



Pix

Oportunidades para o Varejo



HSR
Specialist Researchers



Lançado oficialmente em outubro de 2020, o Pix foi apresentado aos brasileiros como um meio de pagamento eletrônico “**instantâneo, gratuito e seguro**”.

Em Novembro de 2020, somente **1 mês após o lançamento**, e já em pleno funcionamento, atingiu **40 milhões de usuários**.

Em 6 de outubro de 2021, o Pix alcançou o **recorde de 45 milhões de transações** em um único dia movimentando mais de **25 bilhões de reais**.

As transações via PIX já são superiores ao número de transações via TED e DOC.

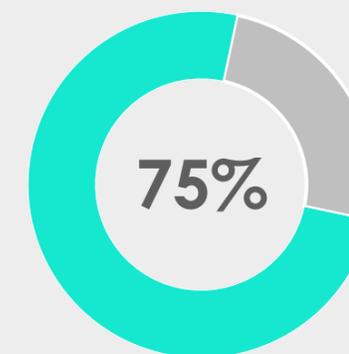
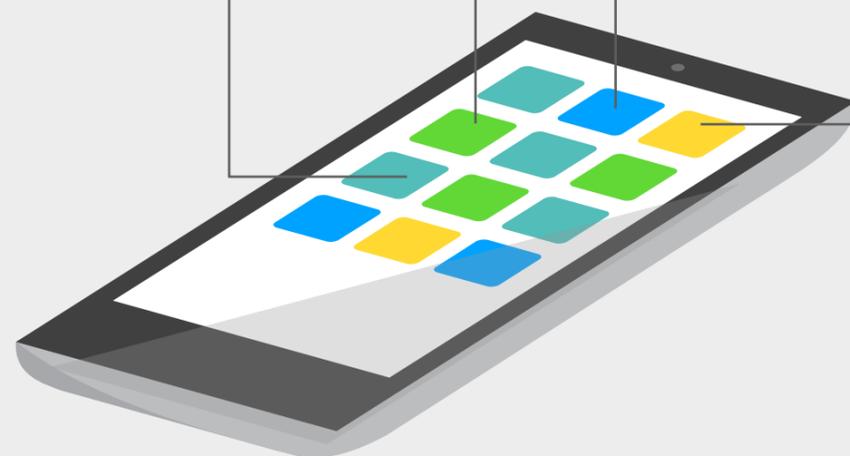
Os números do PIX

110 milhões
de usuários

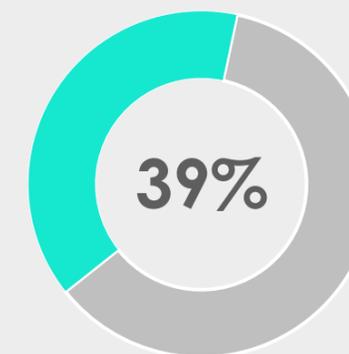
970 milhões
de transações
em setembro
2021

330 milhões de
chaves cadastradas

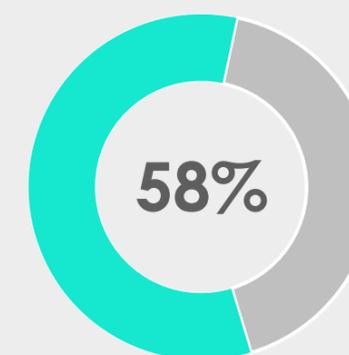
**480 milhões de
reais** em transações
em setembro 2021



das transações são P2P



dos usuários tem entre
19 e 29 anos



Das transações estão
concentradas no Sul e
Sudeste

<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/estatisticaspix>
(dados atualizados até setembro 2021)



