

banQi

CASASBAHIA

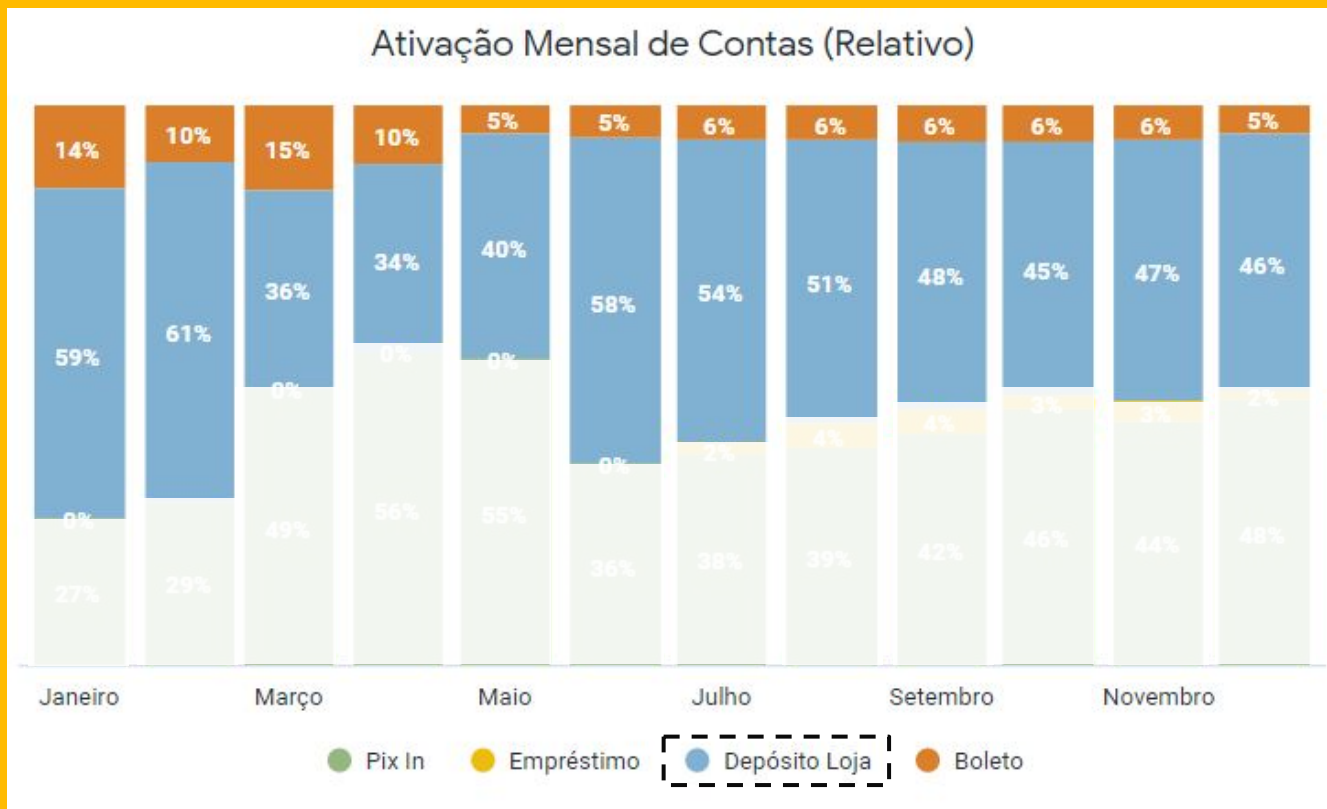
Discovery

Jornada de Aquisição do banQi nas lojas

UXR Team + Jornada do Cliente
ABRIL | 2022



Por que estamos aqui hoje?



Dados Looker - Ativação de Conta (Primeiro Depósito) - 2021

Em média:

48%

das contas banQi em **2021**, foram ativadas por meio dos Depósitos em Loja.

79.8%

das ativações foram feitas pelos Operadores de Caixa
(Ranking dos 500 ativadores principais nas lojas em 2021)



**OKRs
2022**



**Realidade
nas lojas CB**

Nasce uma pesquisa ✨

Mapear e evidenciar as
jornadas de aquisição,
nas lojas Casas Bahia,
identificando as **principais**
dores e oportunidades
para atuação do **banQi**.



Metodologia

Pesquisa de campo com **observação participante, shadowing e investigação contextual.**

Visitamos 5 unidades da Casas Bahia, na cidade de São Paulo.



Segunda-feira
Unidade Diadema



Quarta-feira
Unidade Paraisópolis



Sexta-feira
Unidade Lapa



Terça-feira
Unidade Vila Nova
Cachoeirinha



Quinta-feira
Unidade São Mateus



Principais elementos de uma jornada do usuário

1.

Pontos de contato

Interação do usuário/
cliente/ator **com a**
empresa: humana,
interativa ou estática.

2.

Linha do tempo

Etapas de uso:
antes, durante e
depois.

3.

Análise de interações

O que as
pessoas/atores
pensam, sentem e
fazem.

Principais descobertas

2 Jornadas identificadas

Jornada 1

Compra, oferta e ativação

Fluxo de uma nova compra e pagamento realizado com o banQi

Jornada 2

Depósitos e Pagamentos

Fluxo de pagamentos que podem ou não estar relacionados diretamente com o banQi

4 Principais atores



Operador de caixa



Vendedor



Gerente



Cliente*

**Similar a persona Fabiane, a cautelosa*

4 Principais pontos de contato



Espaço geral da loja



Mesas de atendimento



Sistemas de apoio Desktop e Mobile



Fila

Jornada 1

Compra, oferta e ativação

JORNADA PADRÃO

Fluxo de uma nova compra e pagamento realizado com o banQi

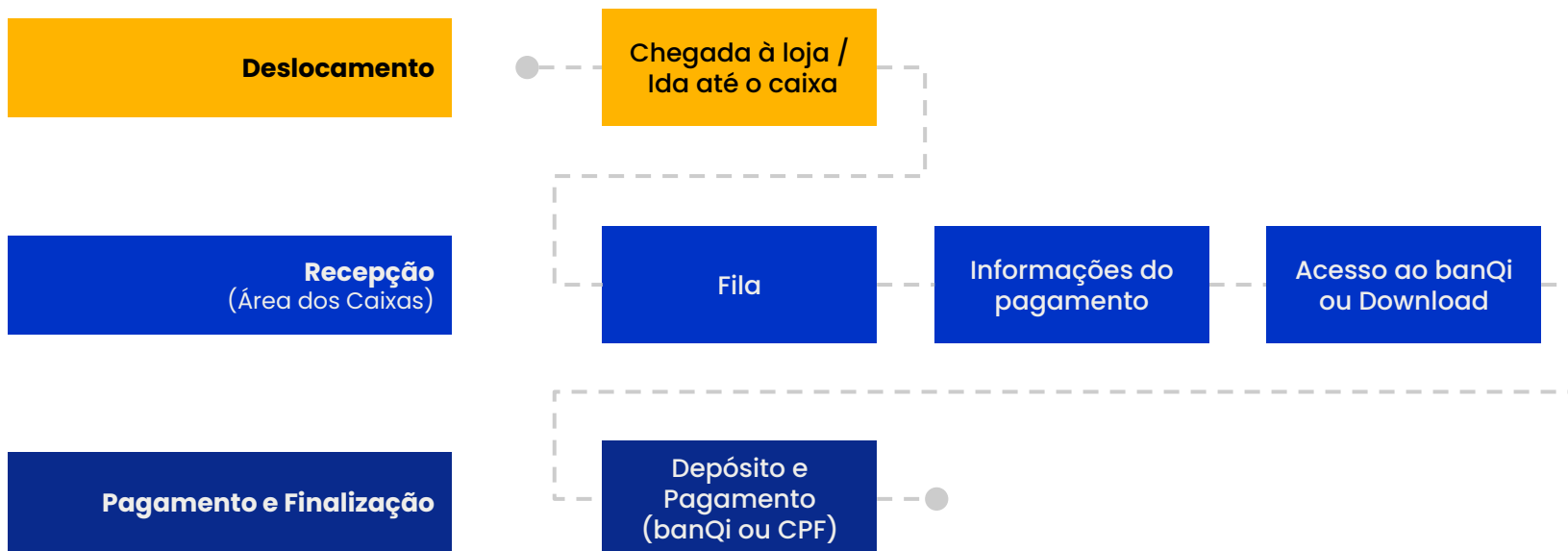


Jornada 2

Depósitos e Pagamentos

JORNADA FLASH

Fluxo de pagamentos que podem ou não estar relacionados diretamente com o banQi



Principais atores: Operadores de Caixa

Relações e conexões



Conexões

Colegas de trabalho;
Gerentes de loja;
Coordenadores da
área; **Familiares**;
Clientes



Objetos

Celular pessoal,
Computador, Sistema
de Carnês, **Pastas com
xerox de flyer banQi e
controle de meta
manuais**, Controle de
televisão, Brindes
corporativos.



Principais características

**Pró-ativos, buscam formas
criativas de lidar com os
problemas.**

Pessoas esforçadas que muitas vezes
ficam inseguras e preocupadas com
temas que podem ser resolvidos com
apoio e informação.

Formas de fazer as coisas



Oferta banQi

Cashback carnês;

Pagar através do app;

Pagar na loja com CPF;

Possibilidade para
imprevistos com
Bradesco.



Atividades

**Instalar o banQi para o
cliente;** Realizar outros
pagamentos; Fazer a
montagem de carnês
impressos; Rotear a
própria internet para o
cliente.

Modelos Mentais



Pensamentos

Clientes mais velhos
sempre precisam da
minha ajuda

**As pequenas quantias
do bônus de ativação
são relevantes**

Sentimento de
desamparo em relação
ao atendimento banQi



Auto percepção

**Faço o que posso mas
certas coisas estão
fora do meu controle.**

É preciso lidar o dia a
dia com leveza mas ao
mesmo tempo com
muita atenção.

Pontos de atenção

O nível de abertura ao diálogo pode estar condicionado a pressão sobre o
batimento de metas, tamanho da área de trabalho e relação com os colegas.

Medo de ser expor e risco de ser prejudicada

Muitas vezes o cliente não sabe que está instalando um app de conta digital, como
o operador faz todo o processo, fica mais difícil impactar esse cliente

**Caso o banQi apresente algum travamento que retenha dinheiro do cliente, o
valor é descontado do bolso do operador**

Relações e conexões



Resoluções personalizadas

**Emprestar celular na
fila para receber o
código SMS;** Definir
senha padrão para o
cliente; Ativar o banQi
para a família; Oferecer
pagamento via banQi
contas Bradesco



Dores

**Responsabilização por
problemas do banQi;**
Não ter apoio na
resolução de
problemas; Não receber
bônus por falta de
ativação de conta;
Lidar com a fila e ajudar
na instalação do banQi,
Wifi da loja nem sempre
funciona, forma de
pgmt chega travada

Principais atores: **Vendedores**

Relações e conexões



Conexões

Colegas de trabalho; Gerentes de loja; Coordenadores da área; **Familiares**; Clientes; Consultores de marcas (Ex: Tim e Electrolux).



Objetos

Celular corporativo; **Computador (Tela grande facilita mostrar dados para o cliente)**; Trena; Canetas e brindes corporativos.

Modelos Mentais



Pensamentos

Entre ajudar com o app banQi e perder venda é mais relevante vender

Foco em conquistar o cliente e o operador apresentar o banQi

Se eu precisar de ajuda com o banQi me apoio no gerente



Auto percepção

Meu papel é oferecer possibilidades para o **cliente**, ele é **livre pra decidir** o que quer.

Principais características



Colaboradores fiéis a loja, tem em sua maioria um tempo considerável de atuação e já passaram por diferentes áreas.

No dia a dia usam diferentes técnicas de venda mas sempre pensando no que é ideal para o cliente. Quem de fato usa o banQi, gosta das funcionalidades e da praticidade que traz para o dia a dia.

Pontos de atenção

Muitos têm liberdade para fazer movimentos na carreira, podendo crescer de função na mesma loja ou migrar de uma unidade para outra.

Usam seu celular pessoal, mas com a chegada do smartphone corporativo fazem um uso diferente e mais restrito.

Os aplicativos da VIA são úteis mas pouco efetivos em comunicação.

Formas de fazer as coisas



Oferta banQi

Análise personalizada sobre a necessidade do cliente; **Levar o cliente até a mesa para oferecer o banQi** e falar mais das formas de pagamento.



Atividades

Entender a necessidade dos clientes; Conhecer os produtos da loja e interagir com os sistemas da VIA; Fazer treinamentos e orçamentos; Colocar músicas; **Ajudar na organização da loja.**

Relações e conexões



Resoluções personalizadas

Atendimento MeChamaNoZap; Oferecer o banQi na fila do caixa Bradesco; **Definir parede como a "Parede da selfie"**; Empréstimo celular de colegas para indicar o banQi, depois pedir transferência; Ativar o banQi com a família (Ajuda a bater meta).



Dores

Falta de tempo; Pouco movimento na loja atrapalha nas metas e no ritmo; Muito movimento na loja dificulta oferecer o banQi; Cobrança nas metas; **Cada tipo de produto ter um fluxo diferente do cliente**, linha leve por exemplo é impossível oferecer o banQi

Principais atores: **Gerentes**

Relações e conexões



Conexões

Liderados; Colegas de trabalho; Gerentes de outras lojas; Gerentes regionais-VIA e banQi; Demais áreas da loja.



Objetos

Roupas esporte fino como opção aos uniformes; Relógios grandes e imponentes (quando homens); Smartphone pessoal acaba para videoconferência; Fones de ouvido.

Modelos Mentais



Pensamentos

Apesar dos problemas maiores caírem no meu colo, nem sempre tenho como resolver, às vezes calo para falar com um robô, é como se não tivesse falando com ninguém.



Auto percepção

Sentimento de responsabilidade;

Tentar estar a frente

Falar pelos colaboradores.

Principais características



Comprometidos com os resultados e com grande espírito de equipe.

São vistos como resolutores para muitos colaboradores da loja.

Pontos de atenção

Fica difícil para os gerentes ter credibilidade em falar sobre o banQi quando não mantemos o funcionamento correto do app.

