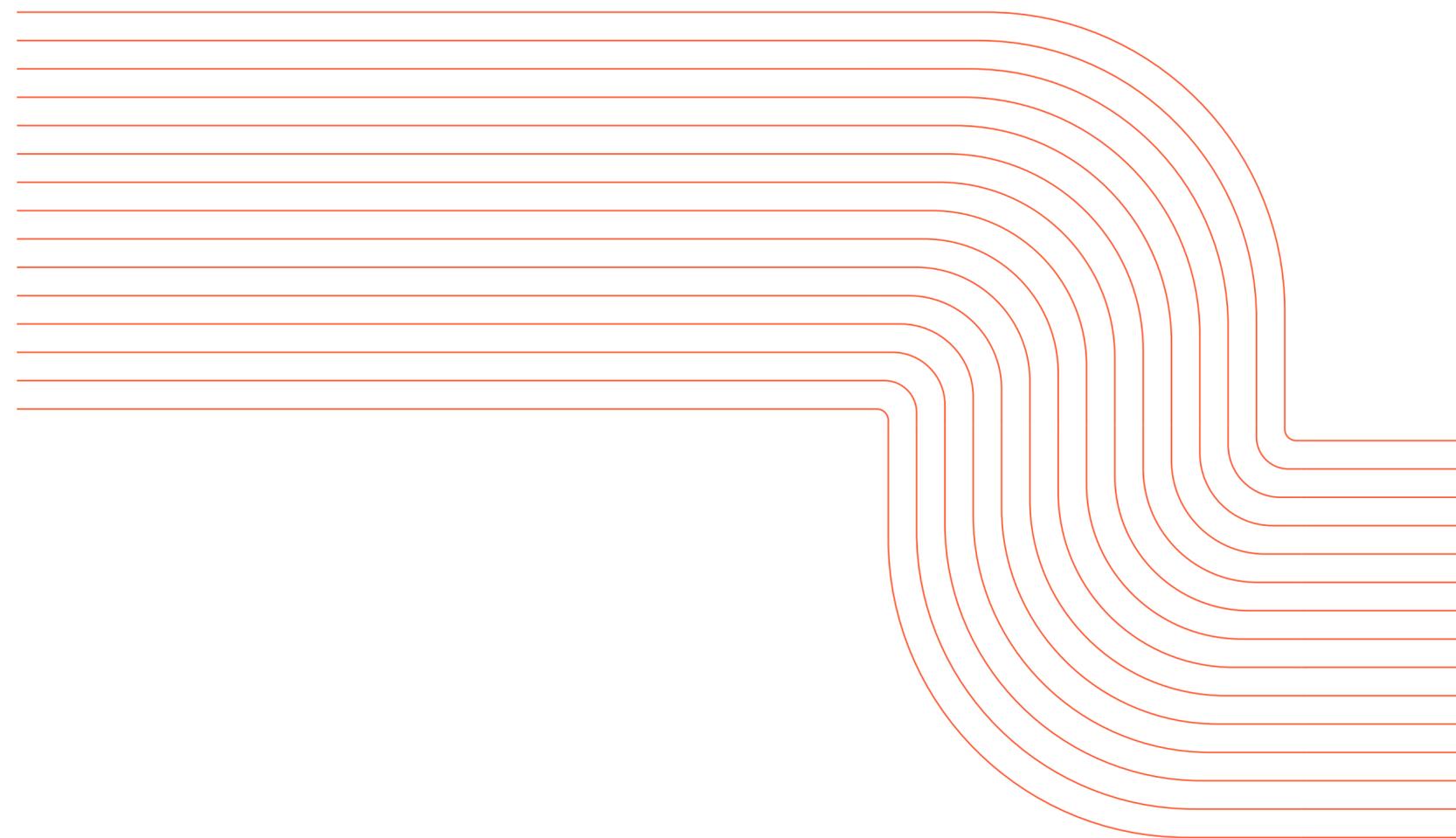


FCamara Cases

Ricca

FCamara Cases é uma série de histórias de sucesso que exemplificam os desafios superados por diversas organizações de diferentes setores. Essas histórias evidenciam como a multinacional brasileira FCamara, por meio do seu ecossistema de tecnologia e inovação, transforma a adoção de jornadas digitais em valor para os negócios.

