1 - Cadastro e jornada de clientes na operação B2C

Sobre:

Em uma operação B2C, o cadastro de clientes é um dos principais pontos para estruturar **identificação, acesso, relacionamento e segmentação** ao longo da jornada de compra.

Na Linx Commerce, diferentes configurações permitem organizar desde o cadastro e login do consumidor até grupos, status, origens de acesso e comunicações relacionadas à base de clientes.

O objetivo desta página é apresentar os principais recursos relacionados à jornada do cliente e direcionar para as documentações específicas de configuração.

Cadastro e acesso

O cadastro concentra as principais informações utilizadas para identificar o consumidor durante sua relação com a loja.

Em operações B2C, o foco normalmente está no cadastro de **Pessoa Física**, mas a plataforma também permite cadastro de clientes PJ conforme a necessidade da operação.

A jornada de acesso também pode ser configurada para permitir **login por CPF ou CNPJ**, oferecendo alternativas de identificação conforme o perfil de cliente atendido.

Esses recursos ajudam a estruturar uma experiência de acesso aderente ao modelo de negócio e às informações necessárias durante a compra.

Segurança e proteção da jornada do cliente

A jornada de cadastro e acesso também deve considerar mecanismos que ajudem a proteger **contas, credenciais e dados dos consumidores**.

Na Linx Commerce, a operação pode utilizar configurações relacionadas a **complexidade e definição de senha, recuperação de acesso, autenticação de e-mail, login por provedores externos, navegação segura e identificação de comportamentos suspeitos**, conforme a estratégia de segurança adotada.

Esses recursos ajudam a equilibrar **facilidade de acesso e proteção da conta**, principalmente em operações com grande volume de clientes e transações.

Grupos de clientes

Os **grupos de clientes** permitem organizar consumidores em diferentes segmentos e são especialmente úteis quando a operação deseja oferecer experiências ou condições específicas para determinados públicos.

Podem apoiar cenários como:

- Novos clientes;
- Clientes recorrentes;
- Clientes fidelizados;
- Clientes VIP;
- Colaboradores ou parceiros;
- Outros segmentos definidos pela operação.

Depois de criados, os clientes podem ser associados aos respectivos grupos, permitindo que essa segmentação seja utilizada em conjunto com outras estratégias da operação.

No B2C, grupos podem apoiar principalmente **promoções exclusivas, condições comerciais diferenciadas, fidelização e ações direcionadas a públicos específicos**.

Status e restrições de clientes

Os **status de clientes** ajudam a organizar diferentes situações dentro da jornada e podem ser utilizados em conjunto com restrições específicas.

A operação pode criar seus próprios status e definir regras de acordo com o comportamento esperado para cada situação.

Esse recurso pode apoiar cenários nos quais determinados clientes precisam possuir **condições ou restrições diferentes de acesso e utilização da loja**, conforme as regras definidas pelo negócio.

É importante manter uma estrutura de status simples e bem governada, evitando classificações que não possuam uma finalidade clara na operação.

Fluxo de clientes

O **Fluxo de clientes** permite estruturar etapas e ações relacionadas à jornada cadastral do consumidor.

A operação pode definir fluxos que representem diferentes momentos do relacionamento com o cliente e determinar ações a partir da evolução desse processo.

Por exemplo: **Cliente realiza o cadastro Cadastro é aprovado Cliente recebe e-mail de boas-vindas**

Esse recurso pode apoiar a automação e organização de jornadas relacionadas a **cadastro, aprovação, comunicação e relacionamento com o consumidor**.

Origem de acesso

A **Origem de acesso** permite identificar e organizar diferentes fontes de tráfego utilizadas para direcionar consumidores à operação.

A configuração pode utilizar parâmetros como:

- `utm_source`;
- `utm_medium`;
- `utm_campaign`;
- `utm_content`;
- `utm_term`.

Esse recurso pode apoiar a identificação de acessos provenientes de **campanhas, canais, parceiros, newsletters e outras ações de marketing**, ajudando a operação a compreender melhor a origem do tráfego e das conversões.

Newsletter e relacionamento

A configuração de **e-mail de newsletter** pode complementar as estratégias de relacionamento com os consumidores.

Esse tipo de recurso pode apoiar comunicações relacionadas a campanhas, novidades, relacionamento e outras ações previstas pela operação.

A utilização deve estar alinhada às regras e políticas de comunicação definidas pela empresa.

Quando esses recursos são indicados?

Esses recursos tendem a ser especialmente úteis para operações que:

- precisam estruturar cadastro e acesso de consumidores;
- desejam utilizar login por CPF ou CNPJ;
- trabalham com diferentes segmentos de clientes;
- querem oferecer promoções ou condições específicas por grupo;
- precisam organizar status e restrições de clientes;
- desejam estruturar diferentes origens ou fluxos de acesso;
- utilizam newsletter e ações de relacionamento.

A combinação ideal depende da estratégia da operação. Nem todos os recursos precisam ser utilizados desde o início.

Saiba mais

Abaixo, acesse as documentações relacionadas para entender as configurações específicas de cada recurso:

- Clientes
- Segurança e Privacidade