Formas de fazer as coisas



Oferta banQi

Empoderar os colaboradores com informações sobre o banQi e apoiar em estratégias alternativas.

Direcionar a ativação do banQi nos caixas de forma personalizada.



Atividades

Gerenciar e distribuir responsabilidades; Criar comunicações diárias nas ferramentas VIA e WhatsApp; Apoiar colaboradores em situações de imprevisto.

Relações e conexões



Resoluções personalizadas

Grupos no WhatsApp para comunicar com os colaboradores

Gincanas informais para incentivar o batimento de metas, como ganhar bombom, um dia de folga e UFC banQi no WhatsApp



Dores

Distribuir muitas atividades com o time reduzido; Não receber metas alinhada com o momento do país; **Não conseguir resolver problemas relacionados ao banQi; Não poder dar um feedback sobre erro para os colaboradores**

Principais pontos de contato

Espaço geral da loja

- Áreas de venda
- Produtos
- Banners e PDVs
- Caixas Bradesco



Principais pontos de contato



Mesas de atendimento

Vendedor

- Máquinas de cartão, documentos, flyers impressos, computador desktop, comunicação Bradesco

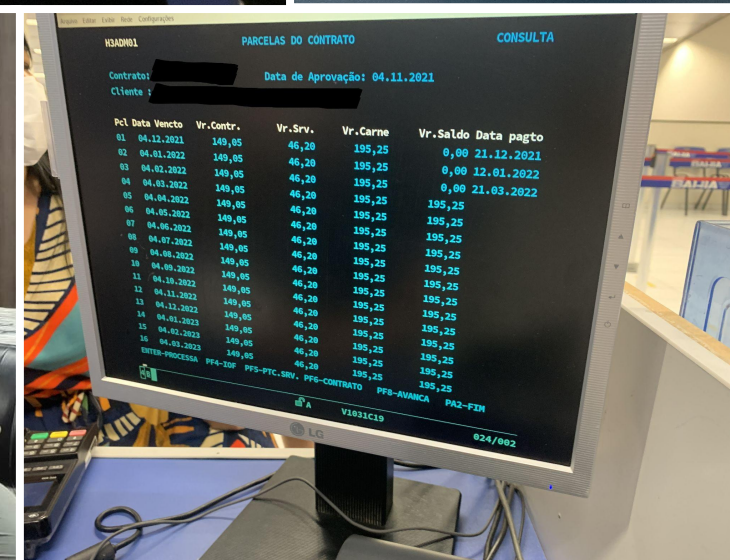
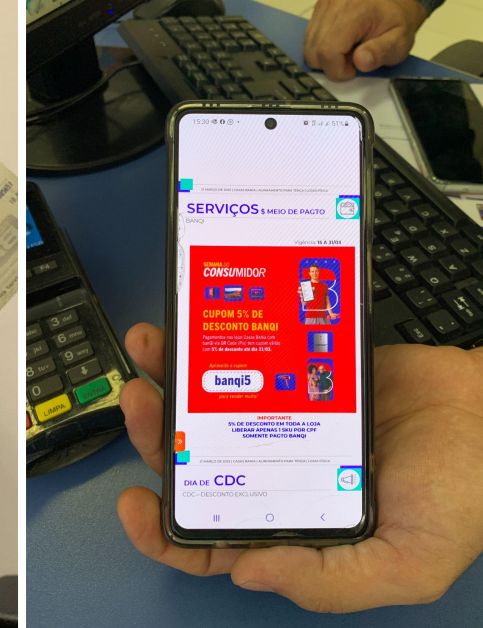
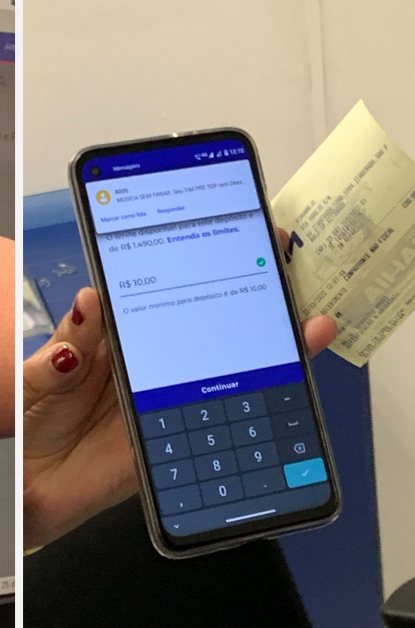
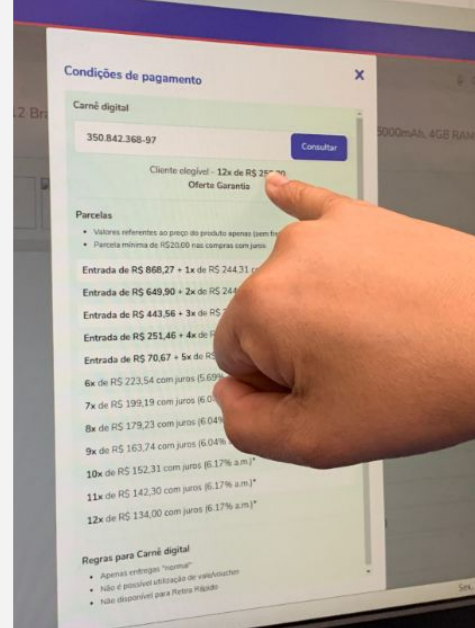
Operadores de caixa

- Máquinas de cartão, documentos, flyers impressos, computador desktop, sistema de impressão de carnês, sistema de pagamentos e bill, comunicação banQi

Principais pontos de contato

Sistemas de apoio Desktop e Mobile

- VIA+
- PECOM
- Vendedor Online
- VIA+ Mobile
- EVA
- WhatsApp
- banQi



Principais pontos de contato



Filas

- Área de espera em pé
- Cadeiras
- Televisão
- PDVs
- Sinalização dos caixas
- Outros clientes
- Smartphone

Jornada 1 | Compra, oferta e ativação

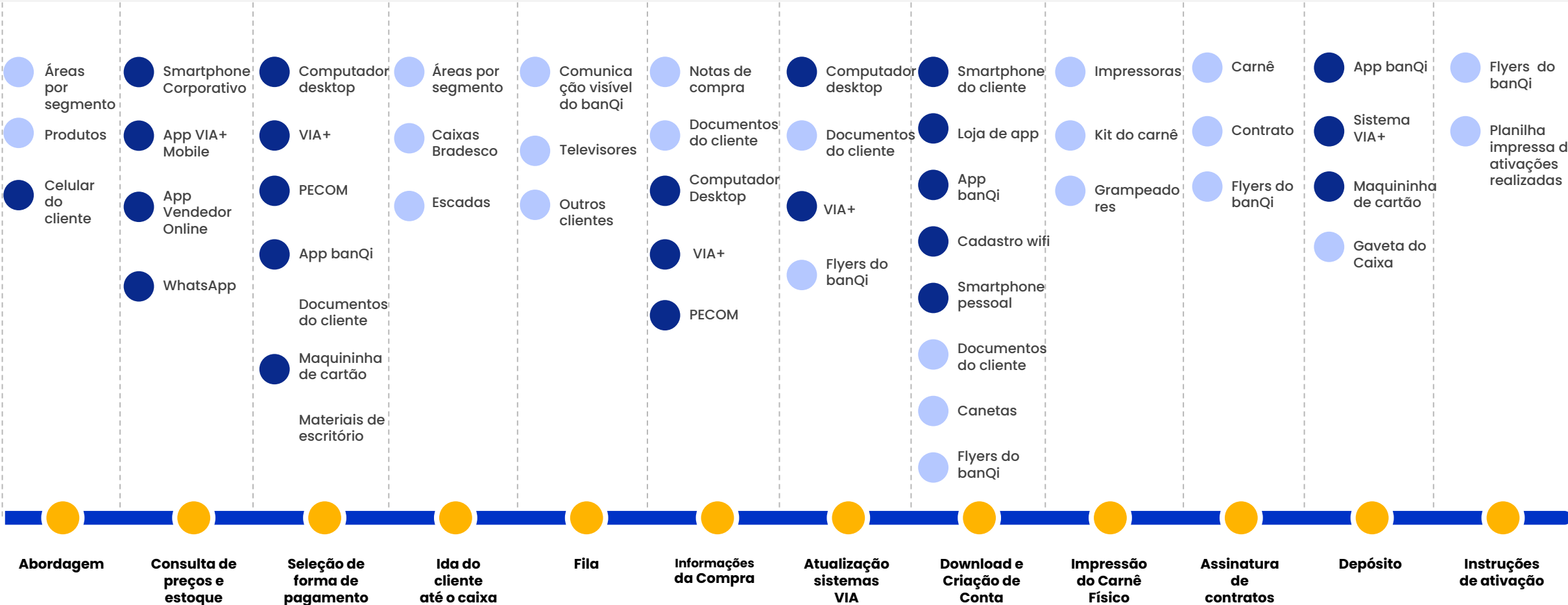
Pontos de contato em cada etapa

Físico

Digital

Apesar da loja ser um espaço físico, há predominância de interações digitais

61% digital vs. 38% físico



Jornada 1 | Compra, oferta e ativação

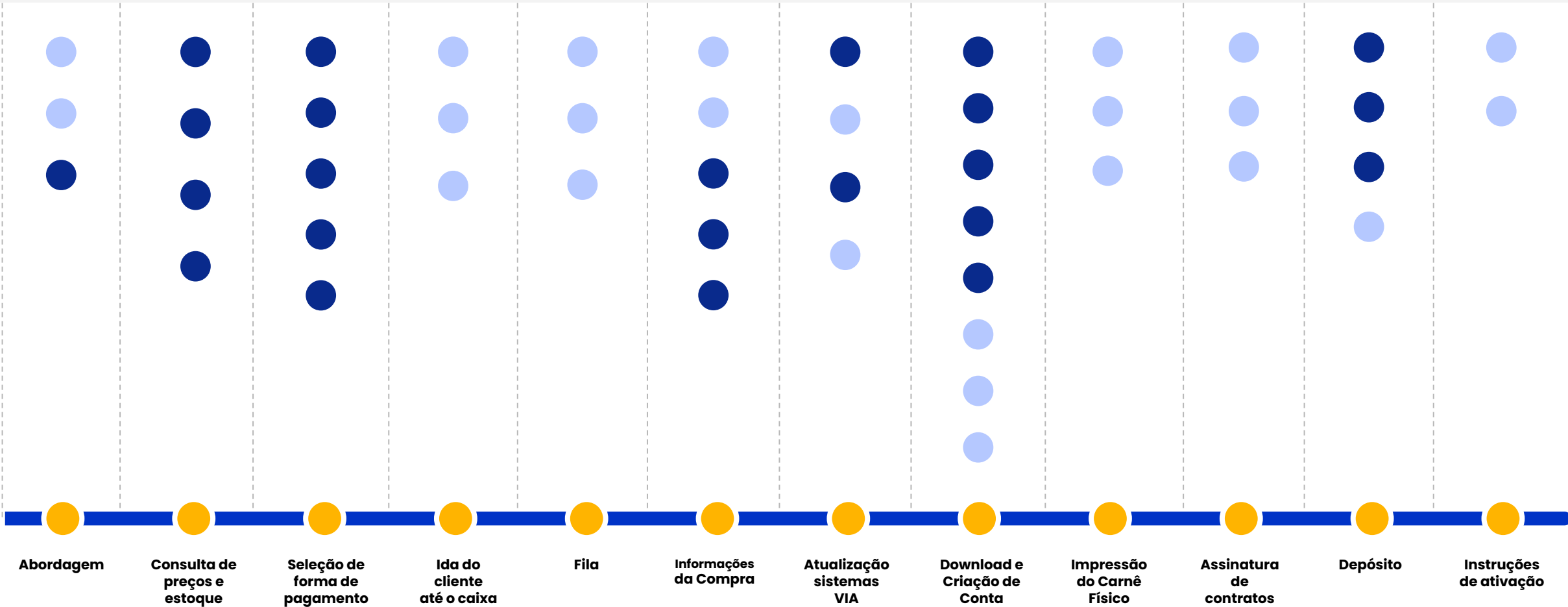
Pontos de contato em cada etapa

Físico

Digital

Apesar da loja ser um espaço físico, há predominância de interações digitais

61% digital vs. 38% físico (Somando pontos de contato que se repetem)



