



zig

PASSO A PASSO  
**PROMOÇÕES**



# PASSO A PASSO PROMOÇÕES

**ACESSO AO PAINEL** | p. 03

**CONFIGURANDO SUA PROMOÇÃO** | p. 04

Primeira etapa | p. 04

Segunda etapa | p. 04

- Recorrência de ganhos | p. 05
- Lista de metas de promoção | p. 05

Terceira etapa | p. 06

- Condições de uso | p. 06
- Lista de clientes | p. 07

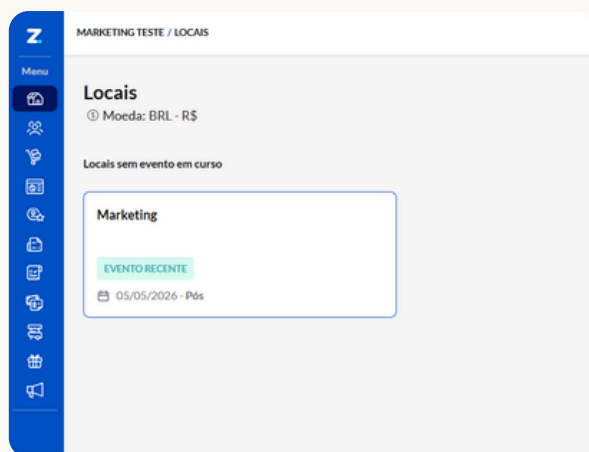
**RELATÓRIOS** | p. 08

- Cashless | p. 08
- Mesas | p. 08

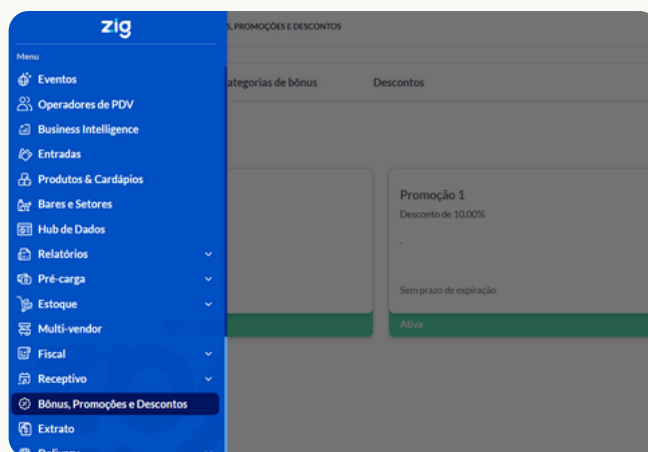
O sistema de promoções da Zig foi desenhado para converter comportamento em receita. Siga este guia para criar campanhas automatizadas que fidelizam e aumentam o ticket médio do seu negócio.

## Acesso ao Painel

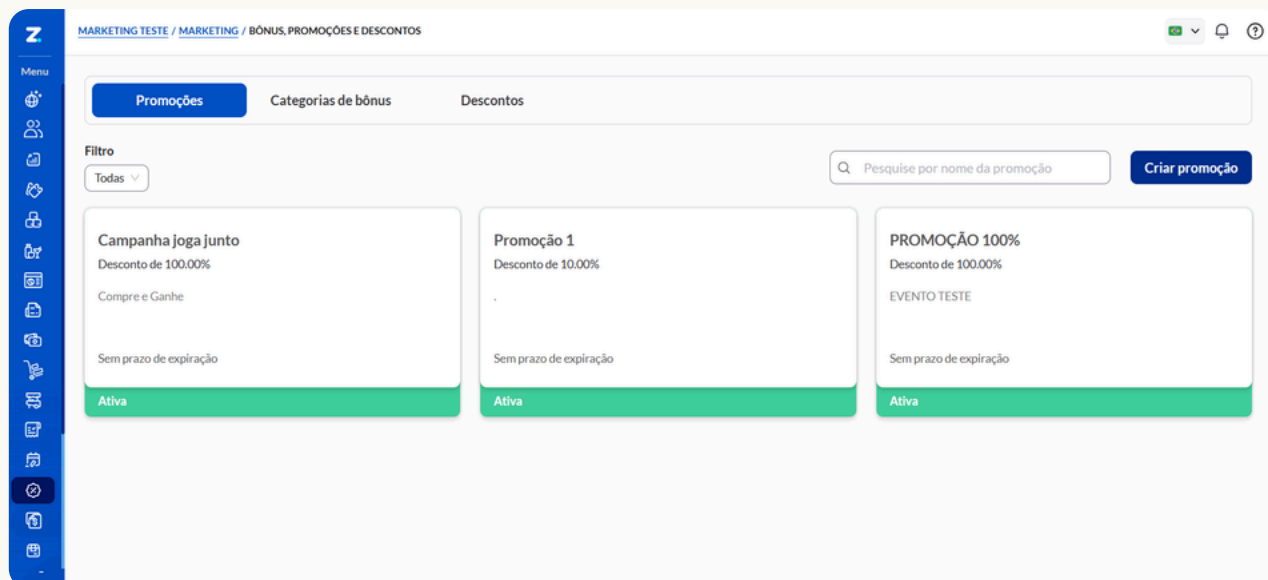
Para configurar suas campanhas, siga as etapas abaixo:



