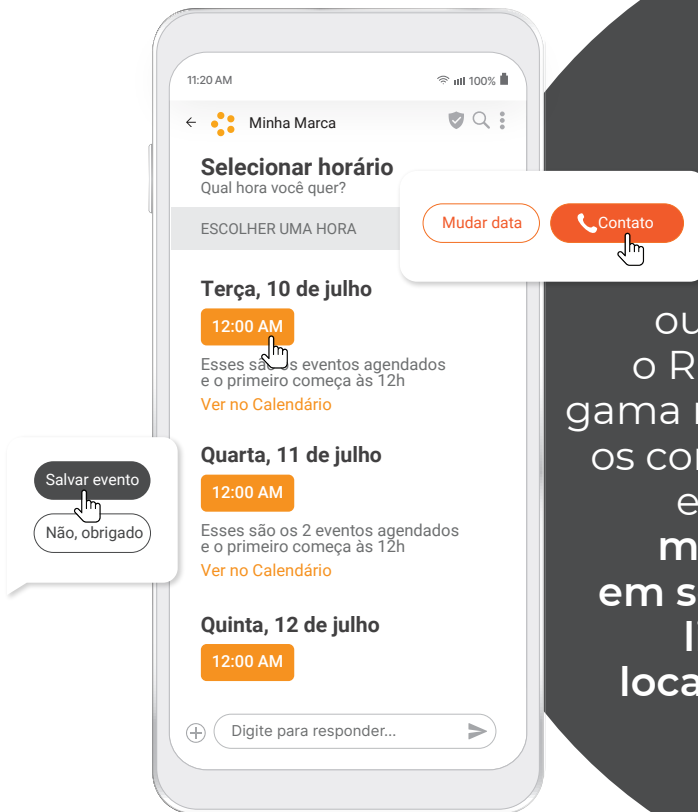
O RCS é uma tecnologia de mensagens que oferece aos usuários a capacidade de trocar conteúdos variados (“enriquecidos”) como **fotos, vídeos, rich cards, carrosséis e mensagens pop-up**.



#2

Interatividade total para o usuário

Em comparação com outros canais de marketing, o RCS oferece suporte a uma gama mais ampla de ações para os consumidores. Por exemplo, eles poderão **responder às mensagens, salvar eventos em seu calendário, clicar para ligar, ou compartilhar sua localização**, apenas para citar algumas possibilidades.



#3

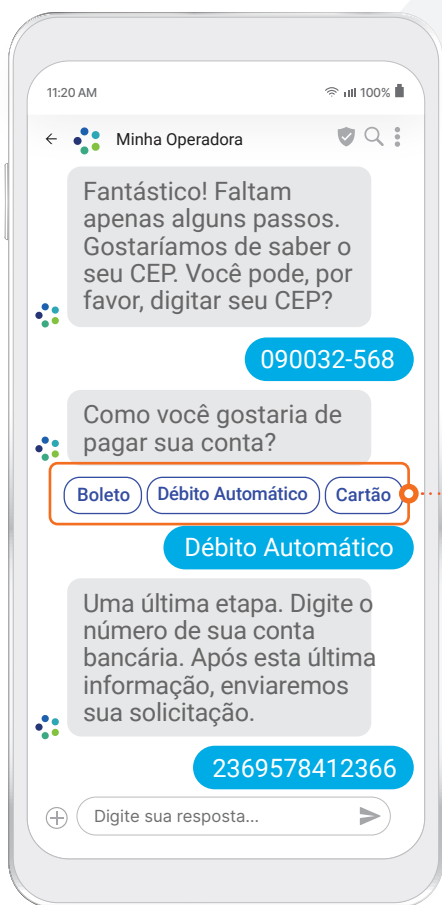
Não é necessário baixar aplicativos de terceiros

Ao contrário das plataformas de mensagens OTT (over-the-top) como o **WhatsApp** ou o **Facebook Messenger**, o RCS não exige que o usuário faça o download de um aplicativo especializado. Em vez disso, ele funciona através do aplicativo de mensagens padrão dos smartphones Android preparados para RCS, havendo suporte da operadora.

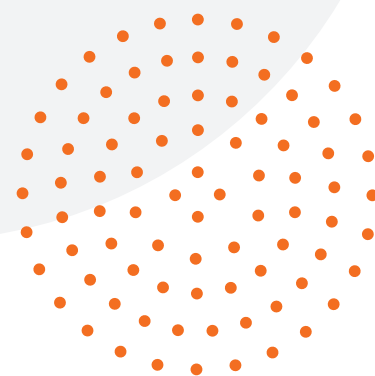
#4

Fluxo simplificado para o máximo de conversões

Com o RCS, as marcas podem simplificar o fluxo de conversa com os clientes, sugerindo respostas e ações. Isto estimula a interação com os clientes e aumenta seu engajamento.



Respostas sugeridas



#5

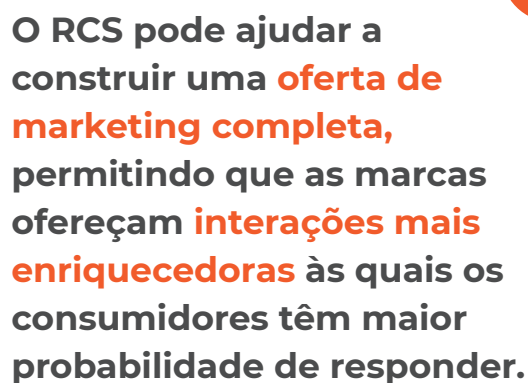
Medição clara de performance

Os profissionais de marketing podem medir de maneira eficaz a performance das campanhas RCS. Ao contrário dos SMS, as mensagens RCS retornam comprovantes de leitura, o que significa que as marcas podem medir a eficácia de suas comunicações com acompanhamento detalhado do engajamento.