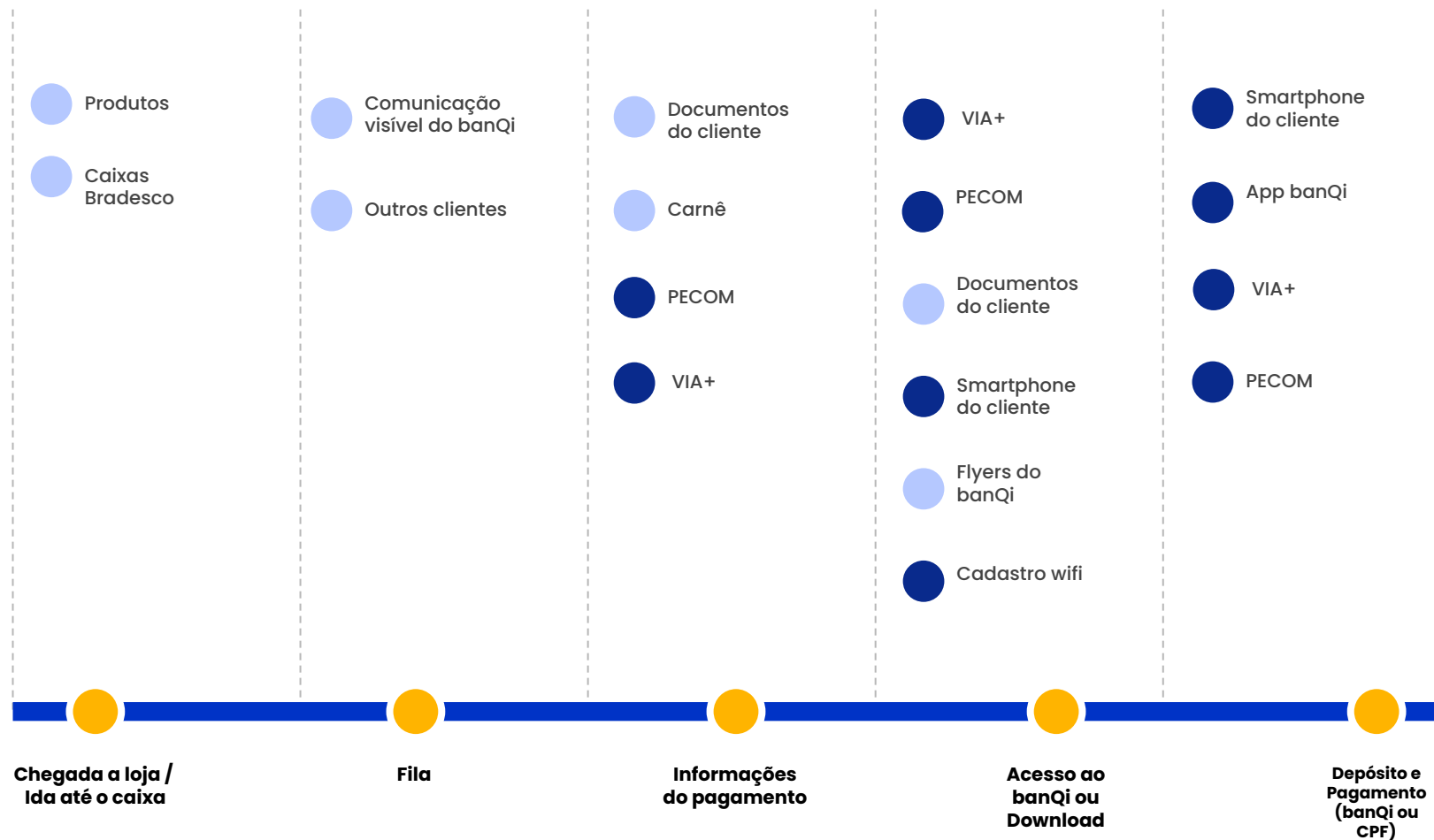
Jornada 2 | Depósitos e Pagamentos

Pontos de contato em cada etapa

● Físico ● Digital

A segunda jornada, mais curta e rápida, também tem predominância digital

55% digital vs 44% físico



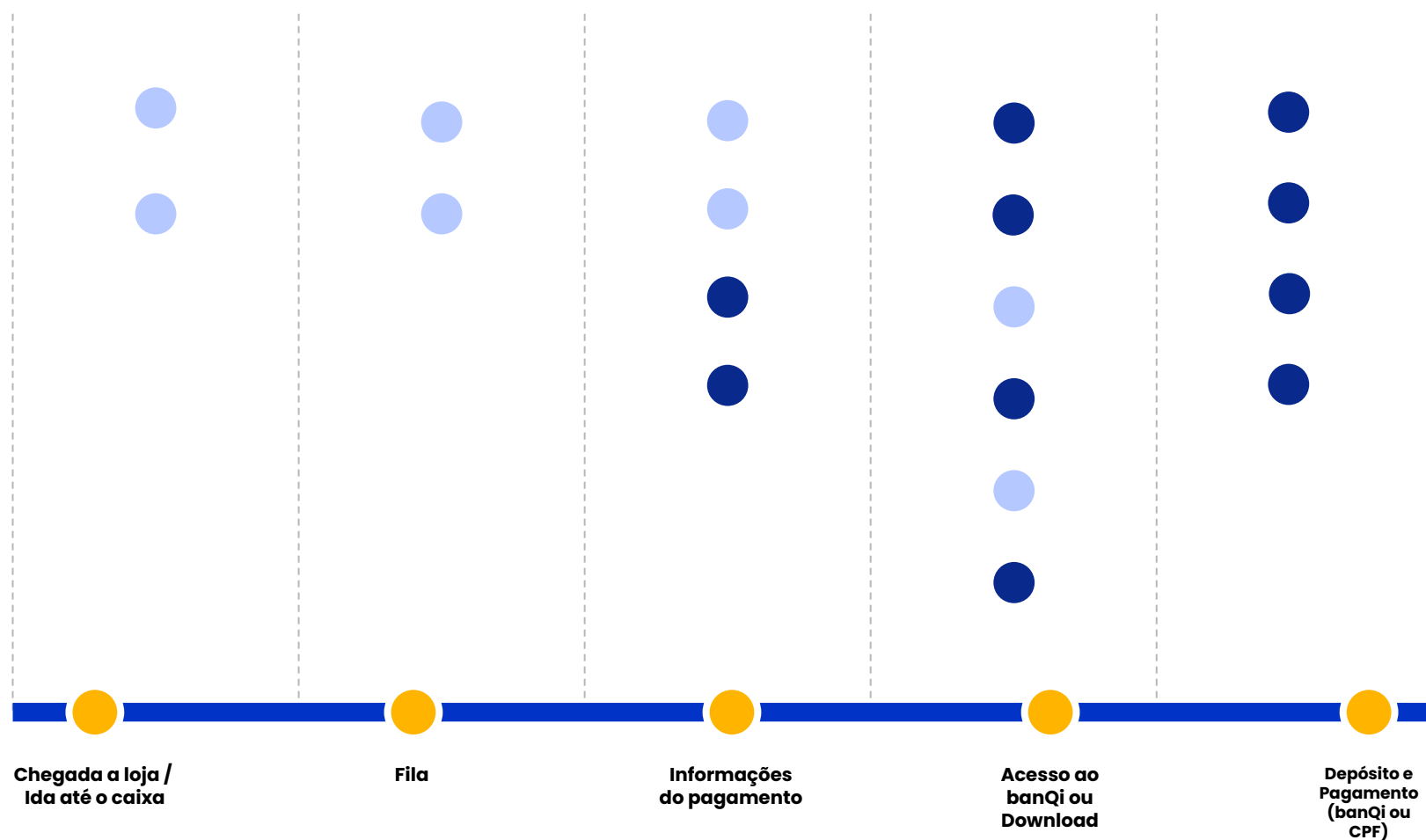
Jornada 2 | Depósitos e Pagamentos

Pontos de contato em cada etapa

● Físico ● Digital

A segunda jornada, mais curta e rápida, também tem predominância digital

55% digital vs 44% físico

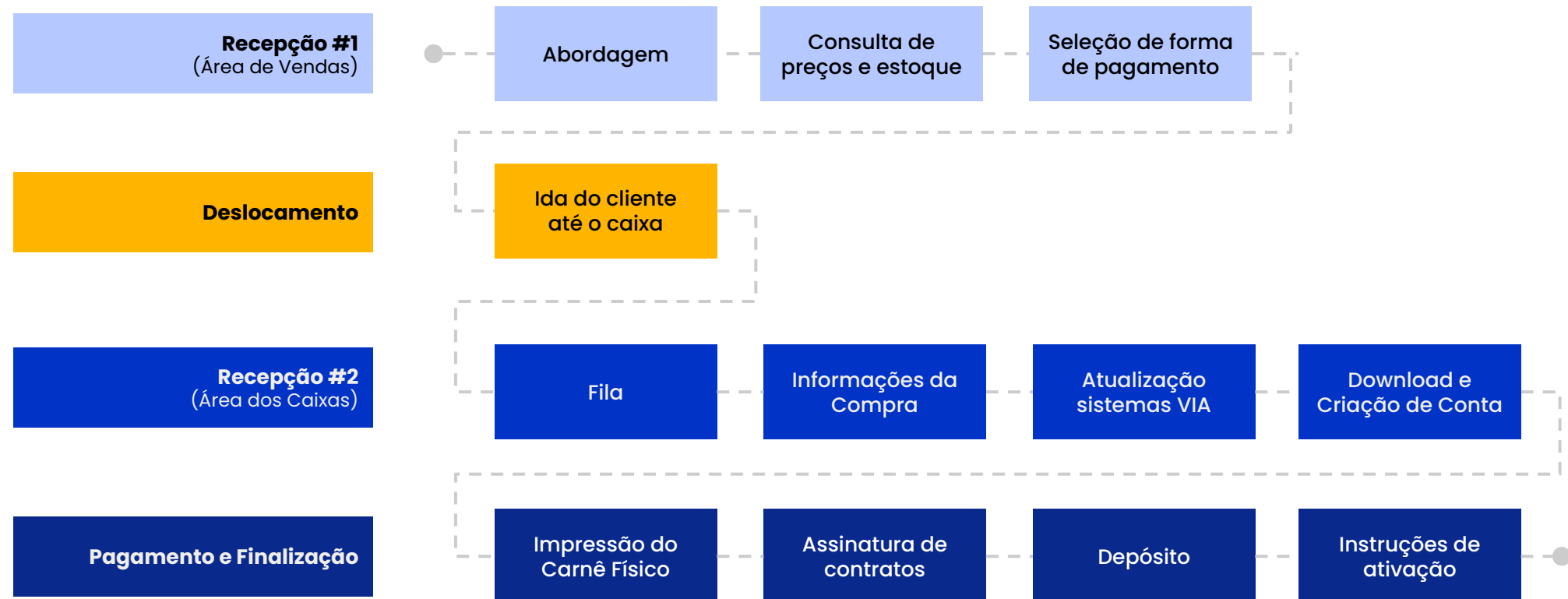


Jornada 1

Compra, oferta e ativação

JORNADA PADRÃO

Fluxo de uma nova compra e pagamento realizado com o banQi





Momento Recepção #1 (Área de Vendas)

Jornada 1
Compra, oferta e ativação

O que acontece nessas etapas?



O cliente chega na loja e o vendedor vai ajudá-lo



Eles **falam sobre os produtos** e em seguida vêm as **possibilidades de estoque e pagamento**.



A etapa de **seleção de forma de pagamento** acontece preferencialmente nas mesas de atendimento, pois cria-se uma experiência mais confortável para falar de valores.

Sentimentos e Expectativas

Não forçar o cliente;
User diferentes técnicas de abordagem.

Encontrar o melhor cenário para o
cliente pensando em produtos e
condições

Ajudar o cliente com o banQi é mais garantido
quando o pagamento vai ser à vista.

Pagar com dinheiro em espécie precisa ser no
caixa com número de matrícula.

As metas são as principais responsáveis pelo
sentimento de precisar ofertar o banQi ao
cliente.

Comentários

O que falam sobre Abordagem

"A abordagem é muito particular, nessa hora, prefiro não fazer pressão no cliente, eles demoram 3 horas para escolher um produto, mas vão embora em 1 minutinho"

O que falam sobre Consultas

"Dependendo da forma de pagamento, o produto não pode ser retirado no mesmo dia como em casos do Carnê Digital. Às vezes não tem estoque aí pedimos de outra loja, o cliente pode retirar aqui ou receber em casa, na maioria dos casos, preferem pagar uma taxa e retirar na loja desde que seja no mesmo dia."

O que falam sobre Pagamentos

"Se o cliente quer pagar à vista ou não quer esperar o prazo de compensação do boleto ou optar pela opção do PIX utilizamos o banQi nesse momento"

PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!



Principais Dores



Cliente com pressa,
impaciente e
imediatista



Barulho na loja



Prazo de entrega dos
produtos conforme
tipo de compra e
pagamento



Desaprovação de
boleto e
cancelamento de
compra



Comunicação
Bradesco competindo
com banQi (Ex: Mesas
dos Vendedores)



Falta de
comunicação entre
vendedor e operador
de caixa + tempo em
que o cliente fica nas
mesinhas antes de ir
para o caixa

PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!



Principais Dores



Cliente com press
impaciente e
imediatista



banQi não atua diretamente
nesses pontos



Desaprovação de
boleto e
cancelamento de
compra



Prazo de entrega dos
produtos conforme
tipo de compra e
pagamento



Falta de
comunicação entre
vendedor e operador
de caixa + tempo em
que o cliente fica nas
mesinhas antes de ir
para o caixa

Bradesco comp
com banQi (Ex: Mesas
dos Vendedores)

Principais oportunidades 🌟

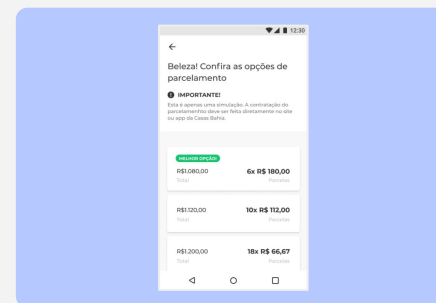


Landing Page banQi

Ferramenta para mostrar ao cliente no desktop (Destaque para atualizações regulatórias de limites)

Times que podem apoiar

Jornada do Cliente **Serv. Financeiros** **Riscos e Compliance**

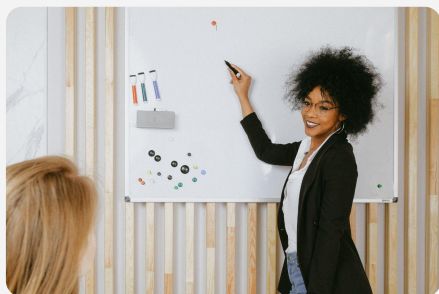


Treinamentos

Ressaltar o **simulador de parcelas CDC para vendas à distância**, caso o cliente vá embora e atenda via MeChamaNoZap

Times que podem apoiar

Jornada do Cliente **Crédito**

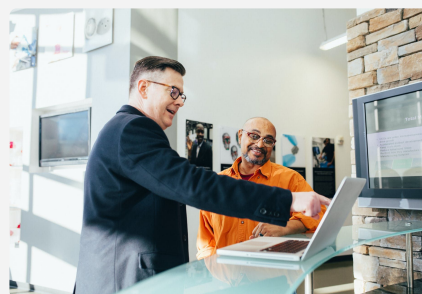


Treinamentos

Enquanto acontecem os carregamentos nos sistemas VIA, indicar **falar sobre o banQi** pois esse é um **bom momento**.

Times que podem apoiar

Marketing **Jornada do Cliente**



Gamificação

banQi oferecer treinamentos avançados de venda e comunicação

Times que podem apoiar

Marketing



Momento Deslocamento

Jornada 1
Compra, oferta e ativação

O que acontece nessa etapa?



Dependendo do **formato da loja**, a pessoa pode ter **mais ou menos locomoção**.

Em lojas de **dois ou mais andares**, o caixa fica sempre num **andar superior**, em lojas de um **único andar**, fica sempre aos **fundos**.

Sentimentos e Expectativas

Quando a loja está muito cheia, acompanhar o cliente até o caixa pode não ser viável.

