

# Discovery contratação e2e Consórcio

- 01 objetivo
- 02 pesquisa quali
- 03 pesquisa quanti
- 04 riscos
- 05 oportunidades
- 06 conclusão
- 07 próximos passos

01

Objetivo

01

entender se faz sentido ter um canal de contratação e2e para NCC

02

levantar dores e hipóteses relacionado à contratação de consórcio no ambiente não logado

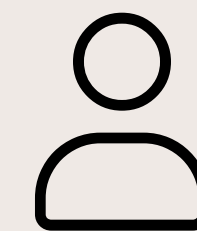
03

mitigar possíveis erros e riscos

02

# Pesquisa Quali

como  
foi a  
pesquisa?



3 correntistas acima de 40 anos

3 correntistas com menos de 40 anos



Metade que possui ou já possuiu consórcio na concorrência.

Metade que pretendem adquirir um consórcio nos próximos 6 meses

## 01

### **Jornada de contratação ideal**

precisa ser transparente, detalhada e rápida. Além disso, o cliente vê valor em negociar – com uma pessoa real – de forma flexível.

## 02

### **Repertório x Contratação**

Os bancos são lembrados quase no mesmo patamar que empresas especializadas em consórcio, entretanto clientes apontam que os grandes bancos parecem mais distantes e se comunicam menos com eles.

## 03

### **Avaliação “autosserviço através de um site do Itaú”**

não é uma necessidade atual, mas contratar um consórcio pelo Itaú, banco que não possuem conta, não gera receio. No entanto ser por site necessita atender às seguintes demandas:

#### **Site**

oferecer todos os recursos que garantam a segurança da plataforma Atendimento humano – rápido, especialista e flexível

#### **Atendimento humano**

rápido, especialista e flexível

#### **Simulador**

para terem uma noção do que negociar

#### **Suporte**

não só sobre a venda, mas também sobre o pós venda através de vídeos, FAQ e o próprio atendimento humano