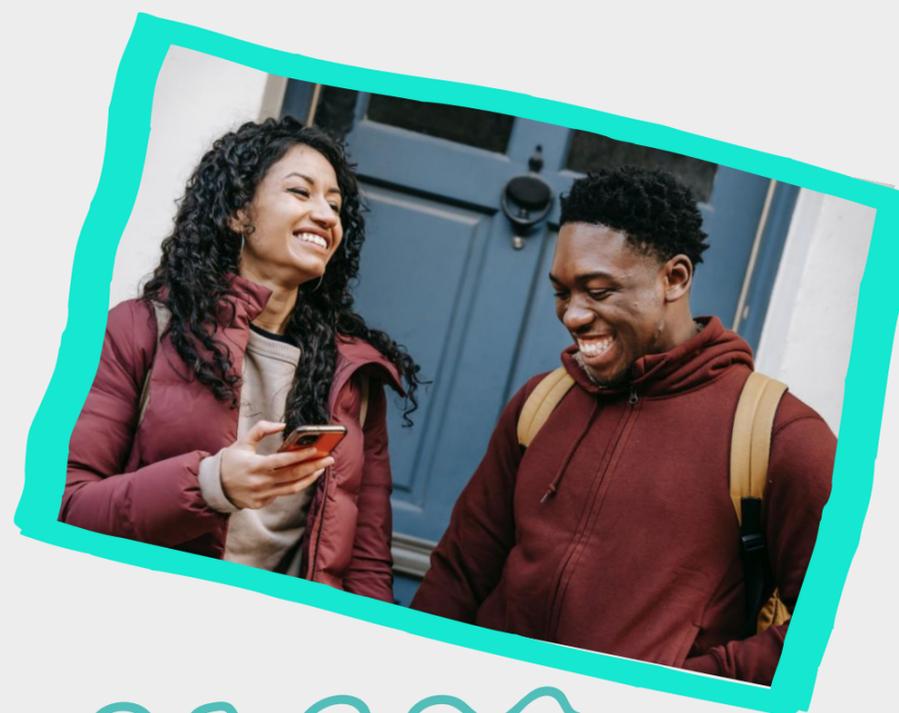
Sobre o nosso estudo

Testamos, junto aos brasileiros, qual o interesse em utilizar as novas funções do PIX anunciadas pelo Banco Central

1.346 Entrevistados via painel online



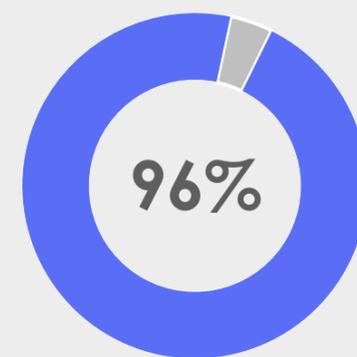
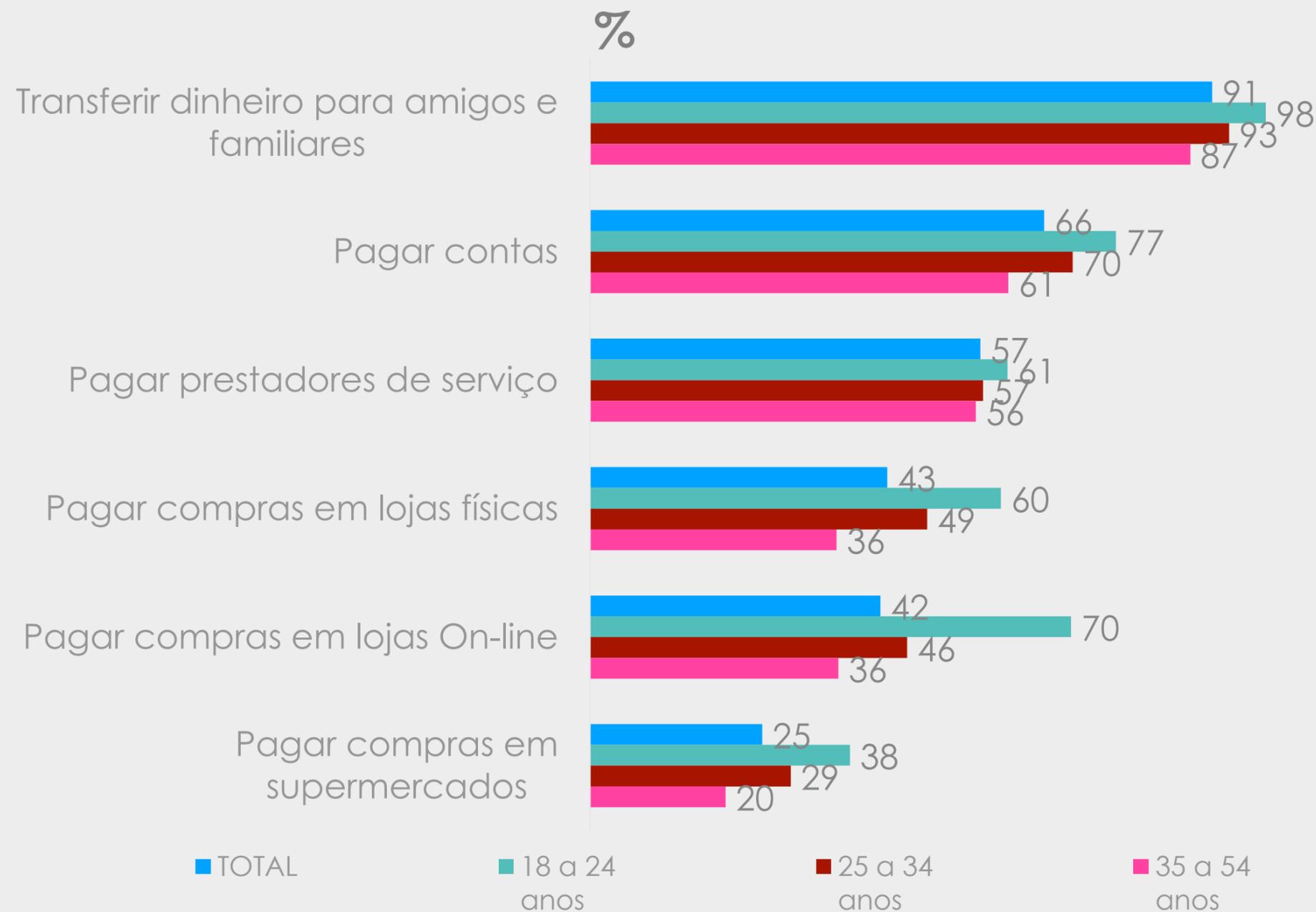
- Homens e Mulheres
- 18 a 50 anos
- Classe ABC
- Pop. Brasil