O tempo gasto para acompanhar o cliente até o caixa é um tempo perdido.

Comentários

O que falam sobre Ida até o caixa

"Vou te acompanhar até o caixa [...] agora vou precisar descer, te deixo aqui com os meninos pois tenho muito o que fazer lá embaixo"

PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!



Principal Dor



Cliente se deslocar sozinho até o caixa



Principais oportunidades 🌟



Comunicação

Adesivar escadas para falar do banQi, cada degrau pode ser um dos nossos pilares ou propostas de valor.

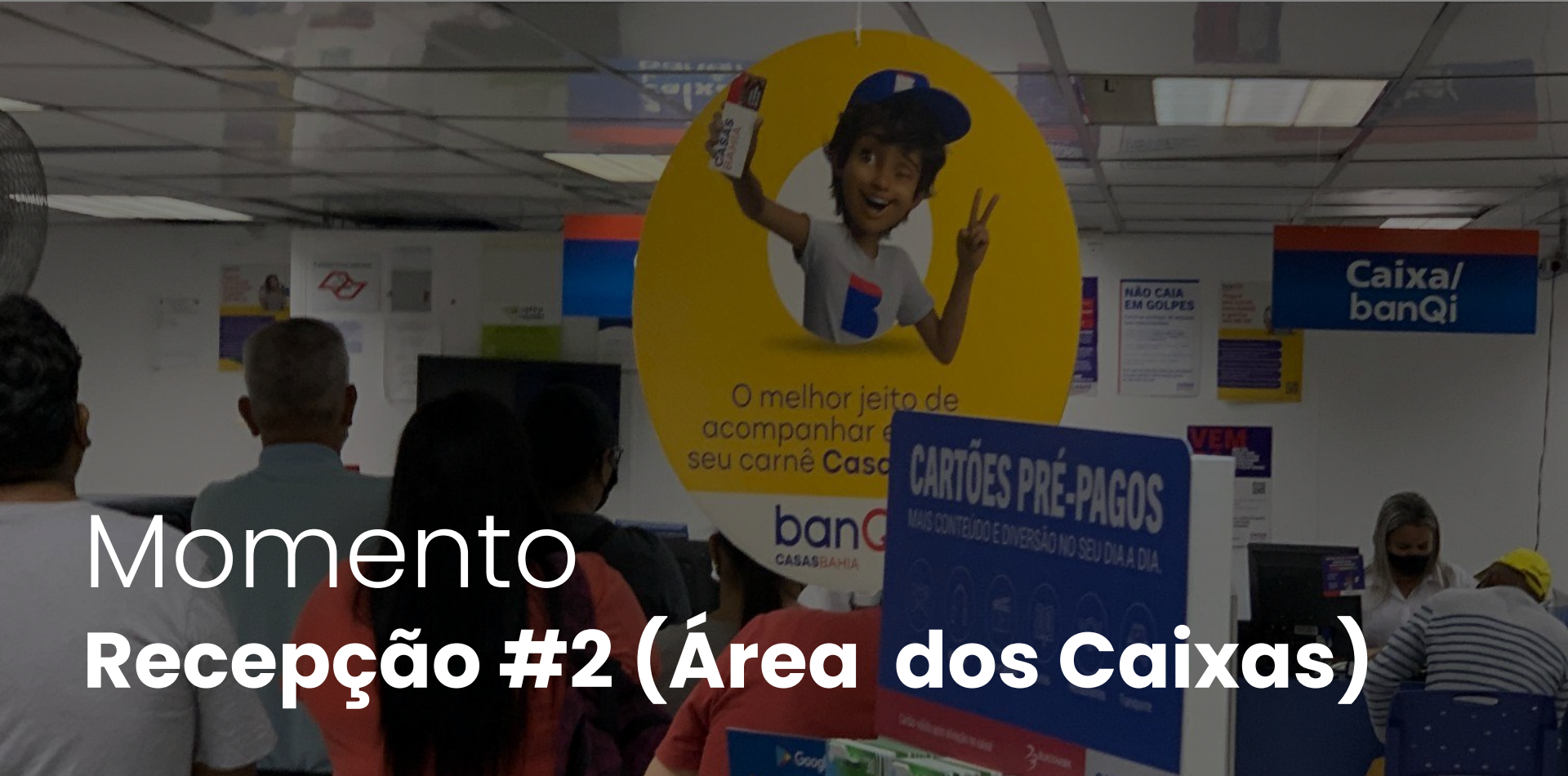
Times que podem apoiar
Marketing **Jornada do Cliente**



Treinamentos

Mapear riscos e encontrar alternativa para a estratégia personalizada que as lojas já fazem: **Oferecer o banQi** para pessoas que estão na fila do **Bradesco**.

Times que podem apoiar
Jornada do Cliente **Riscos e Compliance**



Momento Recepção #2 (Área dos Caixas)

Jornada 1
Compra, oferta e ativação

O que acontece nessas etapas?



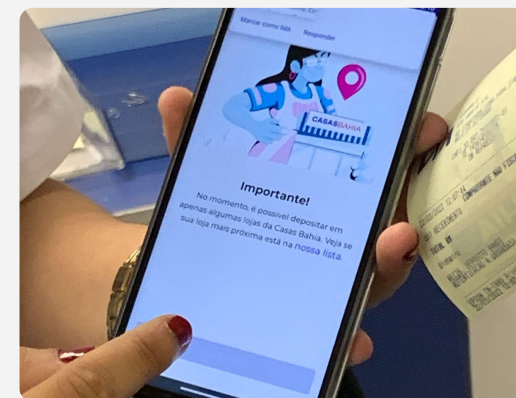
O cliente vai para a fila
aguardar
atendimento nos
caixas, podendo ser
em pé ou sentado



Fala o que precisa e
recebe atendimento



Há o uso de **ferramentas da**
VIA para **concluir a compra**
ou **transação** do cliente



sendo o **banQi** uma destas
opções.

Sentimentos e Expectativas

Impaciência, estresse, nervosismo e expectativa

Atenção e recepção

Concentração

Empolgação

Vergonha (Quando aplicativo apresenta problemas)

Impotência (Quando o cliente vai embora sem instalar por problemas sem solução)

Comentários

O que as pessoas falam na Fila

"-Agora é essa coisa de digital
- Mas não tem problema se você precisar, dá pra continuar pagando informando o CPF
- Meu filho anotou os passos pra mim, talvez se eu fizer umas 3x eu consiga qualquer hora"

O que falam sobre Informações

"Por exemplo, o cliente fala que é **800 em dinheiro e o restante parcelado no cartão**, ou seja, ele faz 800 depositando aqui na Casas Bahia ou transferência via PIX, aí geramos o cartão banQi."

O que falam sobre Download e conta banQi

"Gostaria de dar uma solução imediata para o cliente, **não temos linha direta com o banQi**, só WhatsApp e é **como se fosse um robô**, a gente não fala com ninguém, é muito frustrante."

PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!



Principais Dores



Bugs e Travamentos
Críticos do app banQi
como Cód. SMS, Erros
Genéricos e Selfie.



Problemas de pagamento no
banQi, podem fazer com que
o cliente ter que pagar uma
diferença.
(Ex: Mudança de preço caso volte no
dia seguinte)



Demora para ser
atendido, podendo levar
até 1 hora ou mais.



Operador faz todos os
passos e o cliente não
entende o que instalou.
Em casos de fila grande, o
cliente instala sozinho
sem devida instrução.



Cliente pode chegar com
comportamento violento.



Layout antigo não tem
praticamente nenhuma
comunicação do banQi



Cliente deposita toda a sua
expectativa na loja,
enquanto o colaborador tem
dúvidas básicas como saber
se vai receber o bônus de
indicação.



Programas de TV
sensacionalistas podem
aumentar o nervosismo
ao esperar atendimento.



Perder oportunidade com
o banQi por não resolver
o problema do cliente.

banQi pode atuar
nesses pontos

Principais Dores



Bugs e Travamentos
Críticos do app banQi
como Cód. SMS, Erros
Genéricos e Selfie.



Operador faz todos os
passos e o cliente não
entende o que instalou.
Em casos de fila grande, o
cliente instala sozinho
sem devida instrução.



Cliente deposita toda a sua
expectativa na loja,
enquanto o colaborador tem
dúvidas básicas como saber
se vai receber o bônus de
indicação.



Problemas de pagamento no
banQi, podem fazer com que
o cliente ter que pagar uma
diferença.
(Ex: Mudança de preço caso volte no
dia seguinte)



Cliente pode chegar com
comportamento violento.



Programas de TV
sensacionalistas podem
aumentar o nervosismo
ao esperar atendimento.



Demora para ser
atendido, podendo levar
até 1 hora ou mais.



Layout antigo não tem
praticamente nenhuma
comunicação do banQi



Perder oportunidade com
o banQi por não resolver
o problema do cliente.

ATENÇÃO

O vídeo a seguir pode causar comichão, pedimos que permaneçam sentados em suas cadeiras.

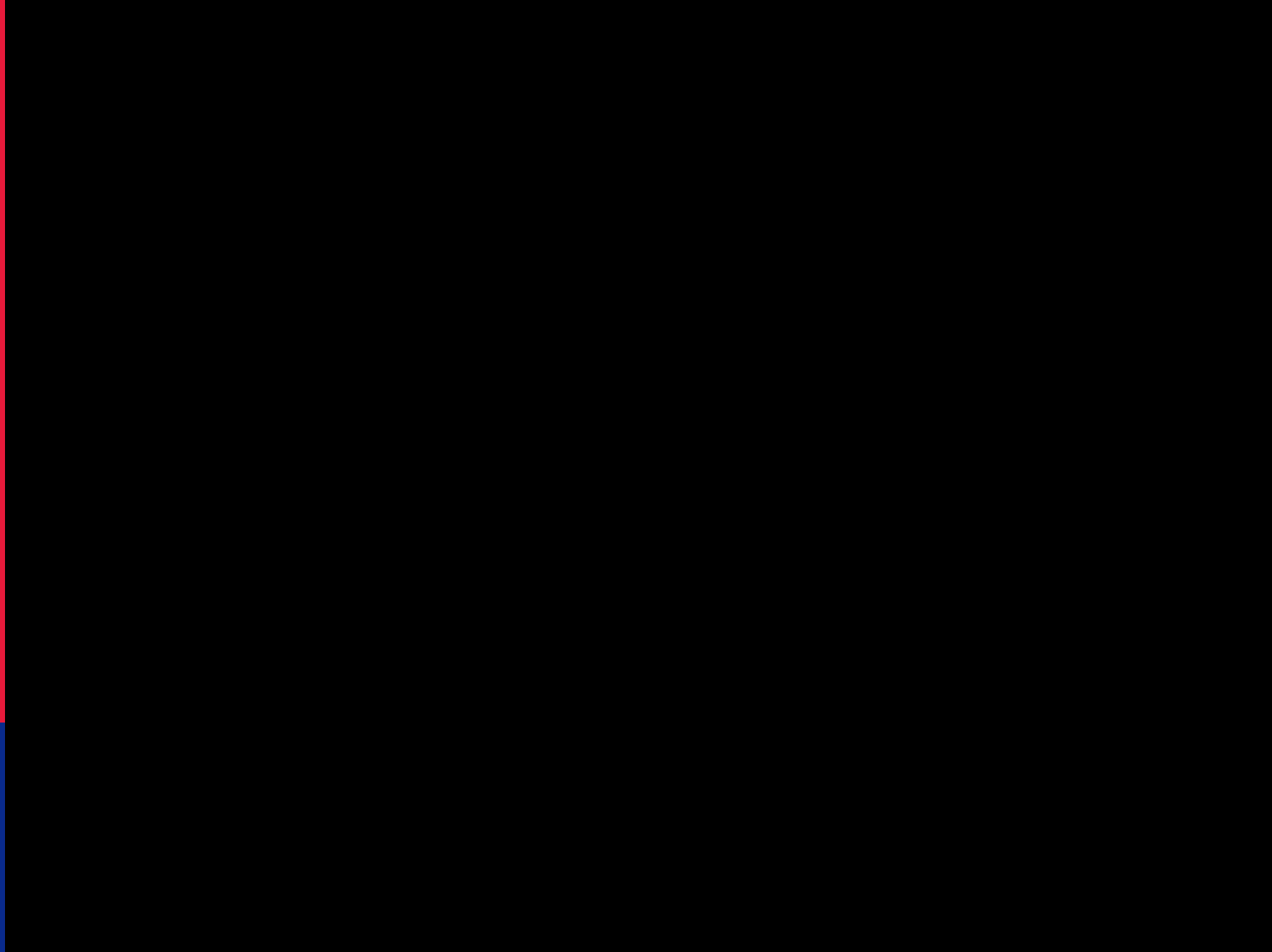


Pessoas com nervos frágeis

PROGRAMA NÃO RECOMENDADO PARA PESSOAS QUE TEM NERVOS FRÁGEIS E NÃO CONHECEM A REALIDADE DAS LOJAS E DOS CLIENTES.

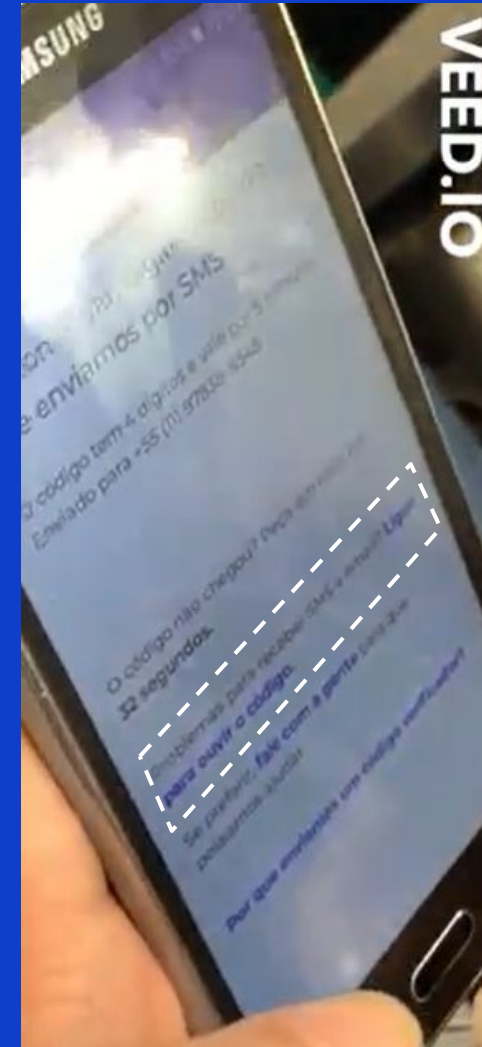


Pequenos detalhes, grandes impactos



O que aconteceu aqui? 🤔

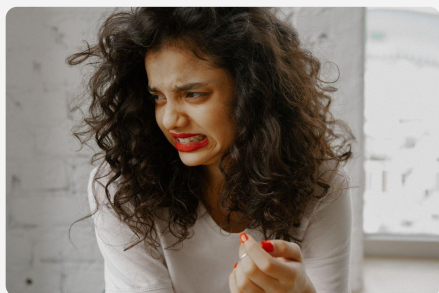
- A tela dá um caminho alternativo para o usuário, no entanto, o problema está no telefone disponibilizado.
- Fica a sensação de que fizemos uma correção paliativa (número para ligar), mas não consideramos os cenários de uso na implementação.
- Experiência de uso do banQi muito negativa para os clientes.