Neste material, detalhamos como **Ricca**, marca de cuidados com a pele e os cabelos, de Belliz Company, firmou parceria com a **Nação Digital**, empresa do grupo FCamara, para escalar o e-commerce. Os resultados fizeram o canal triplicar suas vendas em 8 meses e mudar positivamente a percepção da marca pelo público.



Sumário

Visão geral	05
Sobre Ricca	06
Desafio	07
Solução	08
Resultados	10
Sobre a Nação Digital	13

Como Ricca, marca brasileira de cuidados com a pele o cabelo, fez seu e-commerce triplicar de tamanho e transformou a forma de se conectar com os consumidores?



O desafio

Marca reconhecida no mercado de cuidados com a pele e o cabelo, Ricca enfrentava grandes desafios no digital: fazer o e-commerce escalar e conseguir se conectar com as necessidades do público no segmento de cosméticos, fazendo com que os produtos transmitissem credibilidade.

A solução

Para reestruturar o posicionamento digital da marca, fazer o e-commerce crescer e se conectar com a audiência, Ricca recorreu à Nação Digital, empresa do Grupo FCamara, para um trabalho de *brandformance*. Isso consistiu em mapear a jornada de compra, assim como as dores e necessidades dos clientes e conectá-las com oportunidades e produtos, integrando o e-commerce ao fluxo de compra dos consumidores.

Os resultados

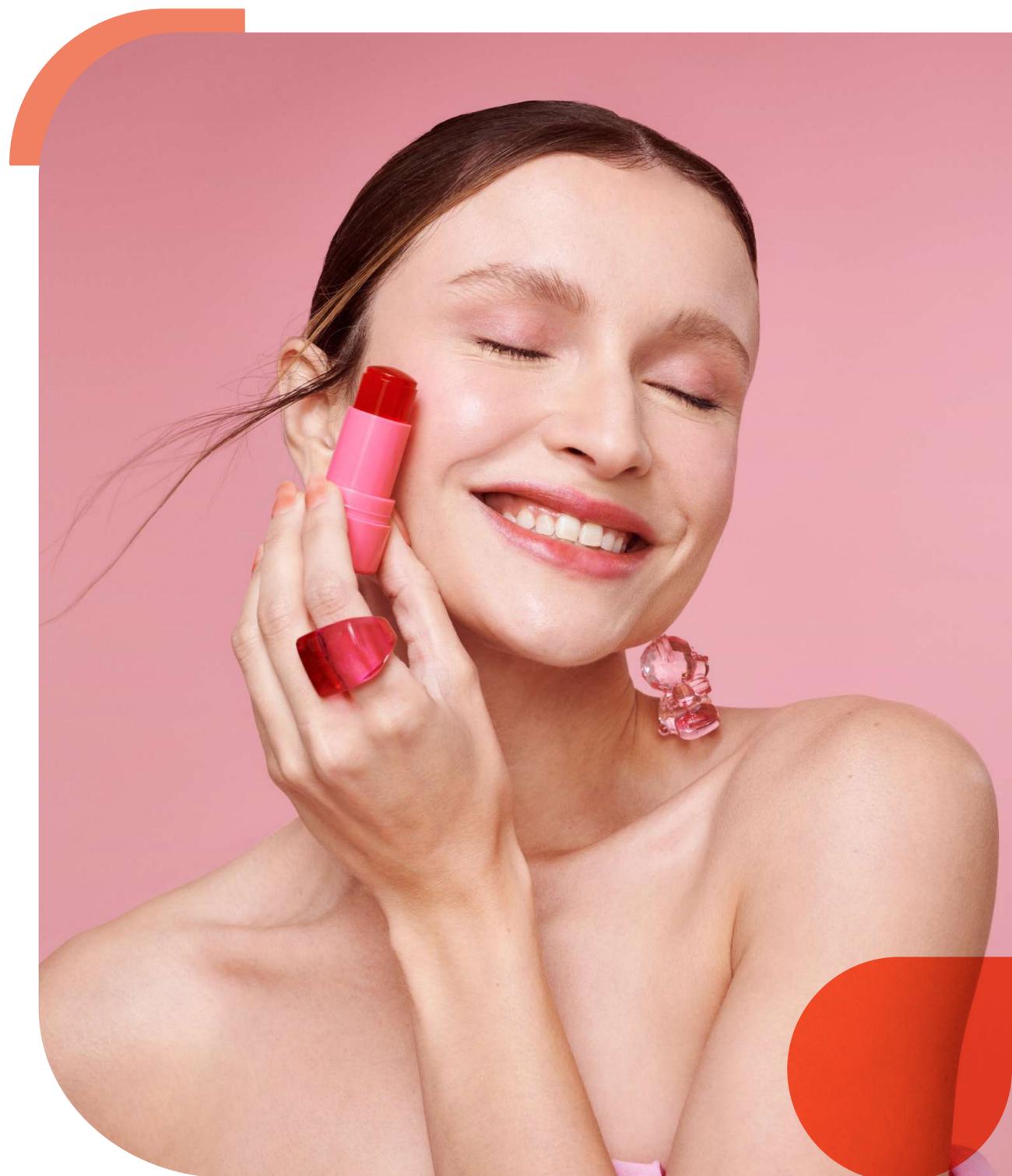
Impactos no e-commerce de Ricca em um período de 8 meses, destacam-se:

Aumento de 158% no ROAS
gerando maior receita por real investido.

Crescimento de 286% no CTR
ampliando o potencial de conversão.

146% de alta nas sessões
promovendo mais visibilidade e oportunidades de vendas.

Redução de 57% no CPC
alcançando mais com o mesmo orçamento.



Sobre a Ricca

Segmento: cosméticos e produtos de cuidados com a pele e o cabelo
Site: www.mundoricca.com.br
País/região: Brasil

Ricca enxerga a vida de forma colorida e traduz isso em itens que descomplicam a rotina de beleza, surpreendem e despertam sorrisos. Com um portfólio de produtos de alta qualidade, conectados com as tendências do mercado, a marca entrega fórmulas poderosas e ativos superpotentes que proporcionam resultados excelentes.

Para a marca, a autoestima das pessoas está no topo da lista, por isso está sempre em busca daquele produto inovador que vai transformar a sua rotina de cuidados. Valoriza muito os resultados comprovados, porque ninguém merece gastar com algo duvidoso.

Ricca faz parte de **Belliz Company**, com mais de 20 anos de mercado e referência em higiene e beleza. Foi a primeira empresa a trazer a escova em formato raquete para o Brasil.

O portfólio conta com mais de 1 mil itens divididos em cinco marcas (Ricca, Vertix Professional, Enox, Belliz e Kess).

Em 2022, a empresa firmou parceria estratégica com a **Nação Digital** para reestruturar a abordagem digital, conectar-se com o público e impulsionar o desempenho do e-commerce Mundo Ricca.



+ de **15** anos
de mercado

400 SKUs
no portfólio

Presente em mais de **40** mil
lojas no Brasil

Conexão com o cliente e crescimento do e-commerce: os desafios do Mundo Ricca

O projeto do e-commerce **Mundo Ricca** teve início antes da pandemia, mas foi suspenso devido ao cenário incerto da época. Com o retorno gradual das atividades, a partir de 2021, a marca decidiu investir novamente no digital, buscando implementar um canal que pudesse complementar suas operações, até então fortemente focadas no varejo físico.