Funções testadas:



Além de transferência para amigos e familiares, o PIX está se tornando um importante meio de pagamento de compras



dos entrevistados possuem PIX

Jovens de 18 a 24 anos são os que mais utilizam o Pix para compras e pagamento de contas

As novas funcionalidades PIX testadas

Empréstimos online

Pix Saque

permitirá o saque de dinheiro em estabelecimentos comerciais

Pix Troco

Permite fazer uma compra com um valor maior que o da transação e receber o troco em dinheiro do comerciante

Apresentamos as ideias e perguntamos qual o interesse do usuário em utilizar as novas funcionalidades do PIX

Pix Agendado

para pagamentos programados.

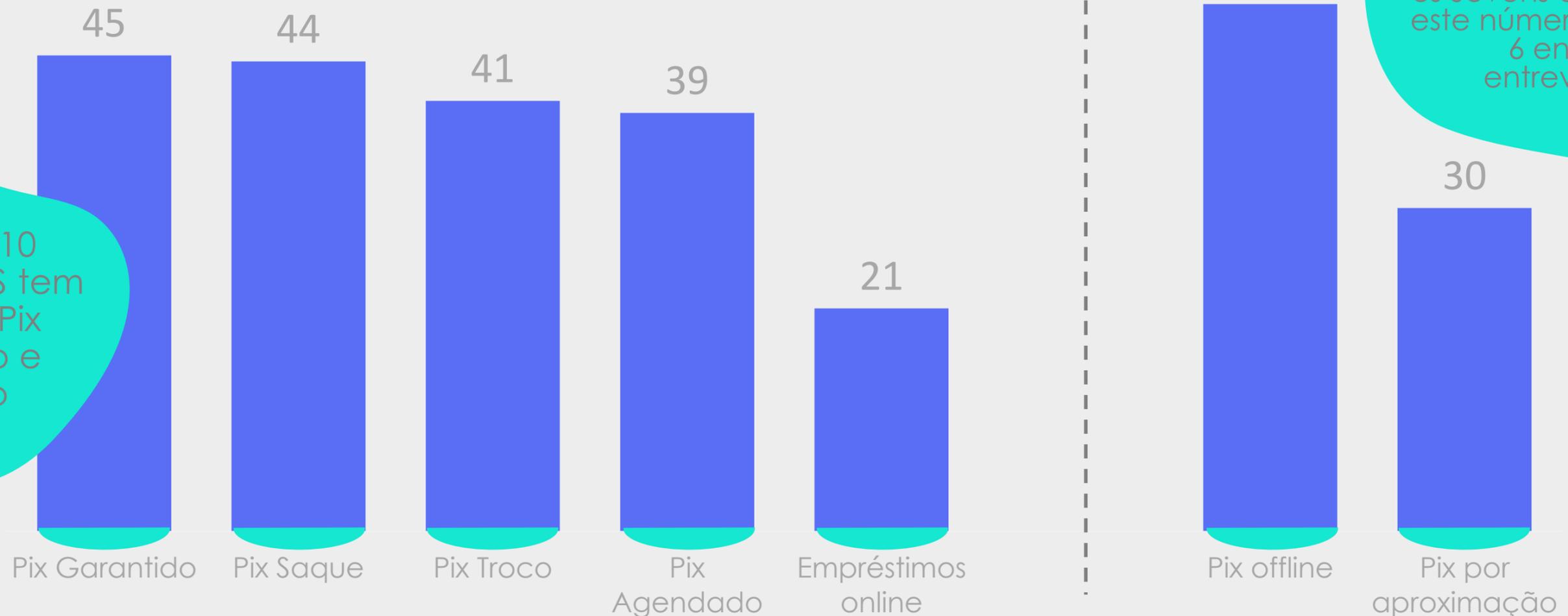
Pix Garantido

Viabiliza pagamento parcelado

Pix offline e Pix por aproximação

Quais funcionalidades os usuários PIX tem maior interesse

Interesse em utilizar (%)