🤔 Reflexão:

Você já conhecia esse problema?

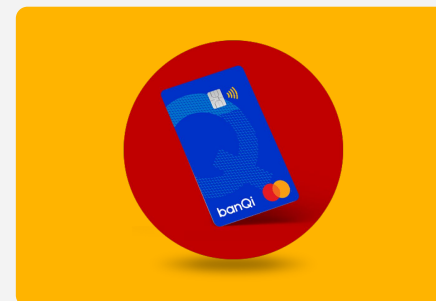
Principais oportunidades 🌟



Atacar bugs críticos

Sabendo quais são os cenários de erro que mais geram abandono do app, podemos criar um **roadmap para correções críticas**

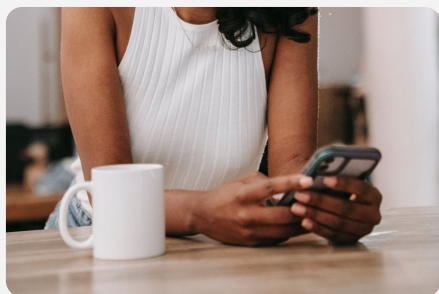
Times que podem apoiar
Jornada do Cliente CX



Pagamentos

Mapear opções de pagamentos banQi como **2 cartões** sendo o cartão virtual **banQi (Entrada)** + cartão **concorrente (parcelado)**.

Times que podem apoiar
Jornada do Cliente Marketplace



Atendimento especial loja

Canal e **processos exclusivos para atender ligações de vendedores** e operadores de caixa com possibilidade de **resolução** mais rápida e **acompanhamento** de chamados abertos.

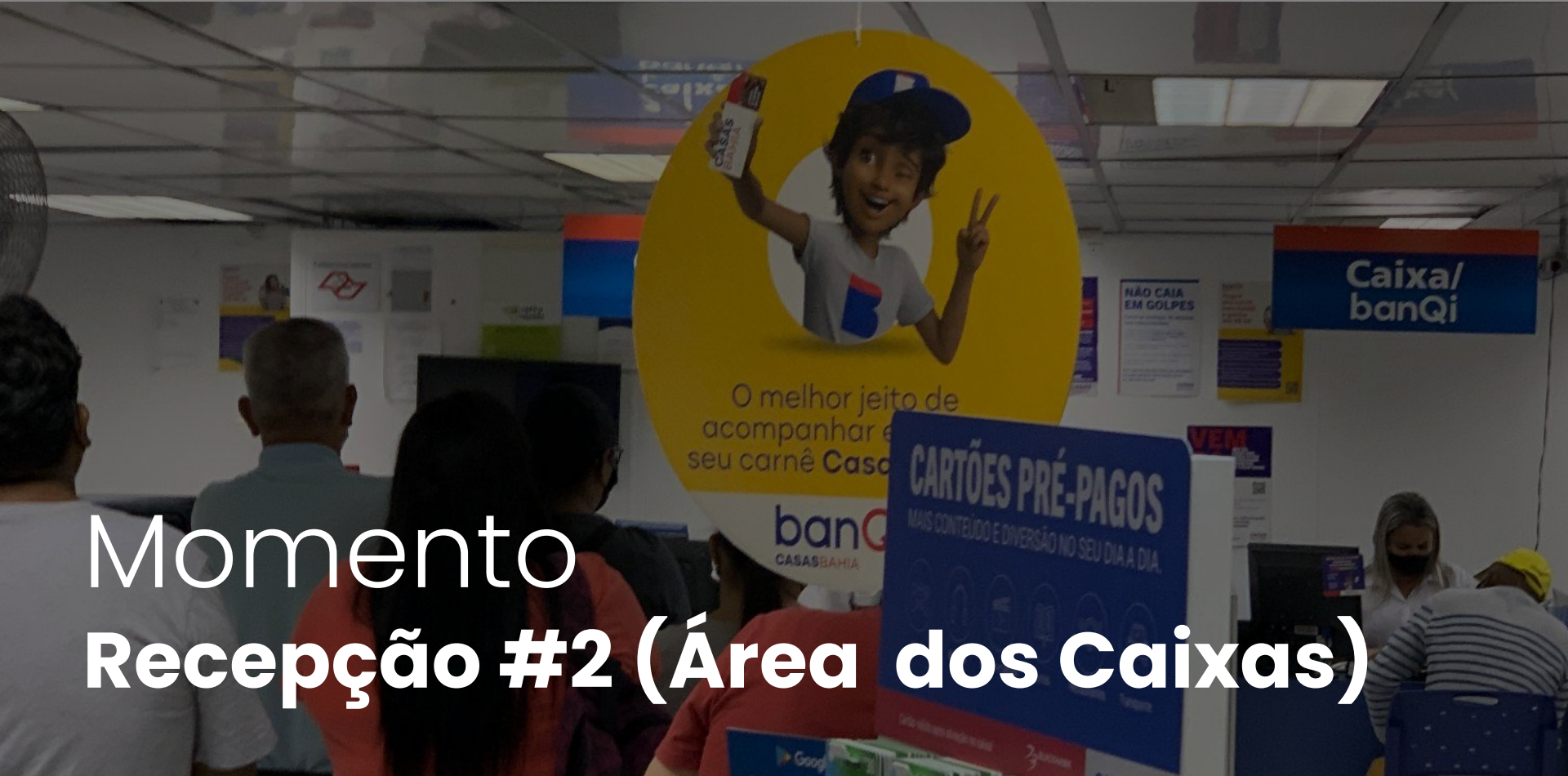
Times que podem apoiar
CX



Comunicação

QR Code no crachá do operador para cód. de indicação e **software de TV corporativa** para exibir “comerciais” do banQi durante a programação.

Times que podem apoiar
Marketing



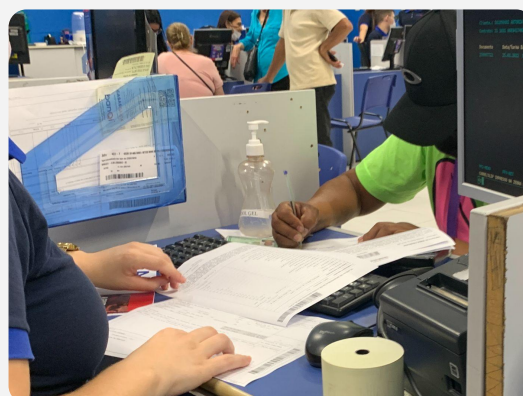
Momento Recepção #2 (Área dos Caixas)

Jornada 1
Compra, oferta e ativação

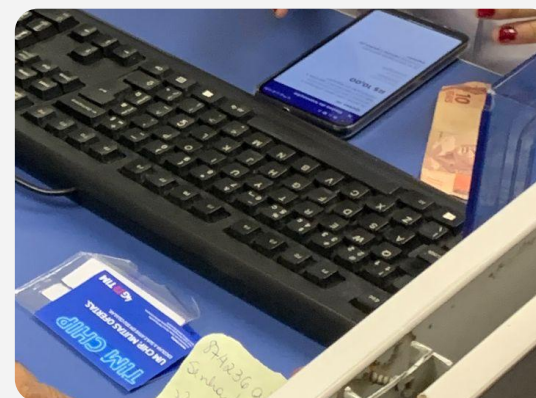
O que acontece nessas etapas?



O Operador vai **montar o carnê** e **imprime as vias de contrato**



Retorna, entrega ao cliente e **pede para que assine**



Realiza os depósitos, recebendo diretamente ou ajudando o cliente a enviar saldo para o banQi.



Quando o cliente não consegue ativar a conta, o operador **explica** o que deve ser feito, **reforça com o flyer** e o cliente vai pra casa.

Sentimentos e Expectativas

Concentração (operador) e Emoção
(clientes)

Disponibilidade

Concentração, atenção e medo
(Situações de divergência)

Expectativa em que o cliente ative a conta em
casa

Comentários

O que as pessoas falam sobre Carnês

*"Eles acham lindo ver o papel
descendo na impressora"*

O que falam sobre Depósitos

*"Em casos em que o cliente não tem um
valor adicional, já chegamos a emprestar
dinheiro para que pudesse ativar a conta,
sai do nosso próprio bolso"*

PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!



Principais Dores



Indicar que o cliente transfira um valor pro banQi e o dinheiro ficar retido por conta de bugs.



banQi não receber depósito no cartão de débito



Confusão nos limites de transação. Há casos em que usam 2 apps banQi para transferir valores e não esbarrar nos limites de transação



Formas de pagamento precisam ser configuradas com o vendedor



Clientes mais velhos têm alta dependência do carnê impresso



QR Code, pode ser uma barreira para os mesmos clientes



Preencher o flyer completo para entregar ao cliente não funciona para os operadores de caixa.



Quando é o cliente que faz o cadastro sente dúvida de quando colocar o código de indicação

banQi pode atuar
nesses pontos

Principais Dores



Indicar que o cliente transfira um valor pro banQi e o dinheiro ficar retido por conta de bugs.



banQi não receber depósito no cartão de débito



Confusão nos limites de transação. Há casos em que usam 2 apps banQi para transferir valores e não esbarrar nos limites de transação



Formas de pagamento precisam ser configuradas com o vendedor



Clientes mais velhos têm alta dependência do carnê impresso



QR Code, pode ser uma barreira para os mesmos clientes

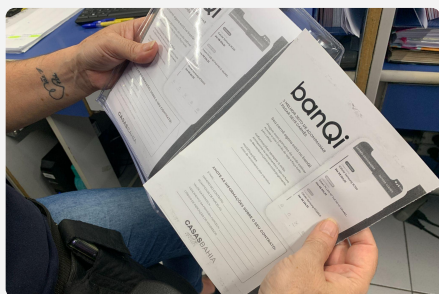


Preencher o flyer completo para entregar ao cliente não funciona para os operadores de caixa.



Quando é o cliente que faz o cadastro sente dúvida de quando colocar o código de indicação

Principais oportunidades 🌟



Novo Flyer do banQi

Alternativa digital, com novo formato, pensando na experiência de quem preenche os dados (loja) e quem recebe (cliente).

Times que podem apoiar

Jornada do Cliente Marketing

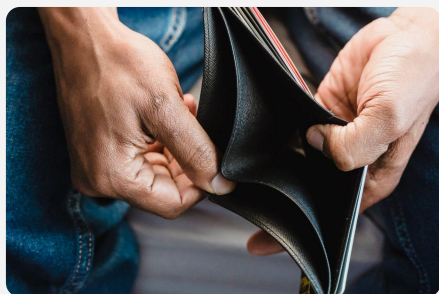


App Modo Loja

Mostrar limites de depósito, com informações atualizadas sistematicamente

Times que podem apoiar

Jornada do Cliente Serv. Financeiros



Valor e forma de ativação

Nem sempre os clientes tem R\$10 para fazer a ativação, além de que só depósitos em espécie contam na meta da loja.

Times que podem apoiar

Jornada do Cliente Marketing Serv. Financeiros



Fluxo de Carnês

Usar gif de impressora fazendo o carnê para experiências virtuais no app e/ou e-commerce Casas Bahia.

Times que podem apoiar

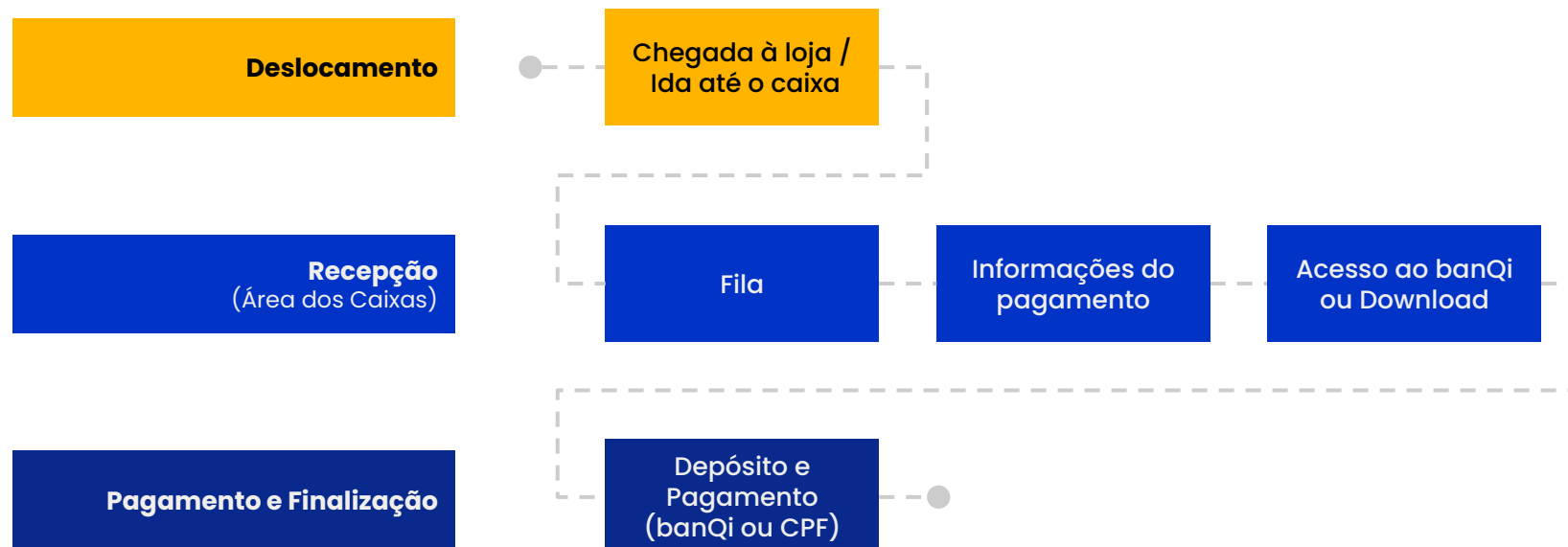
Jornada do Cliente Crédito Marketplace Design

Jornada 2

Depósitos e Pagamentos

JORNADA FLASH

Fluxo de pagamentos que podem ou não estar relacionados diretamente com o banQi





Momento Deslocamento

Jornada 2

Depósitos e Pagamentos

O que acontece nessa etapa?