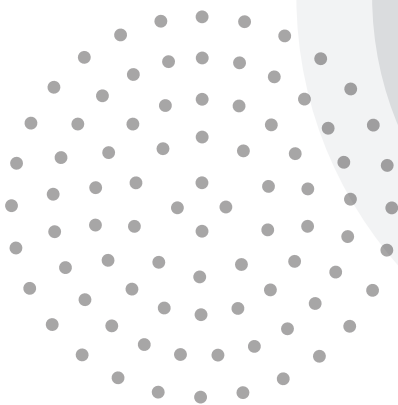


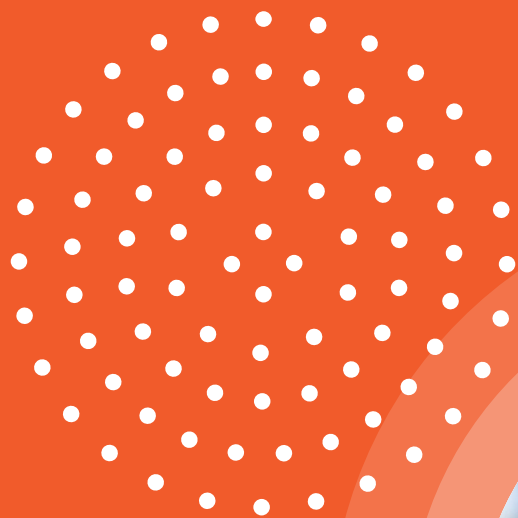
Há, neste ano de 2022, um impulso significativo em torno do RCS pelas operadoras, uma vez que este canal se mostra uma ferramenta vital dentro do ecossistema de marketing multicanal. Ele pode ser usado em várias partes do funil para permitir interações sofisticadas com o usuário.

Além disso, ao trabalhar através do ambiente de mensagens nativas, o RCS é onipresente para toda a base de usuários, desde que eles tenham um smartphone compatível.



O RCS pode ajudar a construir uma **oferta de marketing completa**, permitindo que as marcas ofereçam **interações mais enriquecedoras** às quais os consumidores têm maior probabilidade de responder.





03

Agora é a hora
de adicionar o

RCS à sua carteira

Torne-se acessível a bilhões, com acesso a dados primários

Metade da população mundial contará com o RCS até 2026¹

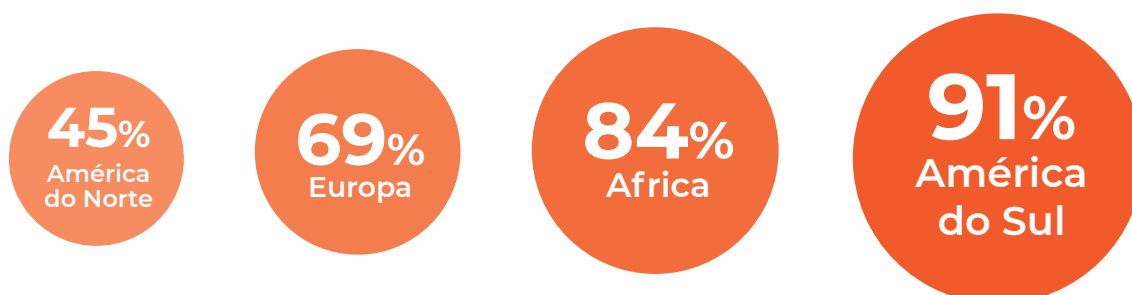
O RCS vem ganhando espaço de forma constante durante a última década. Em 2022, estima-se que haja **1,2 bilhões de assinantes com capacidade RCS em todo o mundo** - predominantemente na América Latina, América do Norte e Ásia-Pacífico.

Regiões com um alto número de usuários com capacidade RCS, em 2022



No futuro, espera-se que o RCS desempenhe um papel maior nos mercados emergentes onde os telefones celulares Android são predominantes².

Predominância Android



¹ Juniper Research, "RCS vs OTT: why 2022 is a crucial year", fevereiro de 2022

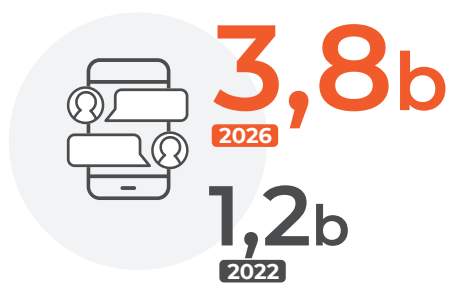
² StatCounter, "Mobile Operating System Market Share", acessado em 08/04/2022

A aceitação global continuará a crescer de forma constante, graças ao apoio de cada vez mais operadoras de telefonia celular e fabricantes de celulares.

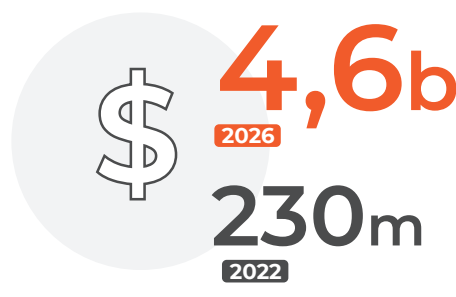
Por exemplo, a Samsung confirmou em 2022³ que integrou as capacidades de RCS em todos os seus novos celulares como padrão. Em 2020⁴, o Google lançou o RCS por meio do seu aplicativo Google Messages no mundo todo, com apenas alguns países que ainda não ofereciam suporte⁵.

Até 2026, a previsão é de que o RCS esteja acessível a 3,8 bilhões de usuários de telefonia celular e que a receita das operadoras globais do RCS atinja US\$ 4,6 bilhões (de US\$ 230 milhões em 2022).