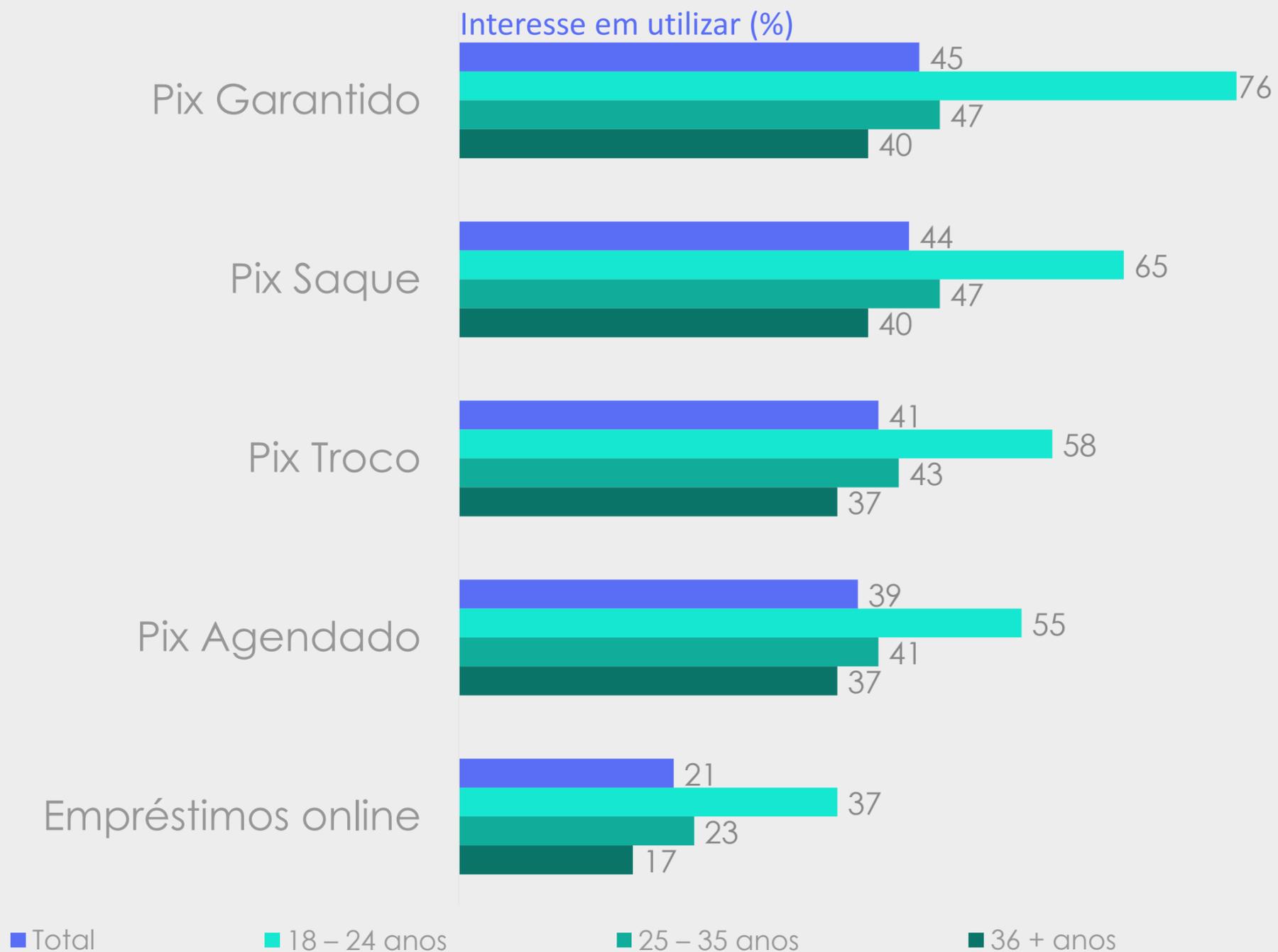


4 EM CADA 10 ENTREVISTADOS tem interesse no Pix Saque, Troco e Agendado

O Pix offline gera interesse em 5 de cada 10 entrevistados, Entre os Jovens e a Classe C, este número sobe para 6 entre 10 entrevistados