Como o **cliente já sabe do que precisa**, dificilmente pára nas áreas da loja ou fala com os vendedores.



O seu **foco é realizar um pagamento** diretamente nos caixas.

Sentimentos e Expectativas

Pressa, foco e velocidade



Principais Dores



Dependência do físico
para realizar
pagamentos



Dificuldades com o
digital

Sentimentos e Expectativas

Pressa, foco e velocidade

banQi pode atuar
nesses pontos

Principais Dores



Dependência do físico
para realizar
pagamentos



Dificuldades com o
digital



Momento Recepção (Área dos Caixas)

Jornada 2 Depósitos e Pagamentos

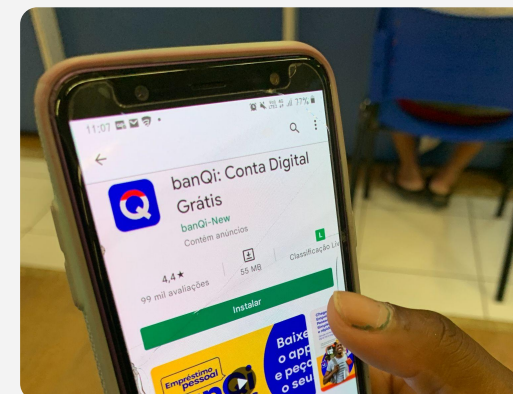
O que acontece nessas etapas?



O cliente **chega até a área dos caixas**, podendo haver **diferentes atendimentos**.



O cliente **informa o operador sobre a sua necessidade**, em alguns casos já chega com os **documentos em mãos**.



A **sugestão do banQi depende do pagamento**. Quando o cliente já possui o banQi e não tem saldo, precisa realizar um depósito.

Sentimentos e Expectativas

Impaciência, estresse, nervosismo e expectativa.

Cadeiras vazias no caixa significam "disponibilidade para atender".

Atenção e recepção.

Para os clientes mais velhos e migrantes do digital, as lojas são como agências de banco.

Empolgação, vergonha quando o app apresenta problemas e **impotência**, quando o cliente vai embora sem instalar por problemas sem solução.

Comentários

O que os operadores falam na Fila

"Alguém precisa pagar fatura de cartão?"

O que os operadores falam sobre Pagamentos

"A pior coisa é quando as formas de ativação não funcionam, tem muita gente que anda com dinheiro. Os clientes não entendem que é um sistema, eles vem tudo na gente, descontam na gente"

O que os clientes falam sobre Baixar o banQi

"Outro banco? Por quê eu vou ter mais um?"

PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!



Principais Dores



Queda de sistemas VIA e travamentos que empacam a fila



Demora para ser atendido, podendo levar até 1 hora ou mais.



O compromisso de ir até a loja é tão importante a ponto das pessoas dormirem na fila, enquanto esperam.



Pessoas vão pagar conta de terceiros e não querem baixar o app.



Esquecer a senha do app na hora de fazer o depósito.



Ter dependência do dinheiro em espécie e não conseguir depositar digitalmente. (Acontece também com os mais jovens)



Clientes não recebem ou não veem notificações de vencimento,, as operadoras lembram o cliente do dia de pagar via WhatsApp.



O dinheiro em espécie já tem destino e talvez não há outro valor nas contas do cliente para que transfira via PIX.



Repetem-se dores e oportunidades da outra jornada.

PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!

banQi pode atuar
nesses pontos

Principais Dores



Queda de sistemas VIA e travamentos que empacam a fila



Demora para ser atendido, podendo levar até 1 hora ou mais.



O compromisso de ir até a loja é tão importante a ponto das pessoas dormirem na fila, enquanto esperam.



Pessoas vão pagar conta de terceiros e não querem baixar o app.



Esquecer a senha do app na hora de fazer o depósito.



Ter dependência do dinheiro em espécie e não conseguir depositar digitalmente. (Acontece também com os mais jovens)



Clientes não recebem ou não veem notificações de vencimento,, as operadoras lembram o cliente do dia de pagar via WhatsApp.



O dinheiro em espécie já tem destino e talvez não há outro valor nas contas do cliente para que transfira via PIX.



Repetem-se dores e oportunidades da outra jornada.

Principais oportunidades 🌟



Comunicação no app

Revisar a régua de comunicação pensando em pessoas mais velhas que pagam o CDC através de depósito em loja.

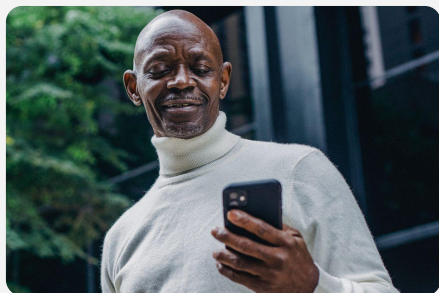
Times que podem apoiar
Jornada do Cliente Marketing



Ponto focal na loja

Não ser somente uma linha direta com a empresa mas algo que traga autoridade na resolução de problemas.

Times que podem apoiar
Jornada do Cliente CX



UX personalizada

Pensar em coachmarketing acessível para pessoas migrantes-digitais, com foco em ensinar a fazer os pagamentos em casa.
(Oportunidade de digitalizar tutorial que os filhos fazem informalmente para os pais)

Times que podem apoiar
Jornada do Cliente Design



Gamificação

Para a loja, premiar quando o cliente faz coisas sozinho em casa, para os filhos, incentivar que os pais façam transações.

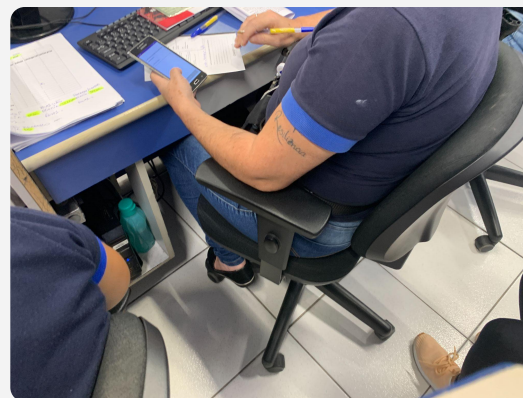
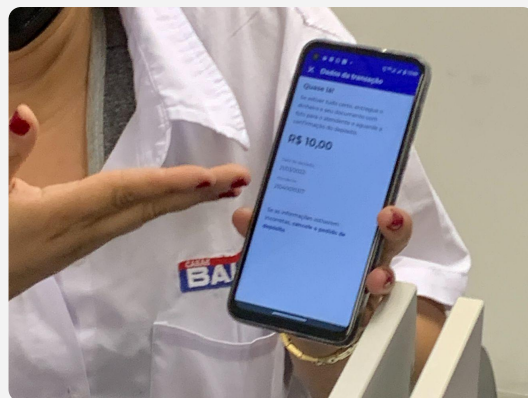
Times que podem apoiar
Jornada do Cliente Marketing Serv. Financeiros
Crédito Marketplace



Momento Pagamento e Finalização

Jornada 2
Depósitos e Pagamentos

O que acontece nessa etapa?



Quando o **depósito** é feito através do banQi, o **Operador pega o celular e mostra** como é realizado.

Os **sistemas VIA** entram como **apoio** para confirmar as **operações e valores** transacionados.

Sentimentos e Expectativas

Valores caírem na hora.

Cliente se sentir confortável de pagar como
está acostumado.

Cliente quer continuar comprando mesmo
recebendo em espécie.

Comentários

O que os operadores falam na Pagamento

"Clientes "raíz" (cadastrados há mais tempo), fazem questão do carnê impresso, pagando com CPF, direto no caixa."

"Eles chegam na loja, informam o cpf, aí a gente pega o dinheiro, seja dinheiro vivo ou cartão (não funciona para o banQi). Em alguns casos usamos o banQi para finalizar"

PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!



Principais Dores



Cliente observar explicação da feature de depósito mas não entender com clareza o que aconteceu



Confusão para explicar a função "múltiplo" do cartão banQi



Inconsistência e falta de sincronicidade entre banQi e sistemas VIA (Num lugar contabiliza o pagamento e no outro não)



Mesmo os operadores entregando os flyers do banQi, as pessoas voltam sem conseguir usar o app



Empréstimos do banQi não podem ser pagos nas lojas Casas Bahia.



Necessidade de reiniciar, "limpar cache" ou desinstalar app para concluir ou cancelar transações.



Repetem-se dores e oportunidades da outra jornada.

PERIGO! PERIGO!
PERIGO! PERIGO!

banQi pode atuar
nesses pontos

Principais Dores



Cliente observar explicação da feature de depósito mas não entender com clareza o que aconteceu



Confusão para explicar a função "múltiplo" do cartão banQi



Inconsistência e falta de sincronicidade entre banQi e sistemas VIA (Num lugar contabiliza o pagamento e no outro não)



Mesmo os operadores entregando os flyers do banQi, as pessoas voltam sem conseguir usar o app



Empréstimos do banQi não podem ser pagos nas lojas Casas Bahia.



Necessidade de reiniciar, "limpar cache" ou desinstalar app para concluir ou cancelar transações.



Repetem-se dores e oportunidades da outra jornada.

Principais oportunidades 🌟



Novas pesquisas

Quantificar o uso do dinheiro em espécie e ver se faz sentido pensar em ações promocionais ligadas às lojas físicas pagando com o banQi

Times que podem apoiar
Jornada do Cliente Serv. Financeiros



Conta salário

No futuro, priorizar público jovem que recebem em espécie

Times que podem apoiar
Jornada do Cliente Serv. Financeiros



Transição gradual

Incentivar o pagamento digital mas continuar dando apoio na ida até a loja, até que o usuário esteja acostumado ou tenha outros hábitos

Times que podem apoiar
Jornada do Cliente

A firefighter in full protective gear, including a helmet with a green stripe and a large MSA air tank on their back, is shown from the side, facing a large fire. The firefighter is holding a hose. The background is a bright, intense fire with orange and yellow flames. The right side of the image has a yellow background with a repeating diamond pattern.

Problemas e Bugs

Problemas e Bugs

Temos **duas frentes principais:**

Os problemas em si

Resolução no atendimento

Problemas e Bugs

Temos **duas frentes principais:**

Os problemas em si

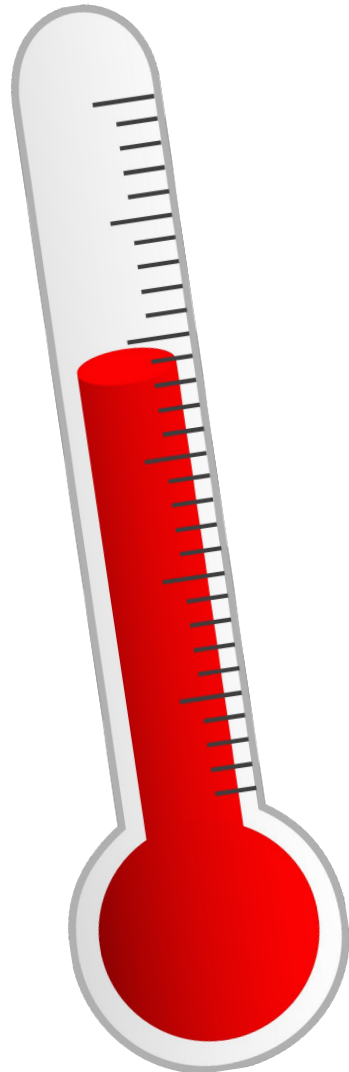
Em sua maioria, relacionados a **bugs no cadastro**, análise de **fraude** e exibição de **erros genéricos no onboarding**.

Resolução no atendimento

Nossos **atendentes ficam amarrados** pois muitas situações estão ligadas a **ações de engenharia e limitações da DOCK**.

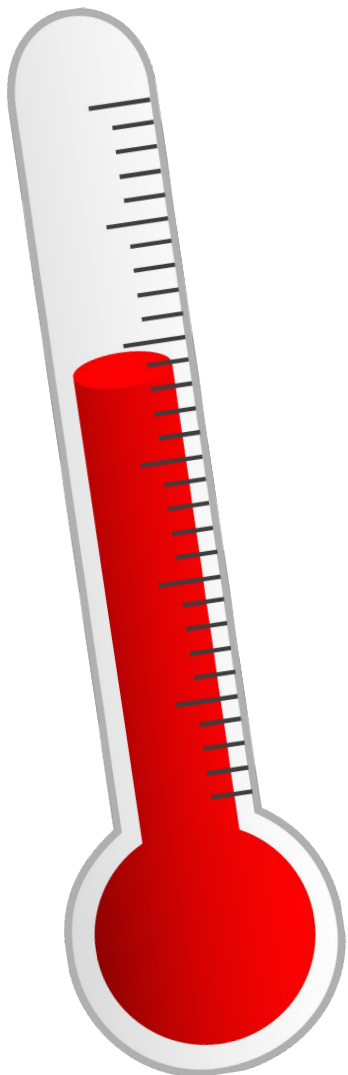
Problemas e Bugs

PERIGO!
PERIGO!
PERIGO!
PERIGO!
PERIGO!
PERIGO!
PERIGO!
PERIGO!



