

CASO DE SUCESSO

Com a ajuda da  
Validity, a Acordo  
Certo atingiu 100%  
de entrega na Caixa  
de Entrada nos  
provedores Microsoft  
e Yahoo.





A Acordo Certo é uma empresa de negociação de dívidas 100% digital, que nasceu em 2015 com objetivo de ajudar a população endividada, representada, atualmente, por cerca de 68% das famílias do Brasil. Com o objetivo de auxiliar na conquista do bem-estar financeiro, a marca atua com foco em uma abordagem humanizada e em uma experiência de negociação inovadora, desde o primeiro contato. Por meio de ferramentas de e-mail marketing, SMS e *push notification*, favorece o estabelecimento de acordos para a quitação de dívidas de parceiros representados por grandes empresas de varejo, instituições financeiras, seguradoras, instituições de educação e empresas de telefonia.

#### O Desafio:

**Mesmo com processos bem definidos e adoção de boas práticas, a empresa enfrentava dificuldades com relação a entregabilidade e performance das campanhas de e-mail.**

Com uma base potencial de clientes formada por 63 milhões de brasileiros, a Acordo Certo conta com uma política de ativações focada na humanização do relacionamento com o público. Como a missão da Acordo Certo é ajudar pessoas em dificuldades financeiras, a empresa reconheceu o valor do e-mail como um canal não agressivo de comunicação com prospects e clientes. A empresa dispõe de processos bem definidos e um protocolo de ativações da base cadastrada que inclui um cronograma em uma régua *omnichannel* focado no perfil de cada cliente, por canal, a fim de evitar contatos em momentos inoportunos para o cliente.

Com os desafios econômicos impostos pela pandemia, a Acordo Certo viu-se diante de uma grande oportunidade de ajudar ainda mais pessoas. Ao longo de dois anos sua base cadastrada ativa cresceu quase 5 vezes, porém seus e-mails não estavam chegando a 100% da base devido a alguns desafios.

Apesar do cenário promissor e dos investimentos para garantir a boa performance e a manutenção dos níveis de excelência de reputação de remetente dos seus diversos IPs e domínios, o que inclui os esforços para manter-se seguindo as boas práticas, com a limpeza constante da base e o uso de ferramentas de validação em tempo real, *double opt-in*, e provedores de serviços de e-mail (ESPs) para o disparo de campanhas, a empresa enfrentava

“

A Validity foi a nossa cereja do bolo. Nos ajudou a potencializar o bom trabalho realizado há algum tempo no canal de e-mail marketing, deixando claro a grande relação que existe entre entregabilidade, acordos fechados e receita.

**Fernando Lamenza**  
Coordenador de CRM

dificuldade em visualizar a entregabilidade e performance, especialmente para os destinatários de e-mail da Microsoft.

Mesmo possuindo uma base grande de contatos da Microsoft, a Acordo Certo não conseguia se comunicar com esses consumidores antes da Certificação. Dessa forma, ainda que trabalhando com uma base altamente engajada, a empresa estava limitada à ativação de uma parcela bem pequena da base por dia, ceifando em muito o potencial explorável.

#### A Solução:

### **Contratar a mais completa solução de inteligência de e-mail marketing, líder do mercado, para atingir os resultados desejados.**

Para resolver os desafios de entregabilidade, a Acordo Certo recorreu às ferramentas Everest e Certificação, da Validity. Com menos de um mês de ramp up e mesmo sem realizar qualquer alteração na estratégia de envio, a empresa atingiu o pico de performance.

O aumento exponencial da capacidade de envios levou à necessidade de reavaliar as estratégias de comunicação, considerando as taxas de SRD e de entregabilidade para cada tipo de provedor. Com a ajuda do check list da Validity para a Certificação, que conta com 59 pontos de validação de boas-práticas, a Acordo Certo pode atacar os seis aspectos que necessitavam de ajustes para garantir o atingimento pleno dos resultados desejados.

Como resultado da implementação da Certificação, a Acordo Certo foi capaz de aumentar o volume que era de dezenas de milhares, para milhões de envios por dia.

Aproveitando o Everest, a equipe Acordo Certo agora é capaz de:

- Monitorar ativamente a pontuação de reputação do remetente
- Monitorar o desempenho do DMARC
- Obter os insights de relatórios de dados necessários para gerenciar um grande programa de e-mail em um ambiente complexo e desafiador.

“

O ROI do contrato de 12 meses com a Validity se pagou em 28 dias.

**Vinicios Schunck**  
Analista de CRM

Os Resultados:

## **Maior entregabilidade significa mais acordos fechados, e conseqüentemente mais receita.**

O canal de e-mail vem ganhando cada vez mais importância para a Acordo Certo, e a empresa atualmente é capaz de enviar uma volumetria muito maior, se comparado a períodos anteriores. Atualmente o canal de e-mail é um canal importante para a geração de receita na empresa.

É importante destacar que existe uma grande relação entre entregabilidade, acordos fechados e receita.

O ROI do contrato com a Validity se pagou em 28 dias, e em 3 meses de projeto atingiu ROI 5:1.

Quatro meses após o início da parceria com a Validity, a Acordo Certo conta com todos os IPs certificados e operando sem qualquer incidente relacionado à reputação há mais de 30 dias.



### **Cerca de Validity**

*As empresas operam melhor e crescem mais rápido com dados confiáveis. Dezenas de milhares de organizações confiam nas soluções Validity – como Everest, DemandTools, BriteVerify, GridBuddy Connect e MailCharts – para atingir, contatar, engajar e manter clientes com eficácia. Equipes de marketing, vendas e Customer Success no mundo inteiro confiam nas soluções da Validity para ajudá-las a criar campanhas mais inteligentes, gerar leads, impulsionar respostas e aumentar a receita.*



Para mais informações acesse [validity.com/br](https://validity.com/br)

© 2022 Validity. All Rights Reserved.