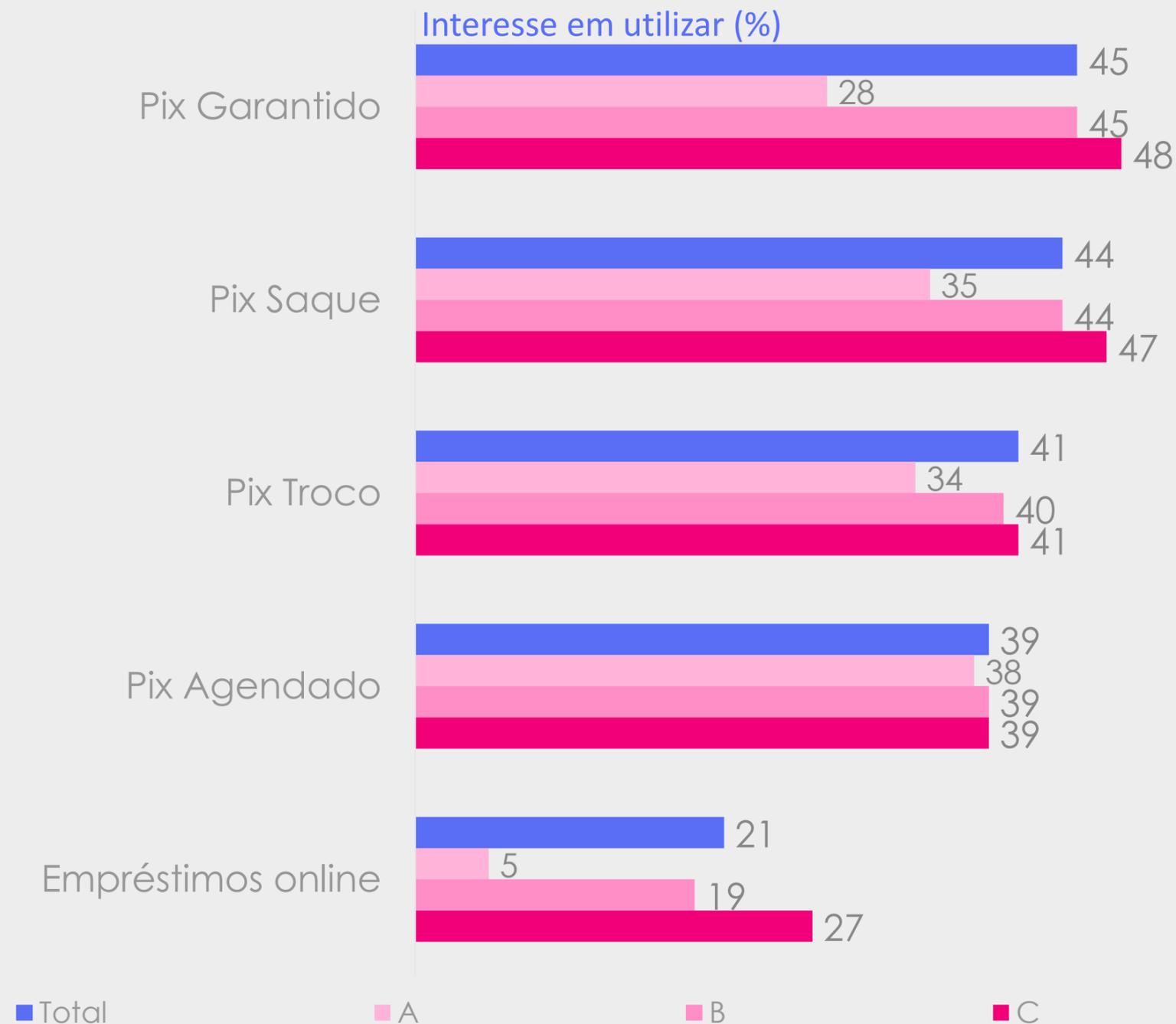


Jovens demonstram muito interesse em todas as novas funcionalidades do Pix



Com exceção do empréstimo online, as funcionalidades apresentadas geram interesse em 4 entre 10 usuários

Classes B e C demonstram muito interesse em novas funcionalidades do Pix



3 Oportunidades do PIX para o Varejo

Experiência do cliente

Possibilidade de **oferecer um meio de pagamento rápido e seguro** ao seu cliente.

A **confirmação de pagamento é imediata**. Sem tempo de espera para aprovação no físico e online.



Custos Operacionais

Sem a intermediação dos bancos e cartões de crédito, **o PIX tem custo operacional menor**, o que possibilita aumentar a margem do varejista ou **oferecer descontos aos seus clientes**.



Acesso ao crédito

As novas funcionalidades, PIX Garantido, Troco e Empréstimo, trazem, **principalmente para Jovens e Classe C**, o acesso ao crédito. Para o varejista significa a oportunidade de ampliar sua base de clientes.





A MEMBER OF

HSR
Specialist Researchers

Sobre a Shopper Experience

Pesquisa de Mercado



Somos especialistas em gente.
GENTE que vive experiências, que opina, que compra, que avalia, que gosta e desgosta, que tem voz nas redes sociais.
GENTE que transforma o mundo com suas opiniões

I N S P I R I N G T H E
N E X T S T E P



A MEMBER OF
HSR
Specialist Researchers

A Shopper Experience é associada ao movimento Capitalismo Consciente





Formada por Especialistas
com mais de 20 anos de
experiência
Membro da HSR Specialist