Assinantes com capacidade RCS em todo o mundo

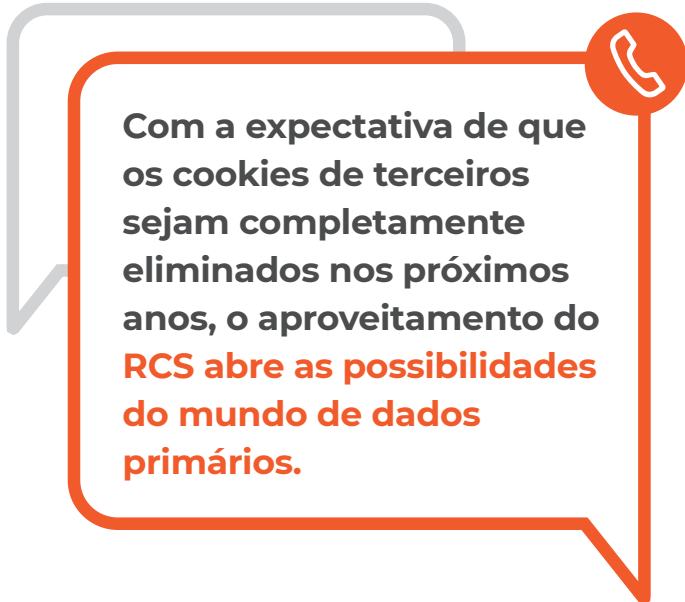


Receita global da operadora



Sem cookies de terceiros - Sem problemas

O que torna o RCS particularmente interessante para os profissionais de marketing é sua compatibilidade com o MSISDN (Mobile Subscriber Integrated Services Digital Number), ou seja, o número de celular de cada usuário, como exigido pela GSMA. A compatibilidade MSISDN permite às operadoras verificar a identidade dos assinantes que utilizem os serviços RCS, e encaminhar melhor o tráfego sem utilizar cookies de terceiros. As marcas que utilizam RCS podem explorar o potencial de dados primários precisos, facilitando a criação de campanhas assertivas, personalizadas para seus clientes e suas necessidades. Isto torna o RCS valioso para qualquer estratégia de marketing multicanal.



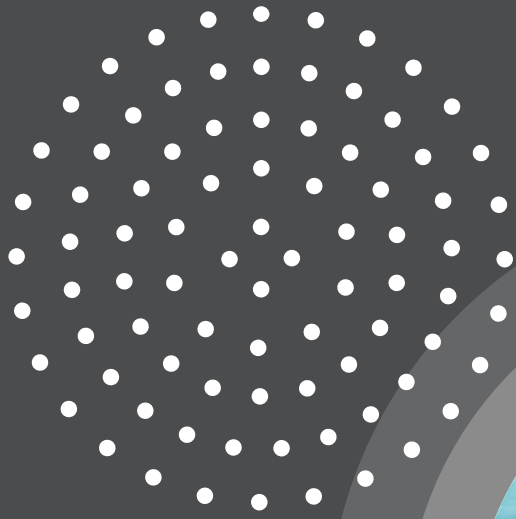
Com a expectativa de que os cookies de terceiros sejam completamente eliminados nos próximos anos, o aproveitamento do RCS abre as possibilidades do mundo de dados primários.

É o momento perfeito para usar o RCS para melhorar as campanhas de marketing da marca a fim de impulsionar novas receitas, com as operadoras de telefonia celular se tornando um parceiro de marketing indispensável para as empresas.

³ The Verge, "Samsung's Galaxy S22 phones push Google Messages and the good news of RCS", fevereiro 2022

⁴ Techradar, "Google releases RCS messaging globally", novembro de 2020

⁵ Androidcentral, "Every country and carrier that supports Google RCS", outubro de 2021



04 Prepare seu negócio para o futuro com o RCS

Colocando o RCS para trabalhar por você

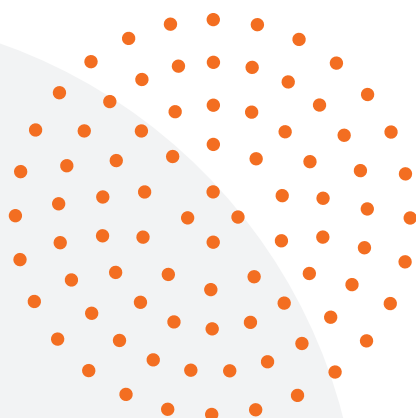
O RCS pode ajudar as empresas a **umentar a receita e a fidelidade dos clientes e melhorar a monetização, permitindo a criação de campanhas de marketing mais ricas**. Ele possui uma das mais altas taxas de engajamento e interação dentro do marketing omnichannel. Ao combinar os recursos avançados das plataformas OTT com a ubiquidade e a ampla base de usuários de SMS, as campanhas RCS têm melhor performance do que aquelas que apenas usam OTT, e-mail ou SMS separadamente.

As comunicações multimídia com imagens, vídeo e componentes interativos - que oferecem aos consumidores formas mais significativas de interagir e responder - são fáceis de implementar com o RCS. Elas contam com aplicações robustas em uma série de casos. Elas podem incrementar as campanhas de e-mail, SMS ou de marketing social com chamadas para ações altamente eficazes com maior probabilidade de gerar conversões.

Com o comércio eletrônico em ascensão, o RCS traz todo o potencial de engajamento da Internet para o ambiente de mensagens do usuário, permitindo transações de ponta a ponta. Muitas operadoras de telefonia celular e empresas em todo o mundo já obtiveram com sucesso os benefícios do RCS para superar suas metas de marketing.