1. Na tela inicial do Dashboard, selecione o Place (unidade) desejado.



2. No menu lateral esquerdo, navegue até a opção “Bônus, Promoções e Descontos”



3. Nesta tela, você terá uma visão geral de todas as campanhas ativas. Para iniciar uma nova estratégia, clique no botão “Criar Promoção”, localizado no canto superior direito.

## Configurando sua Promoção

Ao criar uma campanha, preencha os campos estruturais conforme as diretrizes abaixo:

### PRIMEIRA ETAPA

- **Nome da promoção:** defina um nome interno para identificação da campanha. (*Campo obrigatório*).
- **Descrição da promoção:** insira um breve texto explicativo sobre as regras ou o objetivo da oferta. (*Campo obrigatório*).
- **Mensagens automáticas:** ative esta opção para que os clientes contemplados recebam notificações automáticas (SMS).
- **Atenção:** o envio de mensagens via operadora gera custos adicionais. Verifique seu pacote de SMS disponível com o seu **Especialista de Atendimento Zig**.
- **Locais da Promoção:** determine a abrangência da campanha. É obrigatório selecionar ao menos um local de aplicação.
- **Dica:** para grupos econômicos, você pode replicar a mesma promoção em múltiplos estabelecimentos simultaneamente.

1 Dados da promoção > 2 Metas > 3 Prêmios > 4 Condições de uso

#### Dados da promoção

Defina todos os parâmetros necessários para criar uma promoção especializada para os seus clientes.

Nome da promoção

Descrição da promoção

Mensagens automáticas para clientes

Enviar mensagens automáticas

Exibir promoções no 'Qual é a boa'

Exibir promoções no 'Qual é a boa'

Locais da promoção

Marketing

**Mensagens automáticas para clientes**

Enviar mensagens automáticas

Todos os clientes que ganharem a promoção recebem mensagens automáticas a partir do canal selecionado. Esses envios tem custo

**Exibir promoções no 'Qual é a boa'**

Exibir promoções no 'Qual é a boa'

Todas as promoções habilitadas serão exibidas no 'Qual é a boa'.

### SEGUNDA ETAPA

As Metas são os parâmetros fundamentais que determinam qual ação o cliente deve realizar para ser contemplado pela promoção.

## Recorrência de Ganhos

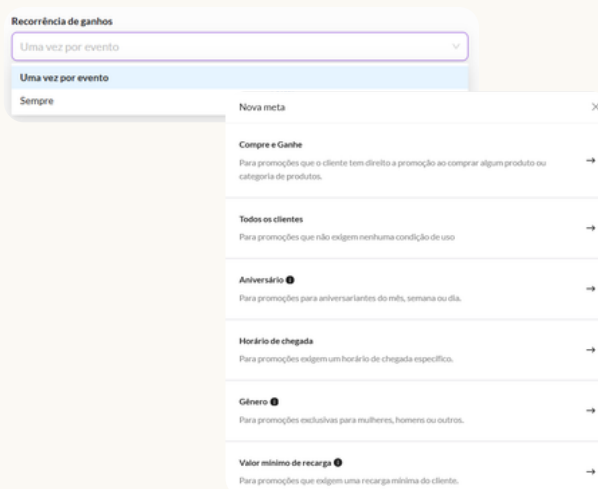
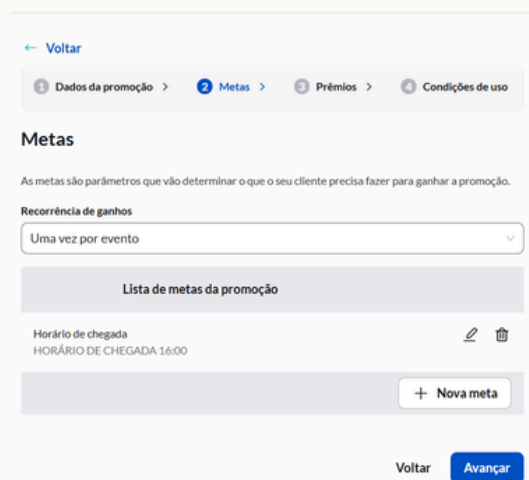
Defina a frequência com que o benefício pode ser concedido:

- **Sempre:** o cliente recebe a bonificação toda vez que cumprir as condições estabelecidas.
- **Uma vez por evento:** o benefício é limitado a apenas uma concessão por visita/CPF.

## Lista de metas da Promoção

Escolha o gatilho estratégico que melhor se adapta à sua campanha:

- **Compre e ganhe:** o cliente ganha a promoção ao consumir um produto ou categoria específica.
  - Selecione o produto da campanha e determine a *Quantidade mínima* de consumo necessária para ativar o benefício.
  - **Nota:** esta função requer habilitação prévia. Solicite a liberação do módulo "Compre e Ganhe" ao seu **Atendimento Especializado Zig**.
- **Todos os clientes:** a promoção é universal e válida para qualquer cliente que realize o check-in ou consumo básico, sem critérios restritivos.
- **Aniversário:** gatilho de fidelização emocional. Você pode definir se o benefício será válido especificamente no dia, na semana ou durante todo o mês de aniversário do cliente.
- **Horário de chegada:** ideal para ações de *Early Bird* ou controle de fluxo. A promoção é aplicada automaticamente com base no horário em que o cliente realiza o check-in no estabelecimento.
- **Gênero:** permite segmentar campanhas temáticas (ex: *Dia das Mães, Dia dos Pais*) com base no gênero cadastrado no perfil do cliente.
- **Valor mínimo de recarga:** focado em aumento de caixa antecipado. O benefício é liberado somente quando o cliente efetua uma recarga de saldo igual ou superior ao valor estipulado.



### TERCEIRA ETAPA:

**Premios:** nesta fase, você define exatamente o que o cliente recebe ao atingir a meta e sob quais regras ele poderá utilizar o benefício conquistado.

- **Quantidade máxima de uso por ganho:** determine se há um limite de utilizações para o prêmio ou se a disponibilidade será "Sem Limites".
- Insira o percentual de desconto aplicado sobre o item ou categoria. *Exemplo: para campanhas de Compre e Ganhe, o desconto deve ser configurado como 100%.*
- Adicione o produto vinculado a campanha de acordo com a estratégia estabelecida e clique em avançar.

#### Prêmios

Selecione os produtos e os descontos que o cliente terá direito.

Quantidade máxima de usos por ganho

Sem limites

Tipo do desconto Porcentagem

Porcentagem  %

Produto	Preço de venda	Preço promocional	
Bolinho de Queijo (10 uni) PORÇÕES	R\$ 0,01	R\$ 0,01	
Guaraná BEBIDAS NÃO ALCÓOLICAS	R\$ 0,01	R\$ 0,01	
Total de 2 produto(s)		<input type="button" value="+ Adicionar produtos"/>	

### Condições de uso

Nessa etapa você pode definir parâmetros de uso da promoção. Quando o cliente ganha a promoção, ele só pode utilizá-la se seguir essas condições de uso.

#### Importante:

- As condições de uso para 'Compre e Ganhe' também são usadas para ganhar a promoção.
- Expiração pós-ganho não se aplica para o 'Compre e Ganhe'.

[← Voltar](#)

1 Dados da promoção > 2 Metas > 3 Prêmios > 4 **Condições de uso**

#### Condições de uso

Nessa etapa você pode definir parâmetros de uso da promoção. Quando o cliente ganha a promoção, ele só pode utilizá-la se seguir essas condições de uso.

**Importante**

- As condições de uso para 'Compre e Ganhe' também são usadas para ganhar a promoção.
- Expiração pós-ganho não se aplica para o 'Compre e Ganhe'.

Lista de condições de uso da promoção

Nenhuma condição de uso

Adicione uma nova condição de uso para limitar o uso da promoção que o seu cliente tem direito.