TOP 9 + Frequentes nas Lojas 🔥

- Erro para receber SMS
- Aprovação da conta
- Contas duplicadas e Cadastro de CPF
- Cadastro de Biometria - Selfie
- Limpeza de "cookies", login/logout e desinstalação do app
- Alteração de cadastro, como e-mail e senha
- Erros de processamento de transações (Ex: PIX)
- Travamentos
- Erros Genéricos



TOP 9 + Frequentes nas Lojas 🔥

1

Erro para receber SMS

Código SMS não chega de jeito nenhum para o cliente, aplicativo apresenta travamentos e número que damos na tela não leva a lugar nenhum

2

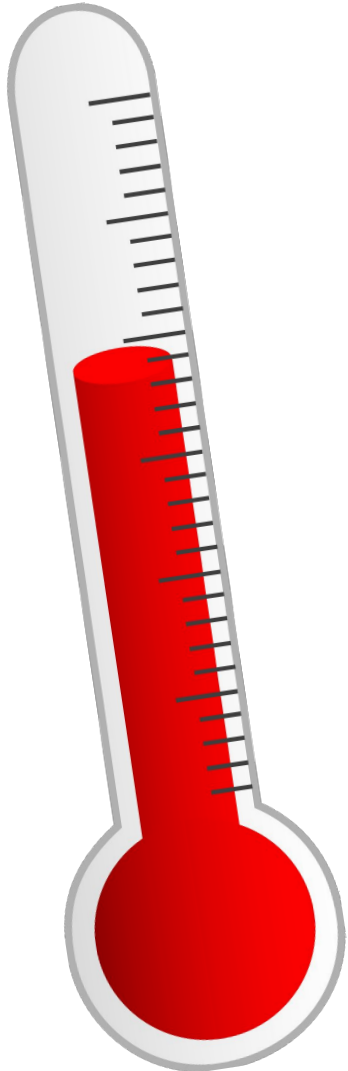
Aprovação da conta

Na tela de revisão de dados ao clicar em enviar, o **usuário** volta para a mesma página e **fica em looping**, prazo de 2 a 30 dias para validação em casos de identidade não reconhecida (cliente não tem esse tempo pra voltar na loja)

3

Contas duplicadas e Cadastro de CPF

Como são os operadores ou familiares que criam a conta, em muitos casos, o **cliente não se lembra de ter feito cadastro**, ao tentar novamente se depara com **erros** que **não esclarecem** esse cenário.



TOP 9 + Frequentes nas Lojas 🔥

4

Cadastro de Biometria - Selfie

Muitas vezes o **cliente sai da fila** para realizar o procedimento e vai para alguma área da loja. Há situações em que o **feedback não é claro** e fala que há dois rostos na tela.

5

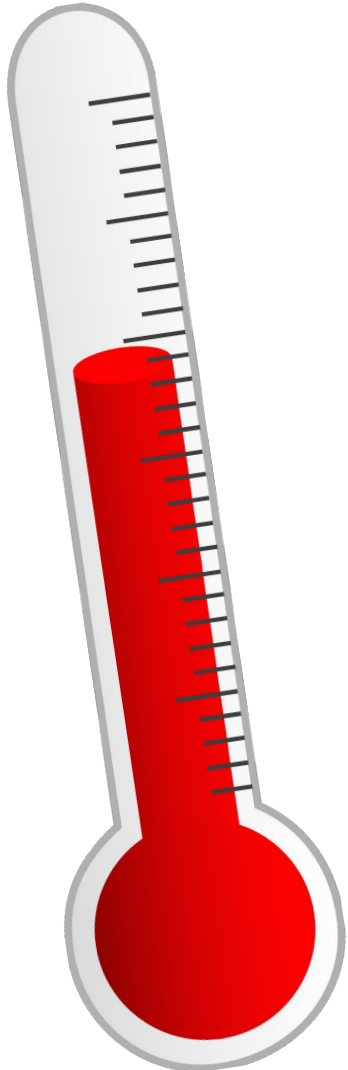
Limpeza de "cookies", login/logout e desinstalação do app

Erros de inicialização e conexão ou situações em que é necessário desinstalar o app e o **cliente não lembra os dados** para fazer o **login** novamente.

6

Alteração de cadastro, como e-mail e senha

Clientes não conseguem fazer **atualizações cadastrais** ou **recuperação de senha** direto no aplicativo.



TOP 9 + Frequentes nas Lojas 🔥

7

Erros de processamento de transações (Ex: PIX)

Saldo aparece desatualizado após transferência, seja de um valor que já foi retirado ou algum pagamento. Tem relações de **sincronicidade** com o espelhamento de conta na **DOCK**.

8

Travamentos

Lentidão no carregamento das ações, como em casos de levar pelo menos 15 segundos para sair da splash screen.

9

Erros Genéricos

Mostrados de forma errada, genérica e que **não seguem as diretrizes de UX**, fazendo o usuário ligar no atendimento sem necessidade.

De olho nos Motivos de Contato

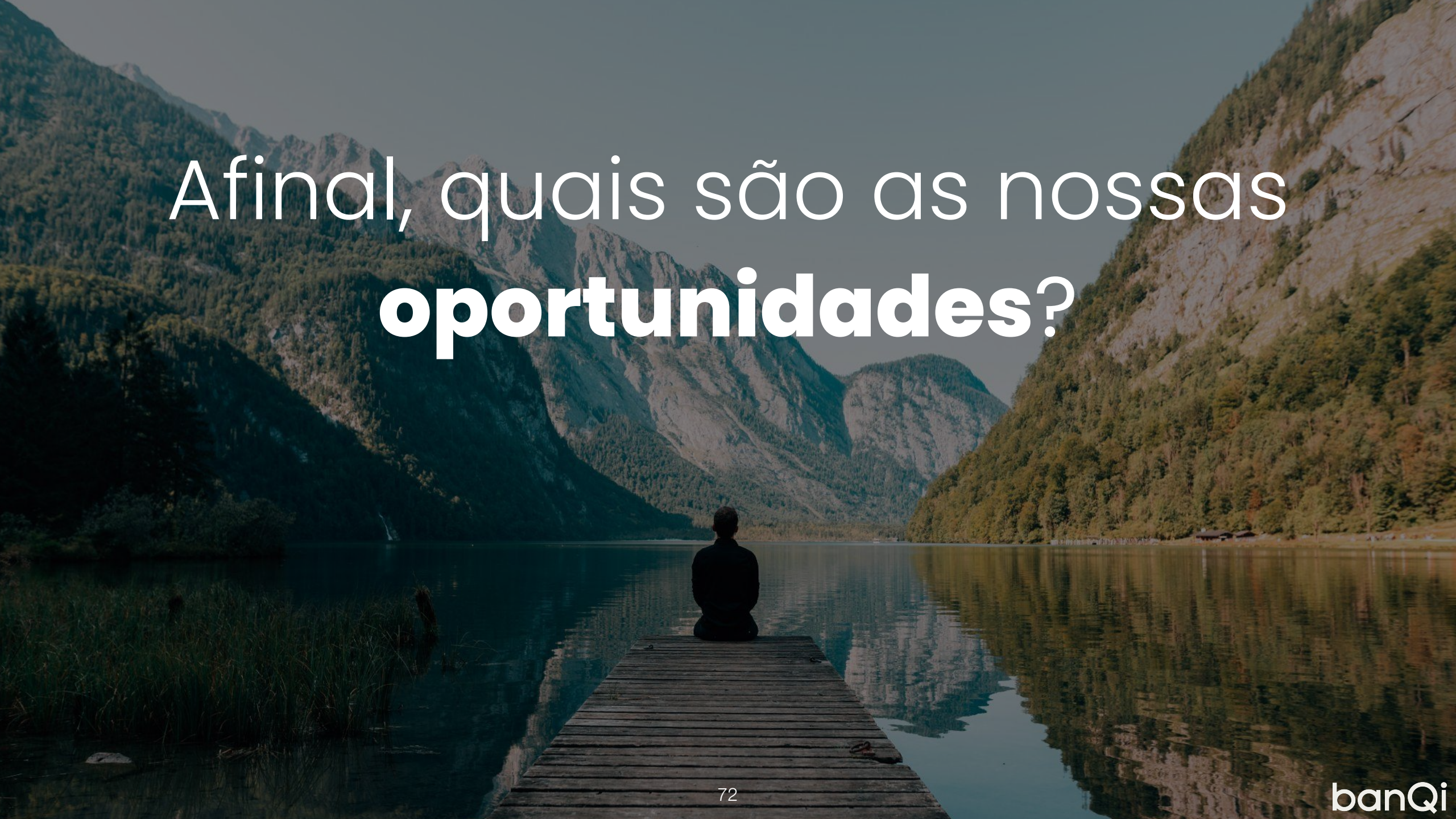
Considerando **ligações** relacionadas a **Account**, entre **Q1/21** a **Q1/22**, em média:

68%

foram por conta de erros* e bugs do aplicativo

**Valor médio à partir da soma anual de todos os motivos categorizados como Erro*

	Motivo de contato	Média % de ligações no intervalo
●	Conta bloqueada (Marcação de fraude)	17,8%
	Aguardando dados	14,5%
	Verificação manual de dispositivo	4,4%
●	FraudHub	4,0%
●	Falha ao inicializar	3,1%
●	Conta não reconhecida	1,8%
●	Não recebeu SMS verificação	1,7%
	Tela revisão de dados	1,7%
●	Senha não funciona	1,6%
	Nome da mãe divergente (Receita Federal)	1,4%
	Renovação da conta	1,3%
●	Biometria: Identidade não validada	1,3%
	Bloqueio conta Auzituk	1,1%
●	Não reconheço uma conta criada com o meu CPF	1,0%
●	Não consigo cadastrar novo PIN	1,0%
●	Erro no app (Genérico)	0,9%

A person is sitting on a wooden pier that extends into a calm lake. The lake's surface is still, reflecting the surrounding landscape. In the background, there are steep, forested mountains with some rocky patches. The sky is a clear, pale blue. The overall scene is peaceful and contemplative.

Afinal, quais são as nossas
oportunidades?



Ideias! Mais que
amigas, friends!

Projetos cross-áreas



Aplicativo Modo Loja



Como deve ser:

Uma sessão informativo no app banQi, que dê maior autonomia e empodere os Operadores de Caixa e Vendedores nas lojas.

Quais dores soluciona:

- Falta de informação sobre o banQi
- Não ter apoio na resolução de problemas
- Cliente depositar toda a expectativa na loja para resolver problemas
- Confusão sobre tipos de depósito e pagamentos
- Efetividade do flyer para preencher e ajudar no onboarding
- Receio de usuários migrantes digitais
- Falta de comunicação entre o banQi e as lojas

Como funcionaria:

Acompanhamento de **tickets aberto**

Solicitação de resolução (Linha direta)

Informações atualizadas sobre limite de transação por modalidade

Flyer/cartão personalizado com **código de indicação** para enviar no WhatsApp
(Alternativa ao flyer)

Ter um **tutorial por vídeo (onboarding)**, colaborador envia por WhatsApp
(Alternativa ao flyer)

Gamificação para **cursos** de venda e comunicação (plano de carreira loja)

Gamificação para premiar a **loja (gincanas)**, incluindo brindes promocionais do banQi.

Quem pode ajudar:

Jornada do Cliente **CX** **Marketplace**
Novos Negócios **Crédito** **Marketing**
Serv. Financeiros **Riscos e Compliance**



Landing Page

Conheça o banQi

Como deve ser:

Uma página web simples com o foco em apresentar funcionalidades e benefícios sendo acessada nos computadores desktop do vendedor e operador de caixa.

Quais dores soluciona:

- Esclarecer questões sobre o banQi para o cliente
- Clientes com pressa e imediatistas
- Falta de comunicação visual do banQi dentro das lojas
- Confusão para explicar cartão múltiplo do banQi
- Padronização na oferta do banQi

Maiores oportunidades

Principais **benefícios** do banQi **mostrados de forma comercial**

Chamar a atenção dos clientes

Mostrar **limites de transação** de forma visual e atualizada

Mostrar **opções de pagamento** e **vantagens** do banQi

Incentivar o pagamento digital para as pessoas que ainda vão nas lojas

Incentivar o **pagamento digital gradualmente**

Explicar com ilustrações e de forma lúdica (O caixa eletrônico na palma da sua mão)

Quem pode ajudar:

Jornada do Cliente **CX** **Marketplace**
Novos Negócios **Crédito** **Marketing**
Serv. Financeiros **Riscos e Compliance**



Mudança nos treinamentos

Como deve ser:

Leves e com possibilidade de consultar informações posteriormente. Deve ser algo que acolhe e mostra apoio ao invés de cobrar ainda mais as metas.



SUGESTÕES

Recorrência

Avisados com antecedência, on-demand.

Informações no dia a dia

No EVA e VIA+ as mensagens se acumulam e fica impossível procurar um assunto

Garantia de participação

Assinatura de presença ou ações relacionadas

Usar o **app modo** loja para animar e incentivar em relação aos treinamentos

Ter **treinamentos de reciclagem** periodicamente

Trazar o conteúdo para o **app banQi** de forma mais estruturada.

Centralizar em um mesmo lugar as informações recebidas para consultas posteriores, estimulando a memorabilia.

Dar brindes após conclusão de x treinamentos. Em 2 das 5 lojas que visitamos os colaboradores estavam esperando receber algo após a visita.

Opções de gamificação: X treinamentos assistidos, ganho de título/ranking no app, **brindes promocionais do banQi**, canetas, caneca etc.

Quem pode ajudar:

Jornada do Cliente

Marketing

+ TIME VIA



Incentivo de uso aos autônomos

Do que se trata:

Algumas lojas estando em regiões periféricas, tem entregadores na porta ou ambulantes vendendo produtos como roupas e alimentos.



Maiores oportunidades:

Incentivar o uso do banQi para os carreteiros e/ou ambulantes como depósito e saque

Estimular abertura de conta **banQi MEI** e **oferecer maquininha**

Apoiar com **ofertas de crédito** como empréstimo pessoal

Tornar as lojas um local onde podem receber **apoio para a conta banQi MEI**

Bancarização dos autônomos

Quem pode ajudar:

Jornada do Cliente **PJ** **Marketplace**
Crédito **Marketing** **Serv. Financeiros**
Riscos e Compliance



Correções de UX e Produto



O que precisa ser trabalhado:

explicar informações sobre conta duplicada, estar mais próximo de riscos e compliance, resolver confusão para achar recursos e feature de carnês

Conta Duplicada

Conta em outro dispositivo **não é perdida para sempre**.