1. Do mobile para o online, impulsionando o tráfego e as vendas de comércio eletrônico

Com os consumidores interagindo em grande parte por meios de seus celulares, os varejistas estão procurando cada vez mais o marketing mobile para alcançá-los de forma mais eficaz. Colocar o RCS dentro da carteira de ferramentas permite chamadas mais interativas para a ação, o que pode impulsionar a conscientização, o tráfego e as vendas.



FMCG | RECONHECIMENTO DA MARCA

ESTUDO DE CASO

Conduzindo o tráfego para a loja online

Um varejista popular de alimentos na África do Sul queria **maximizar o tráfego digital para sua loja online**. No entanto, suas campanhas até o momento haviam sofrido dificuldades para atingir uma audiência de massa através de pontos de contato digitais. Para ajudar o varejista a engajar seus clientes, a Upstream apresentou o varejista ao RCS através de uma operadora na África do Sul. Isto permitiu à empresa **aumentar o tráfego para sua loja online** através da criação de uma campanha RCS altamente interativa usando rich media - como rich cards e carrosséis - para incentivar os clientes a ir à página inicial do varejista e visualizar as ofertas correntes.

12k
cliques em duas semanas

22,2%
CTR



2. Aprimorando ofertas e promoções de marca e de funcionamento

As características mais sofisticadas do RCS permitem que as mensagens sejam criadas com cores e logotipos totalmente personalizados, fazendo com que sua marca se destaque. O uso de uma identificação exclusiva do remetente via RCS assegura aos consumidores que a comunicação vem de uma marca confiável, e eles também poderão optar por não participar de conversas indesejadas mais facilmente.

FMCG | RECONHECIMENTO DA MARCA

ESTUDO DE CASO

Atraindo usuários para um novo programa de recompensas e fidelidade

Uma empresa multinacional de bens de consumo relançou sua popular plataforma de recompensas e fidelidade na África do Sul com um novo nome. Seu objetivo era aumentar as inscrições em sua plataforma de fidelidade - que oferece aos clientes recompensas em dinheiro e descontos - e aumentar a fidelidade dos clientes. Por meio de uma parceria com a Upstream, a empresa foi capaz de impulsionar o tráfego digital para a página de cadastros com a marca da empresa, alavancando as comunicações RCS para envolver os clientes com vídeos de qualidade e anúncios animados.



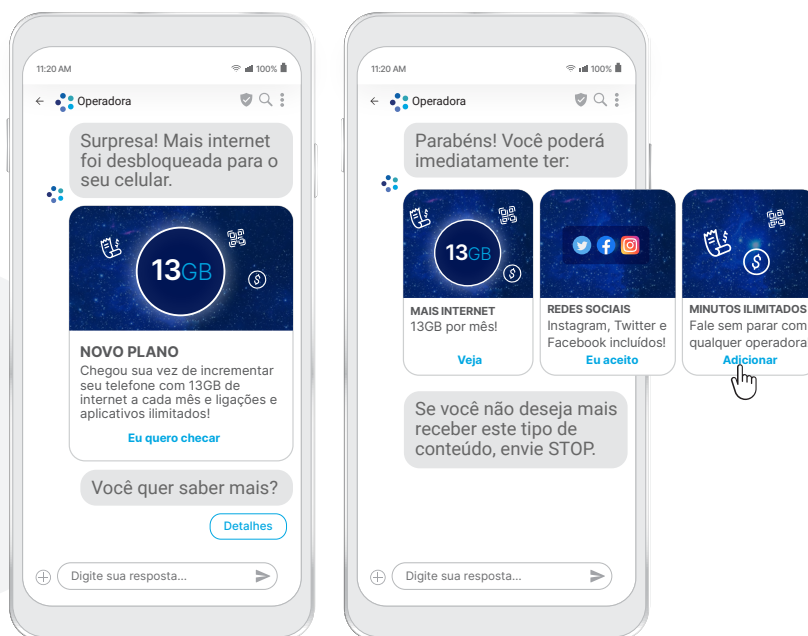
3. Construção de campanha sob medida

Os casos de uso de RCS são limitados apenas pela imaginação dos profissionais de marketing. Há muitas outras aplicações, entre elas:



Planejar migrações para operadoras

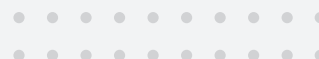
Para simplificar e incentivar o processo de migração dos clientes para planos de maior valor, as operadoras de telefonia celular poderão criar campanhas RCS oferecendo fluxos inteligentes e contínuos. Isto permite aos clientes completar a migração inteiramente dentro do ambiente do aplicativo de mensagens, em vez de alternar entre múltiplos canais e plataformas.



TELCO | ESTUDO DE CASO PLANO DE UPGRADES

ESTUDO DE CASO

Migração de usuários para novos planos



Uma operadora de telefonia móvel queria migrar seus usuários de seus planos existentes para pacotes mais novos e mais personalizados. A Upstream colocou à disposição deles um conteúdo RCS dinâmico que aumentou drasticamente os resultados da campanha em comparação com suas campanhas estáticas anteriores.



116%

de aumento nas migrações usando um gif sobre uma imagem estática por semanas



>7%

taxa de conversão (2x superior ao SMS) por meio de mensagens de redirecionamento automático RCS



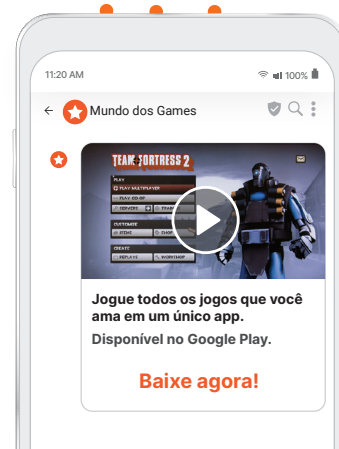
Incremento na venda de serviços centrais e digitais

As marcas também poderão oferecer a seus clientes sugestões de novos planos de assinatura, planos personalizados ou serviços digitais em um ambiente totalmente associado à marca e de confiança, por meio de fluxos de vendas contínuos.