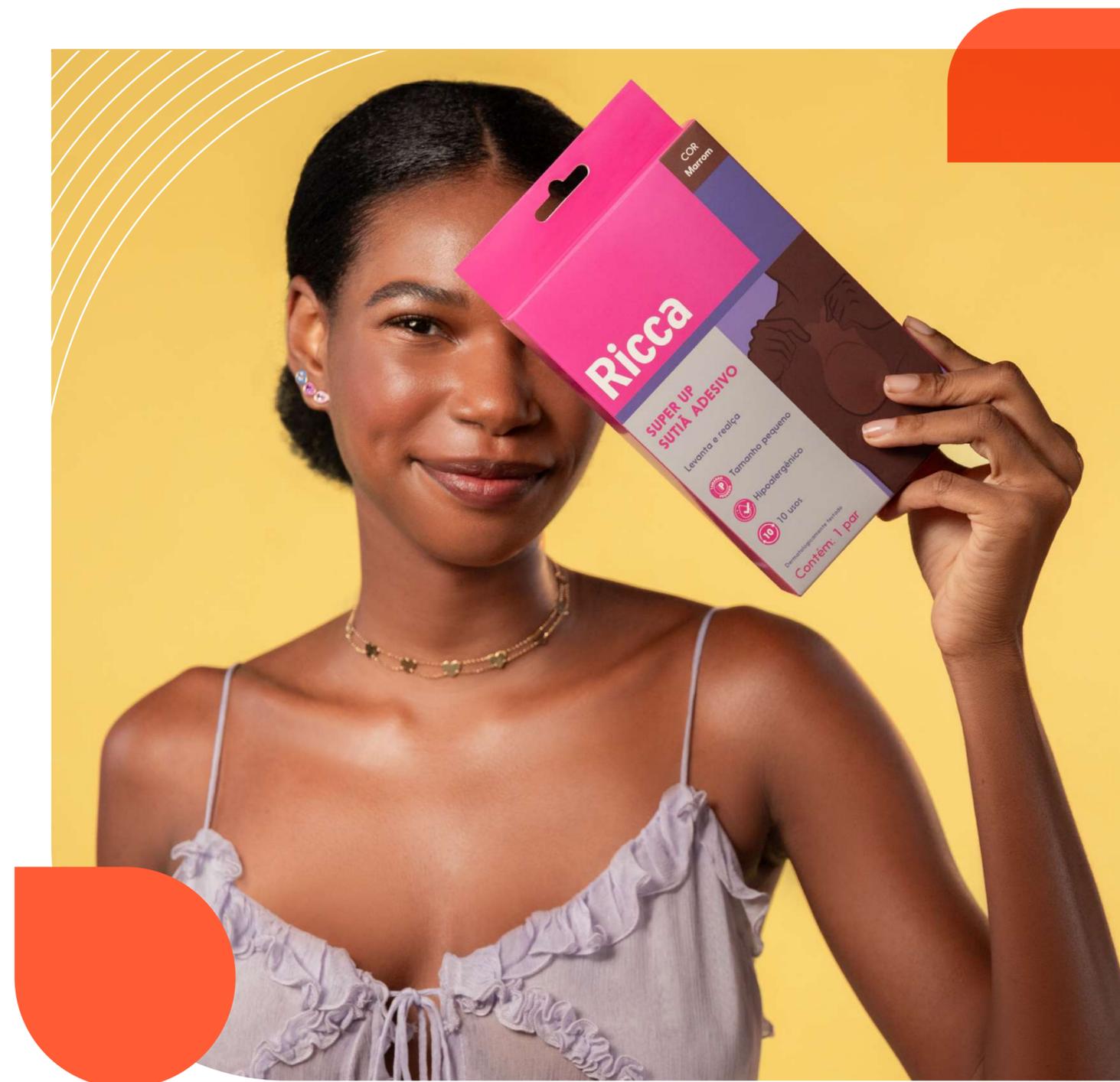
Mas após um ano de operação, o e-commerce ainda não havia ganhado tração, sinalizando a necessidade de ajustes na estratégia para impulsionar o site e atingir as metas estabelecidas.