Explicar porque **não** deve **logar em dois dispositivos** (No bankline você pode logar no seu celular e computador)

Mapear **contas criadas por familiares ou colaboradores da loja** pois o cliente acha que a conta não foi criada

Em caso de **perda ou troca de celular**, explicar que é possível **recuperar senha** caso tenha perdido

Explorar **logs de erros com engenharia e refinar os feedbacks** (Ex: Este CPF já está sendo utilizado, você pode tentar recuperar a senha através de:....)

Riscos e Compliance

Mesmo que não seja uma realidade forte ou algo requisitado por regulatório, o usuário **não entende os motivos de bloqueio de conta**.

Se há um **motivo para expiração de senha**, é necessário explicar pq a senha expirou e facilitar ao usuário para faça alterações

Confusão no app

Métricas de funil no UXCAM e checar o quanto realmente as pessoas se perdem por conta de usabilidade, por exemplo: Acesso até a **área de resgate de bônus, botão de ajuda** no menu Meu banQi.

Feature de Carnês

Testar **taxonomia** (Carnê Folha Grande)

Testar **animação de impressora** quando o cliente for **visualizar um novo carnê no ap**: *"Estamos imprimindo o seu carnê aqui no app, em alguns instantes você vai poder conferir as suas parcelas"*

Ter **filtros** para: Parcelas pagas, Parcelas em aberto. Teste de usabilidade não moderado para validar ações.

Quem pode ajudar:

Jornada do Cliente
Novos Negócios
Serv. Financeiros

CX
Crédito
Riscos e Compliance

Marketplace
Marketing

Hipóteses validadas

É verdade

Contexto

Os vendedores podem não saber de todos os benefícios do banQi

O foco do vendedor é vender, por esse motivo não há vazão para falar sobre a inclusão financeira que o banQi proporciona

Motivo

De fato há dificuldade. Na hora de tirar dúvidas **não possuem um canal considerado efetivo**

As **metas de venda se sobressaem** e qualquer ponto positivo sobre o banQi desaparece

Não é verdade

Contexto

O cliente não é impactado o suficiente em outros lugares para saber que o banQi é uma ferramenta interessante para fazer pagamentos

O que tem hoje no banQi não é visto de forma atraente para que os vendedores ofereçam aos clientes

Problemas técnicos com o banQi podem ser um fator para não oferecer o banQi, estes por sua vez não são problemas de tecnologia mas sim de experiência

Motivo

O cliente é **impactado mas de forma errada**. Ele não presta atenção na comunicação visual da loja e **quer ir direto no ponto de contato humano**

Eles sabem dos recursos e alguns casos também fazem uso, no entanto **a falta da oferta vem por outras questões**, o que tem sido **endereçoado** com os **Operadores** de Caixa.

Os maiores **problemas não são por conta** de fluxos de **usabilidade**, mas por conta de **bugs** e **legados** de produto.

Pontos de atenção ⚠



Treinamento em conjunto com o Prove

Não se trata apenas em fazer parceria com o PROVE mas sim o formato de como são feitos.



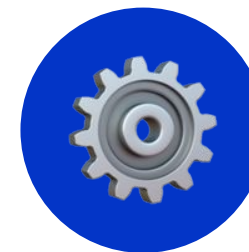
Canal exclusivo de atendimento para as lojas

Não basta ser apenas uma linha direta, precisa ajudar na resolução de problemas e mostrar o status de cada ticket.



Novo fluxo de pagamento de incentivos Caus e Gerentes

Funciona bem se o pagamento de incentivos for coerente e padronizado. É necessário informar caso haja quaisquer mudanças, como o valor pago.



Operações banQi + Operações de Loja

Tem tudo pra dar certo, precisamos de processos bem estabelecidos e alinhados com os gerentes de cada loja, pois eles são os pontos focais.

Hipóteses validadas

Tá com tudo! 🤞

Variedade em **opções de pagamento** na loja

Desconto de 5% em compras à vista pagando com o banQi

Segurança na marca Casas Bahia

Alternativa para imprevistos com pagamentos

Bônus de ativação

Possibilidade de **sacar saldo banQi** nas lojas

Antecipar pagamentos do carnê e ganhar **desconto**

Ter o banQi e **continuar pagando na loja**

Banners na área dos **caixas**

Não tá com nada! 🙄

Há **opções** de pagamentos mais práticas

Para **pessoas mais velhas e resistentes** ao digital

Apego ao Carnê de papel, **clientes muito antigos** com
10, 15, 20 anos de conta CB

Lojas com formato antigo não tem comunicação do banQi

Colaboradores mais antigos não tem motivação para oferecer o
banQi (Tem relação com outros **problemas** individuais de **carreira**)

Spoilers

Pesquisa NPS Vendedor



Resumo do que estamos olhando

398
respondentes

*Base total e margem de
erro à confirmar*

11-26/04
Período de coleta

Principais itens avaliados (banQi)

NPS Net Promote Score	Satisfação Treinamentos	Satisfação Pagamentos
Satisfação Onboarding	Satisfação Pagamentos banQi	Satisfação Depósitos banQi
Satisfação Atendimento	Satisfação Bonificação	Gatilho Vendas e Metas
Gatilho Funcionalidades	Gatilho Aprovação de crédito	Gatilho Fluxos para resolver problemas
Gatilho Estabilidade	Gatilho Integração com a VIA	Gatilho Fluxos para resolver problemas

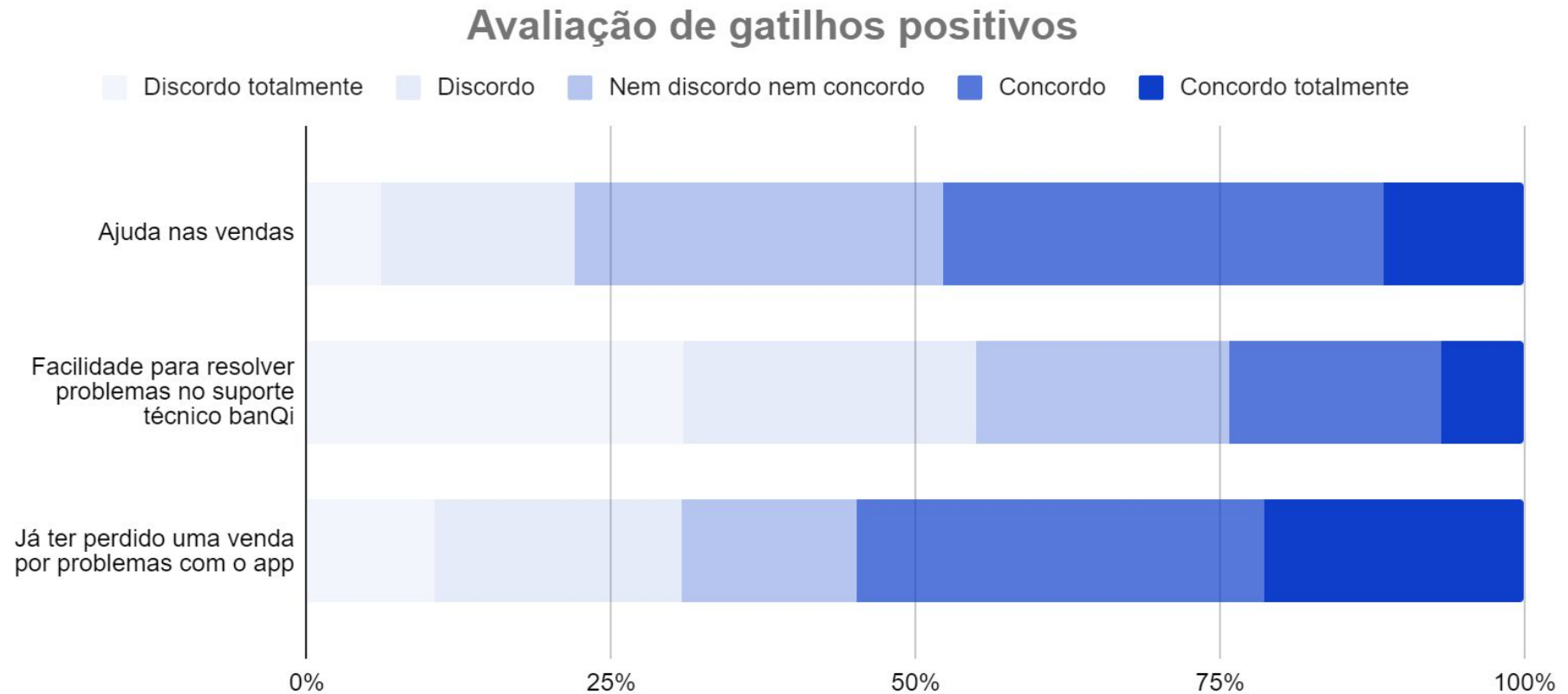
Indicação e satisfação do banQi nas lojas CB

Itens avaliados	Nota Q1	Nota Q2	Nota Q3	Nota Q4
NPS	50	TBD	TBD	TBD
PAGAMENTOS	3,9	TBD	TBD	TBD
ONBOARDING	3,6	TBD	TBD	TBD
INFORMAÇÕES NO APP	3,9	TBD	TBD	TBD
COMUNICAÇÃO LOJA	4,0	TBD	TBD	TBD
DEPÓSITO APP	4,0	TBD	TBD	TBD
DEPÓSITO LOJA	4,0	TBD	TBD	TBD
SIMULADOR CDC	3,9	TBD	TBD	TBD
SUPORTE CLIENTE	3,3	TBD	TBD	TBD
SUPORTE LOJA	3,3	TBD	TBD	TBD
TREINAMENTOS BANQI	3,9	TBD	TBD	TBD
BONIFICAÇÃO	3,6	TBD	TBD	TBD

CSAT (1 – Discordo totalmente | 5 – Concordo totalmente)

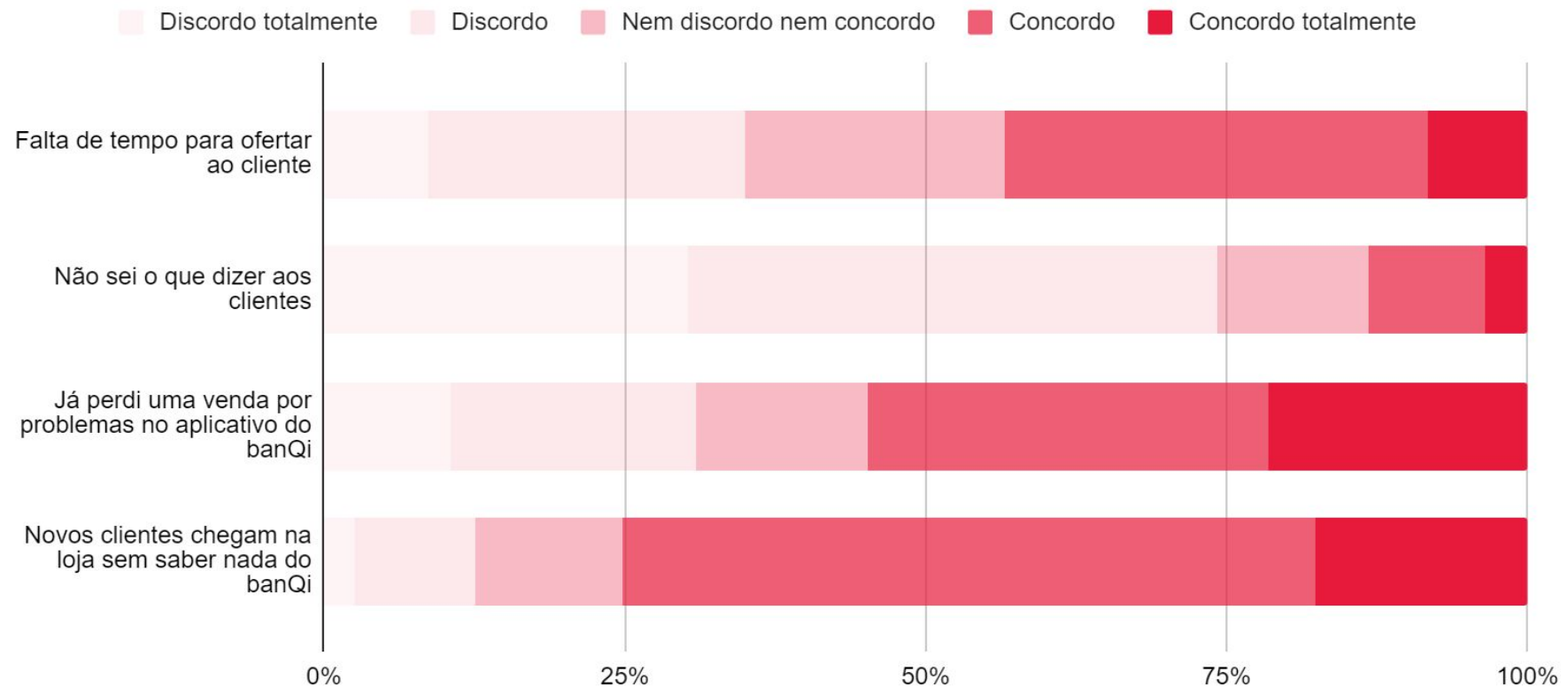
Base total e margem de erro à confirmar

Gatilhos em relação ao banQi



Gatilhos em relação ao banQi

Avaliação de gatilhos negativos



O banQi é bem visto entre os colaboradores da loja, no entanto, os problemas ocorridos estão enfraquecendo a credibilidade do app. Os motivos principais são os problemas de cadastro e aprovação de conta.

O ambiente da loja é visto como uma agência de banco, onde pode-se resolver todos os imprevistos e problemas, o que infelizmente não é verdade, já que os vendedores e operadores de caixa não tem toda essa autonomia.

Cada loja se organiza de forma particular e apesar de termos um padrão de comunicação, precisamos **incentivar a criatividade, oferecendo ferramentas e informações que empoderem os colaboradores** sobre as soluções do banQi.

Partiu inovar junto com as lojas?

Tá com
banQi

Tá em
CASA!