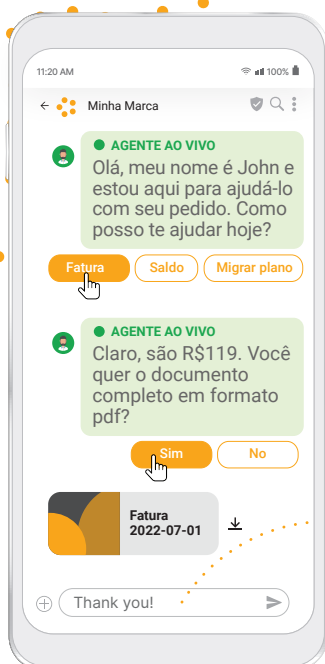
Campanhas de instalação de aplicativos

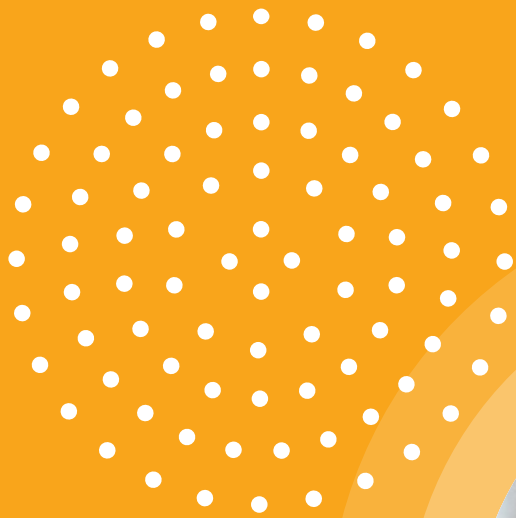
Para aumentar a aceitação de seus aplicativos - e a fidelidade de sua base de clientes - as operadoras de telefonia celular, editores de aplicativos e anunciantes poderão lançar campanhas RCS que incentivem os usuários a baixar um aplicativo. O RCS permite uma comunicação rápida e envolvente com uma maneira mais fácil de interagir com ações diretas para baixar o aplicativo da loja do Google Play com o toque de um botão.



Aperfeiçoando o atendimento ao cliente

O RCS permite conversas com agentes de conversação automatizada (chatbots) e/ou agentes humanos que podem resolver problemas do cliente dentro do ambiente de mensagens. Os consumidores poderão responder a pesquisas, dar atualizações em tempo real ou iniciar uma conversa com um vendedor ou chatbot.





05 Um divisor de águas dentro das estratégias de marketing multicanal

RCS impulsiona campanhas multicanais atingindo novos patamares

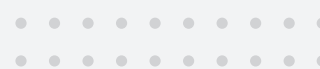
É um mercado extremamente concorrido, onde consumidores são bombardeados com um alto número de mensagens todos os dias. Em 2022⁶, as pessoas estão enviando e recebendo uma média de 333 e-mails por dia. Em 2021, 83% dos usuários móveis receberam pelo menos um SMS de uma empresa⁷. As marcas que querem se destacar na multidão precisam utilizar canais que estimulem mais efetivamente a interação e o engajamento dos usuários.

O aumento da venda de serviços centrais e digitais é essencial para que as operadoras aumentem a receita média por usuário (ARPU). Campanhas que oferecem sugestões para novos planos, migrações ou ofertas personalizadas via RCS permitem mensagens mais customizadas e adaptadas à marca.



⁶ Statista, "Daily number of e-mails worldwide 2025", outubro de 2021

⁷ MarketHire, "48 Surprising SMS Marketing Statistics for 2022", abril de 2021




Incentivo a migrações de plano por meio de uma estratégia multicanal

Uma operadora de telefonia celular líder no Brasil queria que os usuários passassem a gastar mais, transferindo-os dos planos pré-pago para o pós-pago. Acima de tudo, ela queria que sua campanha fosse econômica e não dependesse de centros de atendimento telefônico ou lojas.

Nossa solução

A Upstream introduziu uma estratégia multicanal para engajar os clientes por meio de uma variedade de canais que eram baseados tanto em rich media quanto em texto, incluindo RCS, SMS, e marketing por e-mail.

- Durante toda a campanha, a operadora utilizou o **RCS junto com outros canais** para garantir uma alta taxa de engajamento e uma experiência de usuário ininterrupta que incentivava cliques e conversões.
- A Upstream também desenvolveu um sistema de retargeting **automático avançado de múltiplos canais** para se dirigir aos assinantes que **havam saído do funil**. Os resultados das campanhas foram analisados continuamente para identificar os canais e mensagens com mais probabilidade de converter compradores indecisos.
- Com base nesta análise, era óbvio que quanto mais canais fossem introduzidos na carteira de canais da campanha, maior seria o seu desempenho. **A campanha de retargeting automático** aumentou a **eficácia de uma abordagem multicanal**, o que permitiu à operadora alcançar os usuários através de seu canal mais preferido na hora certa.
- A otimização contínua do fluxo determinou a **jornada do usuário** mais **perfeita e sem atritos**.



As mensagens de retargeting automatizado permitiram à operadora de telefonia celular acompanhar os usuários no **momento certo**, através do canal com a **melhor performance**, sem qualquer esforço manual.