#### Nova condição de uso

**Dias da semana** →  
Defina que dias da semana o cliente pode utilizar a promoção

**Horário** →  
Defina uma faixa de horário que o cliente pode utilizar a promoção

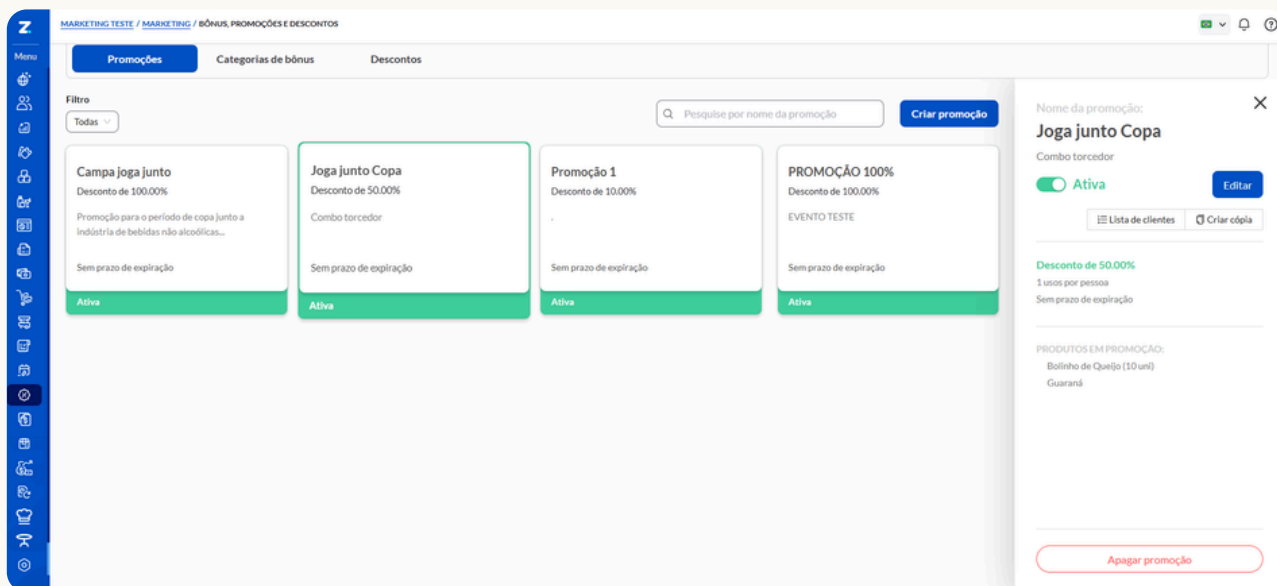
**Expiração pós-ganho** →  
Defina quanto tempo o cliente tem para aproveitar a promoção que ele tem direito

#### Lista de condições de uso da promoção

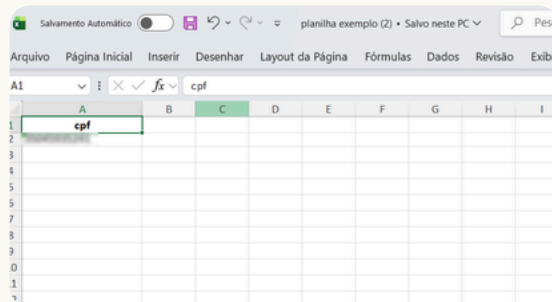
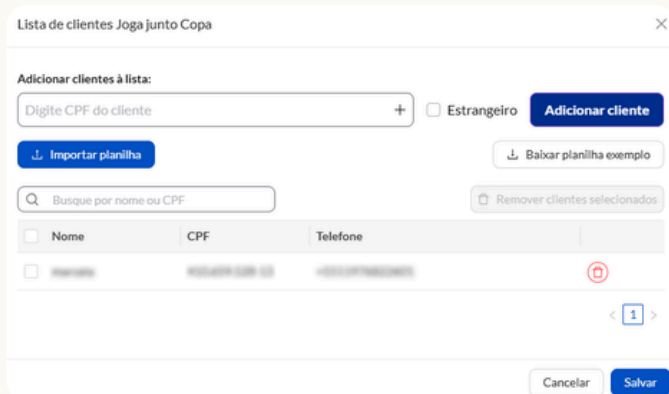
- Defina quando e por quanto tempo o benefício pode ser usado após o cliente ganhá-lo.