Entre os principais desafios enfrentados estava o **aumento da visibilidade das categorias foco do e-commerce**, para atrair novos consumidores. A marca buscava transmitir uma imagem que refletisse seu posicionamento mais maduro e alinhado às expectativas de seu público. No entanto, a comunicação do e-commerce não refletia plenamente a jornada e as dores dos clientes, resultando em uma desconexão entre

suas expectativas e a proposta da marca.

Outro ponto que prejudicava o crescimento era o **funil de vendas** do e-commerce, que não estava alinhado com a jornada de consumo. A falta de uma estratégia bem definida limitava a visibilidade e relevância do site, impactando tanto as vendas digitais quanto o desempenho no varejo físico.

Com esse cenário, ficou claro que o e-commerce precisava de uma transformação para se conectar com a realidade e as necessidades dos consumidores. A escalada digital e o crescimento da marca dependiam de uma reestruturação estratégica, capaz de colocar o cliente no centro da jornada e fortalecer a presença do Mundo Ricca no ambiente digital.



Brandformance e o cliente no centro

Com os desafios de gerar identificação com os consumidores e crescer no digital, a **Nação Digital** iniciou um trabalho integrado de *brandformance* no e-commerce de **Ricca**. Esse enfoque combinou o fortalecimento da marca com performance de vendas, mapeando detalhadamente a jornada do consumidor, suas dores e necessidades, e conectando essas descobertas aos produtos certos.

Desde o início do projeto, em 2022, a estratégia envolveu planejamento, testes e estruturação de campanhas com precisão, garantindo uma base sólida para o crescimento.

Um dos grandes desafios iniciais era a escalada do ROAS que, com o apoio da **Nação Digital**, a meta estipulada foi alcançada já nos primeiros meses de projeto. Esse resultado foi fruto de um trabalho minucioso, que incluiu diversos testes para identificar os gatilhos corretos do público e definir as campanhas recorrentes, bem como uma abordagem detalhada de remarketing.

Nos três primeiros meses de projeto, a operação do e-commerce foi completamente estabilizada, e os ajustes começaram a mostrar resultados. Isso só foi possível devido à elaboração de um planejamento

completo, que abrangia desde o topo do funil até as ações táticas para garantir que o e-commerce tivesse uma presença consistente em todas as etapas de compra.

Um marco importante na estratégia foi a campanha lançada em setembro de 2023, que vigorou até abril do ano seguinte. Focada em reposicionar a marca, a campanha apresentou quem é **Ricca** por meio de comunicações voltadas à jornada de skincare, com ênfase em prova social e conteúdos gerados por influenciadores e consumidores (UGC), que mostravam a eficiência dos produtos.

Com essa abordagem, foi possível despertar um maior desejo do consumidor pela marca, acompanhado por um aumento da curiosidade nas etapas iniciais de contato. Isso se evidenciou através de um CTR crescente, da otimização do CPC e de um aumento de 220% no engajamento com os conteúdos, resultando em um impacto direto nas vendas, que triplicaram.

Hoje, o projeto avançou para outras frentes, contemplando Conteúdo, CRM e Criação, com profissionais dedicados à marca para atuação em novos canais.



“

O resultado é incrível quando unimos alguns ingredientes: um cliente afim de fazer acontecer, uma agência 100% comprometida com o sucesso do projeto e a estrutura necessária para que tudo que foi planejado saia do papel. Esse trabalho em conjunto é o segredo. Todo plano precisa ser adaptado ao longo do projeto, e essa parceria é o que faz a diferença.