1 O usuário entra no fluxo de atualizações do plano
O usuário seleciona um plano pós-pago e avança para o próximo passo

2 O usuário sai do fluxo
O usuário interrompe a inserção de dados e sai do fluxo

1h depois

3 Reencaminhado via RCS
Usuário retorna ao fluxo web

4 Compra concluída



76%

maior eficácia da campanha* para mensagens de redirecionamento RCS vs SMS

Ainda está pensando nisso? Você está a apenas um clique de distância de obter os muitos benefícios do Plano Pro.

Plano Pro
A Internet do Plano Pro nunca acaba

Internet que nunca acaba
+ Instagram, Twitter e Facebook grátis por 3 meses + chamadas ilimitadas

Quero!

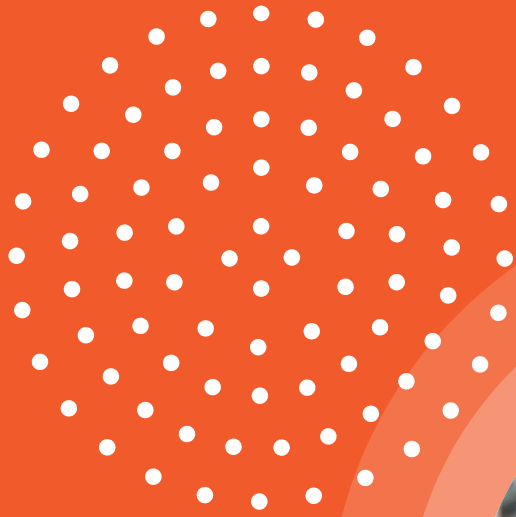
O que conseguimos

785k mil upgrades de planos em 6 meses

137% CTR maior para RCS vs SMS

37% Taxa de conversão mais alta para RCS vs SMS

*Ordens por impressão



06 Aproveite a abundância
de recursos do RCS
rapidamente com
a “Grow”

Campanhas RCS ilimitadas junto com qualquer canal mobile e digital por meio de nossa plataforma martech

A Upstream é um dos parceiros oficiais de mensagens do Google que permite RCS, e é reconhecida como um dos principais atores no ecossistema RCS pela GSMA⁸. No Brasil, um dos principais mercados de RCS no mundo, a Upstream é o maior transmissor de RCS.

A empresa desenvolveu sua plataforma martech, Grow, para ajudar seus clientes a lançar campanhas de marketing multicanais, incluindo RCS, juntamente com e-mail, SMS e muito mais. **A Grow é uma plataforma de marketing de resultados com tecnologia multicanal desenvolvida para as operadoras de telefonia celular, anunciantes e marcas que maximiza as ações, simplifica a experiência do usuário e torna as campanhas mais eficientes.**

Dentro de um único ambiente, os usuários poderão projetar, integrar, entregar e monitorar campanhas versáteis e inovadoras, empregando mensagens RCS em conjunto com quase todos os outros canais de marketing.



A plataforma também oferece funcionalidades avançadas que permitem uma tomada de decisão mais rápida e fundamentada, com insights detalhados, análises e gerenciamento de audiências. Essas capacidades também permitem a implementação de estratégias de alta conversão, incorporando identificação do usuário, direcionamento e redirecionamento através de diferentes canais.

⁸ GSMA Future Networks, "The RCS Ecosystem", acessado em 20/04/2022

Para ajudar a gerenciar a complexidade das campanhas multicanais e aumentar sua eficácia, a Grow traz recursos de automação poderosas que oferecem escalonamento enquanto diminuem drasticamente o trabalho manual.

Por exemplo, os profissionais de marketing que utilizam a Grow podem criar campanhas de redirecionamento que são automaticamente acionadas por certas ações do usuário por meio de múltiplos canais. Para aqueles que procuram reduzir ainda mais os custos operacionais, a Grow oferece um serviço gerenciado para a gestão de campanhas de ponta a ponta pela equipe de especialistas da Upstream.

Plataforma líder em engajamento celular e automação de marketing.

gr::w

CRM Campanhas de conscientização / 1.Atualizações do plano

ADICIONAR MODO

Usados recentemente

RCS

Texto Image Video

Rich Card Carrousel

SMS

Propriedades Visualização

Texto SMS

Temporizador

Rich Card RCS

Total de Usuários (Todos os Canais)

140.6m

Média de Engajamento (Todos os Canais)

24.5%

30%

20%

SMS 30%

RCS 25%

Web 14%

Email 11%

WhatsApp 7%

MMS 7%

Portal Cativo 4%

Viber 2%

Conexão externa

Total de Usuários (RCS)

23.6m

10.2m Usuários Engajados 42.5%

Texto SMS

11:20 AM

Minha Marca

Olá #{msisdn}

50% DE DESCONTO!

AUMENTE SEU PLANO E GANHE UM APARELHO NOVINHO EM FOLHA COM 50% DE DESCONTO!

Ganhe 10GB + 100minutos somente por 35 euros.

Eu quero Saiba mais

Toque para responder...

Execução impecável de múltiplas campanhas



Uma operadora de telefonia celular líder no Brasil, com um cronograma de marketing dinâmico, desejava realizar múltiplas campanhas de RCS tanto para seus próprios serviços quanto em nome de vários clientes empresariais. O objetivo dessas campanhas era aumentar a percepção e o tráfego geral, enviando os usuários ao portal da operadora para o máximo de conversões. No entanto, esta campanha estava criando despesas gerais indesejadas para a operadora e pressionando os recursos internos de marketing. Para superar estes desafios, a operadora selecionou a Upstream e a Grow como sua solução de serviço gerenciado.

Nossa abordagem

O uso do serviço gerenciado Grow racionalizou drasticamente a gestão de campanhas da operadora e permitiu que a equipe executasse mais de **76 campanhas** visando uma série de segmentos de clientes em um único mês.

Estes incluíam inscrições para uma faculdade, vendas com cartão de crédito, downloads e assinaturas de um aplicativo musical, e os próprios serviços de recarga da operadora, entre muitos outros.