Researchers – Maior Grupo
independente de pesquisa de
mercado do Brasil
Presença LATAM em
16 países



Entrevistas realizadas anualmente

320K NPS e Satisfação

15k Avaliações cliente oculto e auditoria

230K Brand & Communication

10K Testes de produto

10K Reconhecimento Facial



A MEMBER OF

HSR
Specialist Researchers

Soluções Completas



- Metodologias Ágeis
- Qualitativas e Quantitativas
- Workshops com uso de metodologia MESA

Time Multidisciplinar



- Futurólogos
- Cientistas de dados
- Marketeiros
- Sociólogos
- Antropólogos
- Psicólogos
- Semióticistas
- Neuro Cientistas

Tecnologia aplicada



- Mobile Research
- Mobile Ethnografia
- Comunidade on line
- Eye Tracking
- Gamification
- Neurociência
- Face Recognition

Painéis Exclusivos



Mais de **100 mil** clientes ocultos cadastrados
Pessoa Física e Jurídica
Presença em **1832 cidades** em todo o Brasil

CUSTOMER EXPERIENCE

- Cliente Oculto e Auditoria de PDV
- NPS e Satisfação
- Análise de Causa Raiz
- Mapeamento de Jornada
- UX e Website Usability
- Shopper Understanding
- Decision Tree



INSPIRING THE NEXT STEP

PRODUCT EXPERIENCE

- Testes de conceito
- Testes de produto
- Testes sensoriais
- Hábitos e atitudes
- Elasticidade de Preço
- Conjoint Analysis



CREATING THE FUTURE

BRAND EXPERIENCE

- Posicionamento de marca
- Recall de Marca
- Teste de Comunicação



SUPERCHARGING BRANDS

Metodologias Experience

PEOPLE FIRST

Obrigada!



valeria.rodrigues@shopperexperience.com.br



HSR
Specialist Researchers