”

Rodrigo Martucci,
CEO da Nação Digital

Resultados consolidados para o crescimento sustentável

Dentre os principais resultados obtidos em um período de 8 meses, destacam-se:

Análise de dados e insights

O acompanhamento detalhado dos principais KPIs permitiu o ajuste das campanhas em tempo real, aumentando sua eficácia. A análise de dados foi fundamental para entender o comportamento do consumidor em cada etapa do funil.

Colaboração e comunicação

A comunicação constante entre as equipes facilitou a troca de ideias e a resolução rápida de desafios. Essa colaboração criou um ambiente produtivo e dinâmico, garantindo que cada ação contribuísse para o crescimento do e-commerce.

Expertise em performance digital

O profundo conhecimento sobre estratégias de mídia paga e otimização de campanhas foi fundamental para que fossem escolhidos os canais, os formatos e as mensagens certas para cada etapa da jornada de compra.

146%
de alta nas sessões
promovendo mais
visibilidade e oportunidades
de vendas.

Crescimento de
286% no CTR
ampliando o potencial
de conversão

Aumento de
158% no ROAS
gerando maior receita
por real investido

Redução de
57% no CPC
alcançando mais com
o mesmo orçamento

Redução de
10% no CPM
otimizando a
distribuição de mídia



“

Os resultados foram um sinal claro de um trabalho estratégico muito bem executado, otimizado e vencedor. A Nação Digital trouxe novas abordagens e tendências do mercado, permitindo que as nossas campanhas se destacassem e alcançassem o público de forma mais impactante. A expertise sobre estratégias de mídia paga, otimização de campanhas e geração de insights permitiram que, juntos, pudéssemos fazer escolhas de canais, formatos e mensagens para cada etapa da jornada, além da resolução rápida de desafios.

”

Joyce Pedroso Leite,
Gerente de mídia e e-commerce
de Belliz Company

“

A parceria entre a FCamara e a Ricca foi um marco estratégico na transformação digital da marca. Unindo branding e performance, o projeto integrou estratégia de marca, inteligência de mercado e uma abordagem centrada no cliente para impulsionar resultados significativos. O impacto foi evidente em todos os indicadores de negócio, com melhorias expressivas em mídia e performance de vendas. Esse projeto destacou o potencial do brandformance como uma alavanca poderosa para a digitalização da indústria, ao alinhar o fortalecimento da marca com a maximização do desempenho comercial.

”

Gil Bezerra,
COO de Belliz Company



Por que o ecossistema FCamara?



NPS 2024:
72.9



Nota 8.5 na
satisfação
dos clientes



Nota 9.0 para
compreensão
dos desafios
de negócio

Sobre a FCamara

A **FCamara** é um ecossistema de tecnologia e inovação que transforma adoção de jornadas digitais em valor para os negócios. Seu ecossistema contempla a orquestração de jornadas ponta a ponta e um conjunto de competências que permitem desenvolver iniciativas sem partir do zero, por meio de uma abordagem personalizada, flexível e centrada na cocriação das melhores estratégias de geração de valor.

Com alta especialização em setores como varejo, saúde e mercado financeiro, suas soluções impulsionam a aceleração de receitas, elevam a eficiência operacional, ativam novas fontes de receita e criam projetos de impacto, contando com um núcleo de Inteligência Artificial (IA) que promove a adoção eficiente e integrada dessas tecnologias.

Sobre a Nação Digital

A **Nação Digital** é uma empresa especialista em Digital Commerce e geração de demanda para empresas B2B. Sua equipe é obcecada por resultados.

A Nação Digital faz parte da **FCamara**, um dos maiores grupos de tecnologia e inovação do Brasil. Um ecossistema que potencializa o futuro de negócios, integrando visão estratégica com execução inteligente, lado a lado com os clientes, para proporcionar experiências transformadoras.



FCamara



E você, quer apoio para traçar ações e estratégias para turbinar seus resultados digitais?

Marque uma conversa com um **especialista da FCamara!**