Meu app

Recarregue em Meu aplicativo e receba seu bônus!

500MB
RECARGA GRATUITA

Bônus de recarga
Recarregue e ganhe seu BÔNUS na hora.

Recarregue agora!

~80%
de taxa média de entrega,
atingindo até 90%
em certas campanhas

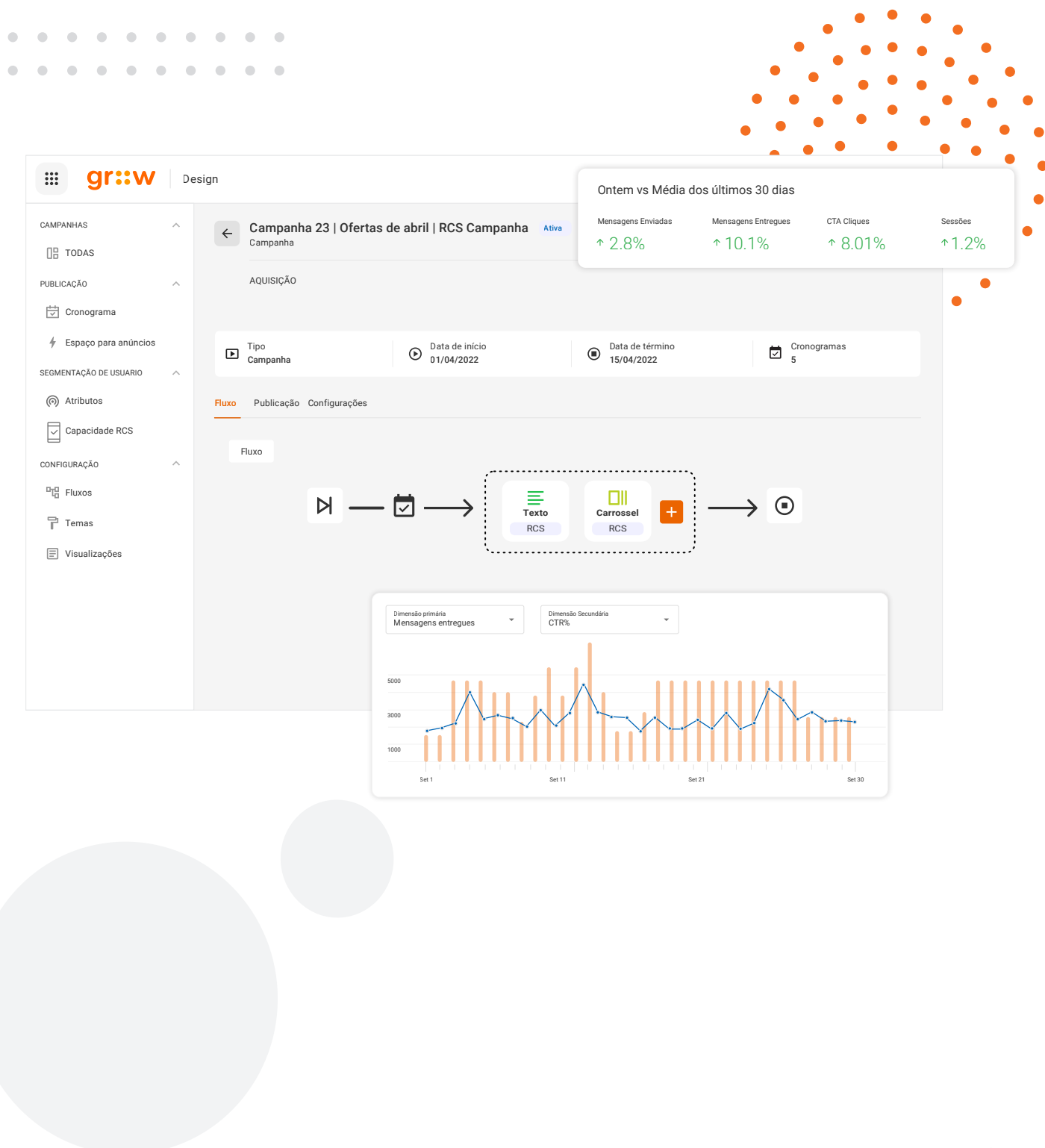
2,78%
de CTR médio

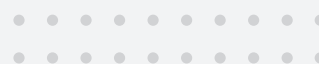
705.326.885
comunicações
enviadas

548.120.607
comunicações
entregues

Além das capacidades avançadas da plataforma, ela também está disponível como Software-as-a-Service (SaaS), é extremamente fácil de usar e não requer nenhuma experiência em programação.

Requer pouco ou nenhum treinamento para a equipe de marketing interna, sem necessidade de um desenvolvedor ou técnico com conhecimentos de programação ou design. Sessões de treinamento e suporte estão disponíveis para os usuários que precisam liberar com confiança os recursos mais avançados da plataforma.





Gestão de ponta a ponta para todas as campanhas através de uma plataforma SaaS

Uma das principais operadoras no Brasil estava buscando uma plataforma unificada de marketing para gerenciar todas as suas campanhas RCS e criar uma melhor experiência para os clientes. No entanto, estava preocupada com a escalabilidade e a complexidade operacional.

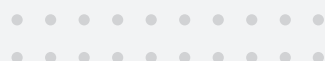
Uma solução tecnológica personalizada

A solução veio na forma da plataforma de automação de marketing via celular da Upstream, a Grow. Isto deu à empresa a capacidade de lidar com campanhas RCS ilimitadas (ofertas centrais da operadora, publicidade e serviços de valor agregado) através de uma interface de usuário, acessível por meio de um navegador da web. Este último não exigia instalações ou configurações complexas.