## Lista de Clientes

Ao selecionar uma promoção existente na listagem principal, você acessará o painel de gerenciamento de participantes vinculados. Esta tela permite o controle total de quem está apto a receber o benefício:



- **Inclusão individual:** adicione clientes manualmente através do número do CPF.
- **Importação em massa:** utilize a função de importar via planilha para subir grandes listas de CPFs de uma só vez, ideal para listas de parceiros ou convidados VIP.
- **Padronização:** caso tenha dúvidas sobre o formato do arquivo, você pode baixar a planilha modelo para garantir que os dados sejam lidos corretamente pelo sistema.
- **Manutenção da base:** caso precise excluir participantes, utilize a opção de remover clientes para atualizar a lista em tempo real.



## Relatórios de Promoções Utilizadas

O relatório de Promoções Utilizadas é a ferramenta essencial para auditar o sucesso das suas campanhas. Ele oferece uma visão detalhada de todos os benefícios que foram efetivamente aplicados aos clientes, permitindo mensurar o impacto direto nas vendas e no engajamento.

### Onde acessar:

No menu lateral esquerdo, navegue por: *Relatórios > Relatórios financeiros > Promoções utilizadas.*

### Campos apresentados para **produto cashless**:

- **Produto** - nome do produto vinculado à promoção
- **Promoção** - nome da promoção cadastrada
- **Categoria** - categoria do produto (se configurada)
- **Quantidade de usos** - quantidade de vezes que a promoção foi aplicada
- **Desconto total** - valor total de desconto aplicado no período

Promoções utilizadas de **Magasin L'Essentiel**

Promoções utilizadas Utilizadas por pessoas Utilizadas por Mesas

Período: 01/02/2025 - 30/06/2025

Total de uso: 587

Total de desconto: R\$ 1.000,00

Produto	Promoção	Categoria	Quantidade de usos	Desconto total
<b>Total</b>			<b>587</b>	<b>R\$ 1.000,00</b>
100%				
Alimentos	100%	Alimentos	4	R\$ 100,00
Bebidas	100%	Bebidas	7	R\$ 100,00
		<b>Subtotal</b>	<b>11</b>	<b>R\$ 100,00</b>

### Campos apresentados para **produto mesas**:

- **Nome** - nome da mesa (ou responsável pela mesa)
- **Abertura** - data/hora de abertura da mesa
- **Fechamento** - data/hora de fechamento da mesa
- **Produto** - produto da promoção utilizado na mesa
- **Promoções** - nome da promoção aplicada
- **Categoria** - categoria do produto (se houver)
- **Quantidade de usos** - quantidade de promoções aplicadas nessa mesa
- **Desconto total** - valor total de descontos concedidos na mesa

Promoções utilizadas de **Magasin L'Essentiel**

Promoções utilizadas Utilizadas por pessoas Utilizadas por Mesas

Mesa: Todos

Promoções: Todos

Período: 01/02/2025 - 30/06/2025

Total de uso: 1

Total de desconto: R\$ 100,00

Nome	Abertura	Fechamento	Produto	Promoções	Categoria	Quantidade de usos	Desconto total
Mesa 1	18/06/2025 11:09	18/06/2025 15:00	Alimentos	100%	BEBIDAS	1	R\$ 100,00
Mesa 1	07/03/2025 14:37	08/03/2025 02:30	Alimentos	100%	ÁGUA	4	R\$ 100,00
Mesa 1	11/04/2025 10:17	11/04/2025 10:53	Alimentos	100%	Outros	1	R\$ 100,00
Mesa 1	23/05/2025 10:14	23/05/2025 14:56	Alimentos	100%	ÁGUA	1	R\$ 100,00
Mesa 1	14/05/2025 12:19	15/05/2025 00:01	Alimentos	100%	ÁGUA	1	R\$ 100,00

Dominar o sistema de promoções é entender a harmonia entre três pilares fundamentais:

- **Metas:** funcionam como o filtro estratégico, definindo exatamente quem está apto a participar com base no comportamento ou perfil.
- **Prêmios:** são o coração da campanha, determinando o benefício real que será entregue para encantar e incentivar o seu cliente.
- **Condições de Uso:** atuam como as regras de segurança, controlando quando e por quanto tempo o benefício terá validade, garantindo a saúde financeira da sua operação.

Com esses pilares bem configurados, sua campanha está pronta para rodar de forma 100% automatizada, permitindo que você foque no que realmente importa: a experiência do seu público e o crescimento do seu negócio.

zig