O modelo de usuário SaaS da Grow foi inestimável para a operadora, pois ela pôde desenvolver e automatizar todas as suas campanhas de marketing com o mínimo de complexidade. A Grow complementou a plataforma de automação de marketing existente da operadora, que gerenciava SMS e e-mail, mas não tinha a capacidade de integração com RCS.

A solução da Upstream pode funcionar perfeitamente com outras ferramentas martech existentes para ajudar os clientes a otimizar seus esforços de marketing.

Um manual completo e uma sessão de treinamento também ajudaram a operadora a aumentar sua capacidade de usar a plataforma, alavancar os melhores relatórios para todas as suas campanhas e realizar otimizações de cópia e criação para cada comunicação enviada via RCS.



Uma oferta SaaS para criar, gerenciar e executar campanhas multicanais eficazes através de uma única plataforma

O que conseguimos

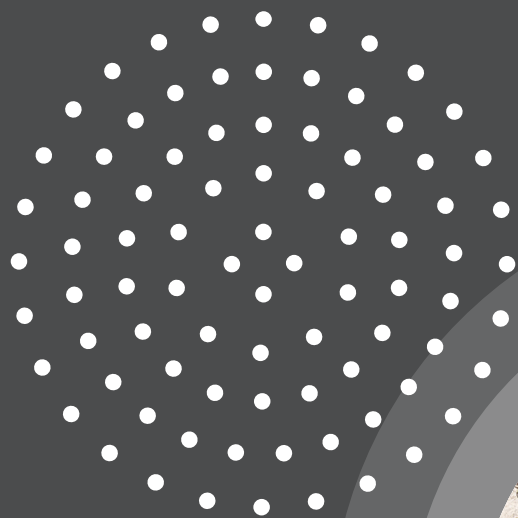
>600 campanhas realizadas

>164m milhões de mensagens enviadas

84% de taxa média de entrega

Até **7%** CTR em campanhas relacionadas a VAS*

*3,5% CTR médio



07 **Perspectivas**

Explorando um recurso poderoso que pode amplificar suas comunicações de marketing

O número de usuários de RCS no mundo todo está aumentando e deverá atingir bilhões ao longo dos próximos anos. As principais operadoras e marcas não podem perder a chance de se posicionar por trás da tecnologia, como o sucesso das campanhas da RCS até o momento tem provado.

Os clientes apreciam as comunicações direcionadas, personalizadas, bidirecionais e transparentes que a plataforma RCS proporciona.



As operadoras têm mais a ganhar com o RCS, pois ele é um canal conectado diretamente aos usuários de telefonia celular através de seu MSISDN, um recurso do qual as operadoras são as únicas responsáveis. A futura eliminação de cookies de terceiros pelo Google apenas reforça esta posição. As operadoras poderão intensificar seus esforços de engajamento com usuários de telefonia celular para promover seus próprios serviços, mas, mais importante ainda, elas poderão se tornar um **grande parceiro de marketing para as marcas**, explorando um fluxo de receita sólido e preparado para o futuro. Espera-se que a receita global das operadoras RCS dispare durante os próximos anos.




As operadoras, anunciantes e marcas poderão turbinar a **eficácia de suas campanhas de marketing multicanal através dos muitos recursos avançados do RCS**. As operadoras que constroem suas próprias capacidades de RCS e adicionam RCS à sua carteira de marketing conversacional ganham uma vantagem competitiva. **“Que tecnologias e plataformas eu preciso desenvolver, entregar e comunicar nas minhas campanhas RCS?”** é a pergunta que os profissionais de marketing devem responder neste momento.



A plataforma de automação de marketing móvel da Upstream, **Grow**, permite **aquisições e conversões em escala**, em uma interface **simples e fácil de usar**. Com uma plataforma é possível ter uma visão clara do fluxo de usuários, em qualquer nível do funil, aplicar táticas diferentes para cada nível, otimizar os resultados e não se preocupar com a validade das aquisições relatadas.

Com a disponibilidade da Grow tanto como um serviço gerenciado, pronto para rodar, ou como uma solução SaaS controlada internamente, a plataforma martech da Upstream já está oferecendo os melhores resultados, aproveitando ao máximo o que o RCS tem a oferecer.



A Grow permite oferecer uma automação de marketing e otimização de campanhas bem integradas.

Sobre a upstream

A Upstream é uma empresa líder em tecnologia de marketing mobile em alguns dos mercados mais promissores e em rápido crescimento do mundo. É a parceira ideal para as empresas de todos os setores que procuram alcançar o crescimento digital.

A plataforma de automação de marketing mobile exclusiva da Upstream, Grow, combina inovações no campo da automação de marketing, comunicações digitais multicanal, coleta e análise de dados, identificação de usuários e segurança contra fraudes de publicidade online. Estas capacidades criam experiências personalizadas para os consumidores finais, levando a um maior envolvimento e satisfação do cliente, e a uma melhor monetização.

Por meio da plataforma, todos os diferentes canais de comunicação são controlados através de uma única IU. Qualquer empresa que implante a Grow tem a garantia de um alto ROI, pagando pelos resultados efetivos com base nas metas estabelecidas. A Grow está disponível tanto como um serviço gerenciado quanto como SaaS.

A Upstream trabalha atualmente com **mais de cem operadoras** e empresas de comércio eletrônico, seguros, bancos, educação, varejo e FMCG na **América Latina, África, Oriente Médio e Sudeste Asiático**.

Para mais informações sobre como você pode aproveitar o RCS e outros canais mobile e digitais para impulsionar a aquisição e o engajamento de clientes, visite: <https://www.upstreamsystems.com> ou envie um e-mail: global-sales@upstreamsystems.com