03

# Pesquisa Quanti

# como foi a pesquisa?



150 casos

43% homens e 57% mulheres

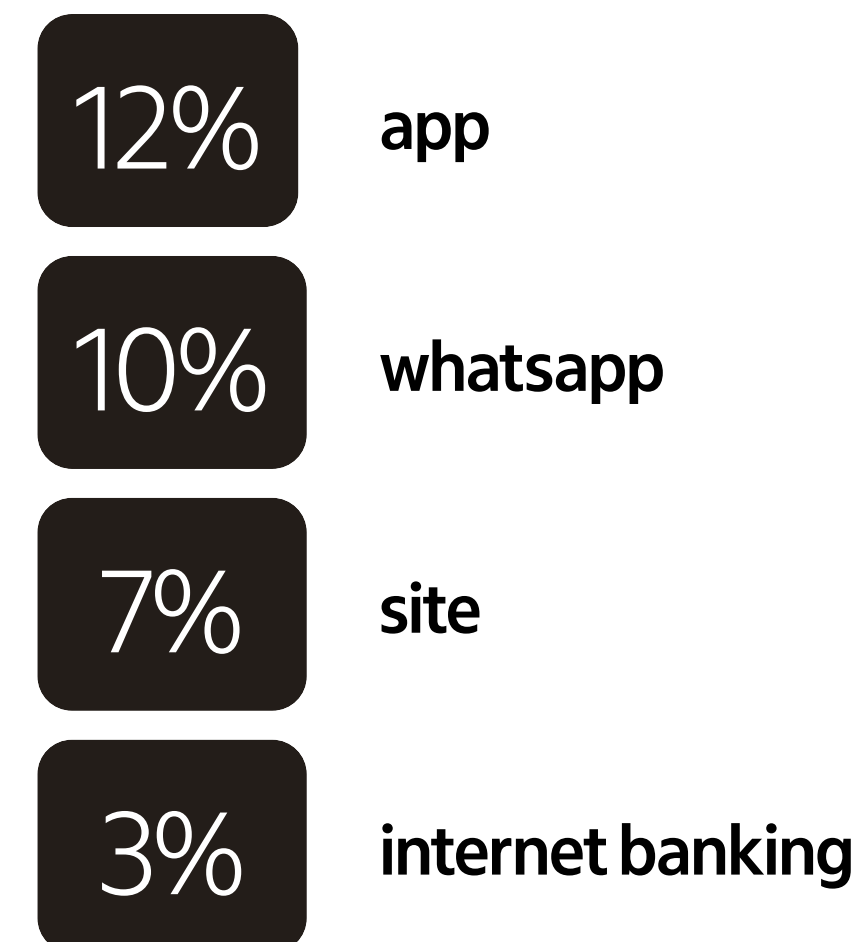


Não correntistas Itaú

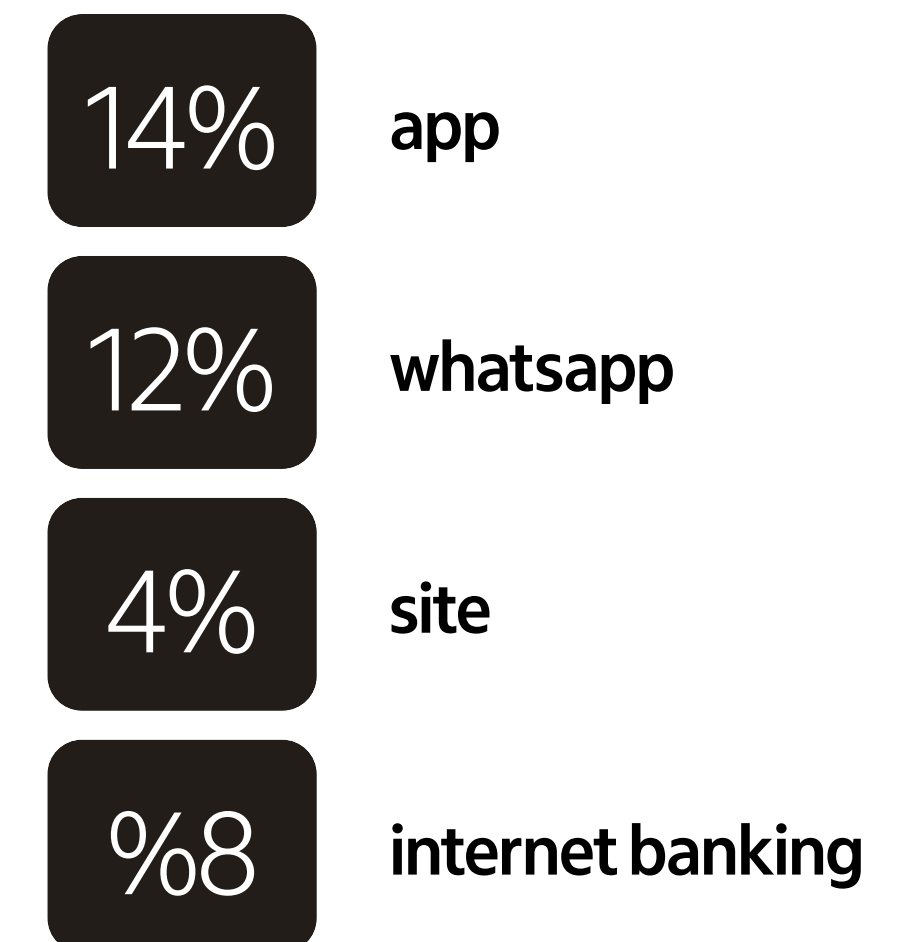
Que possuem consórcio na concorrência ou que pretendem adquirir um consórcio nos próximos 12 meses

Dos clientes entrevistados canais digitais representam parte significativa das contratações e dos canais que usariam se fossem contratar

#### canais de contratação



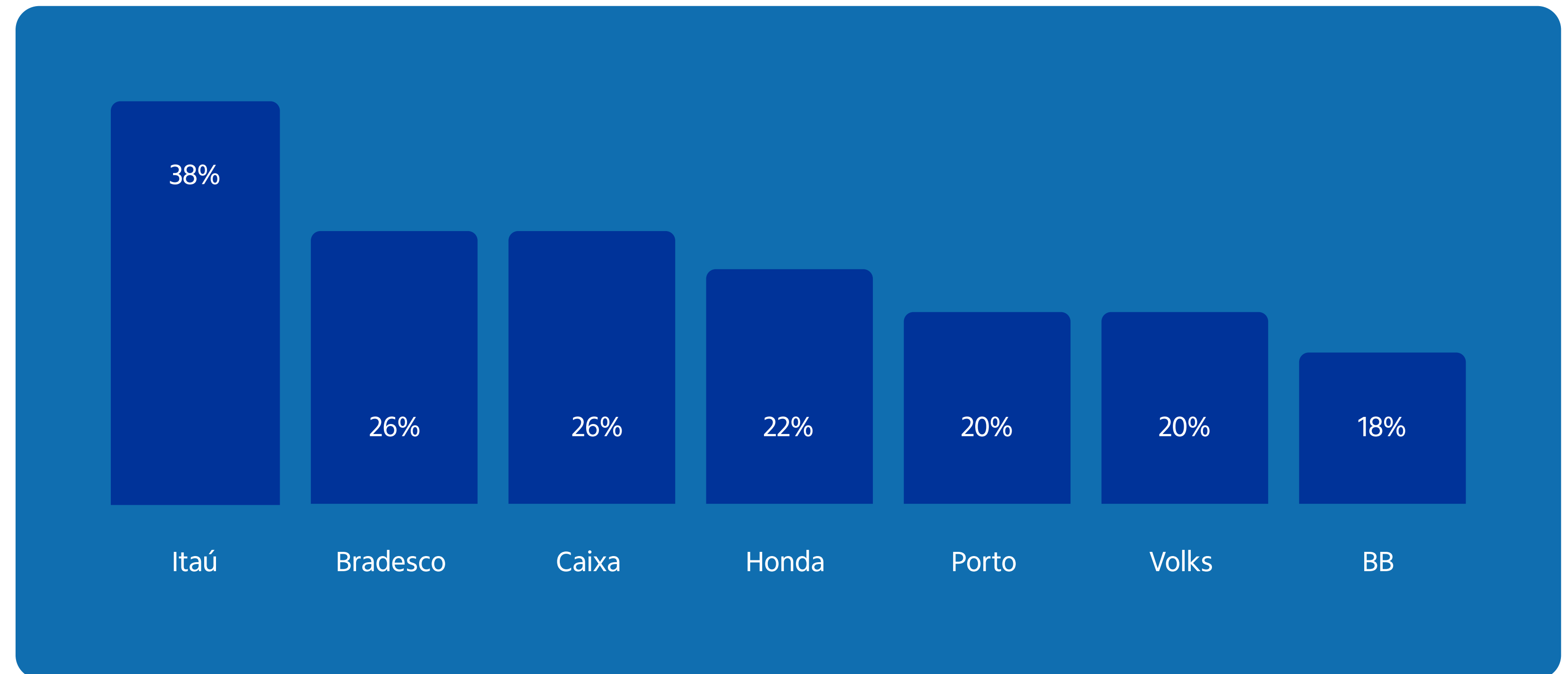
#### canais que pretendem contratar



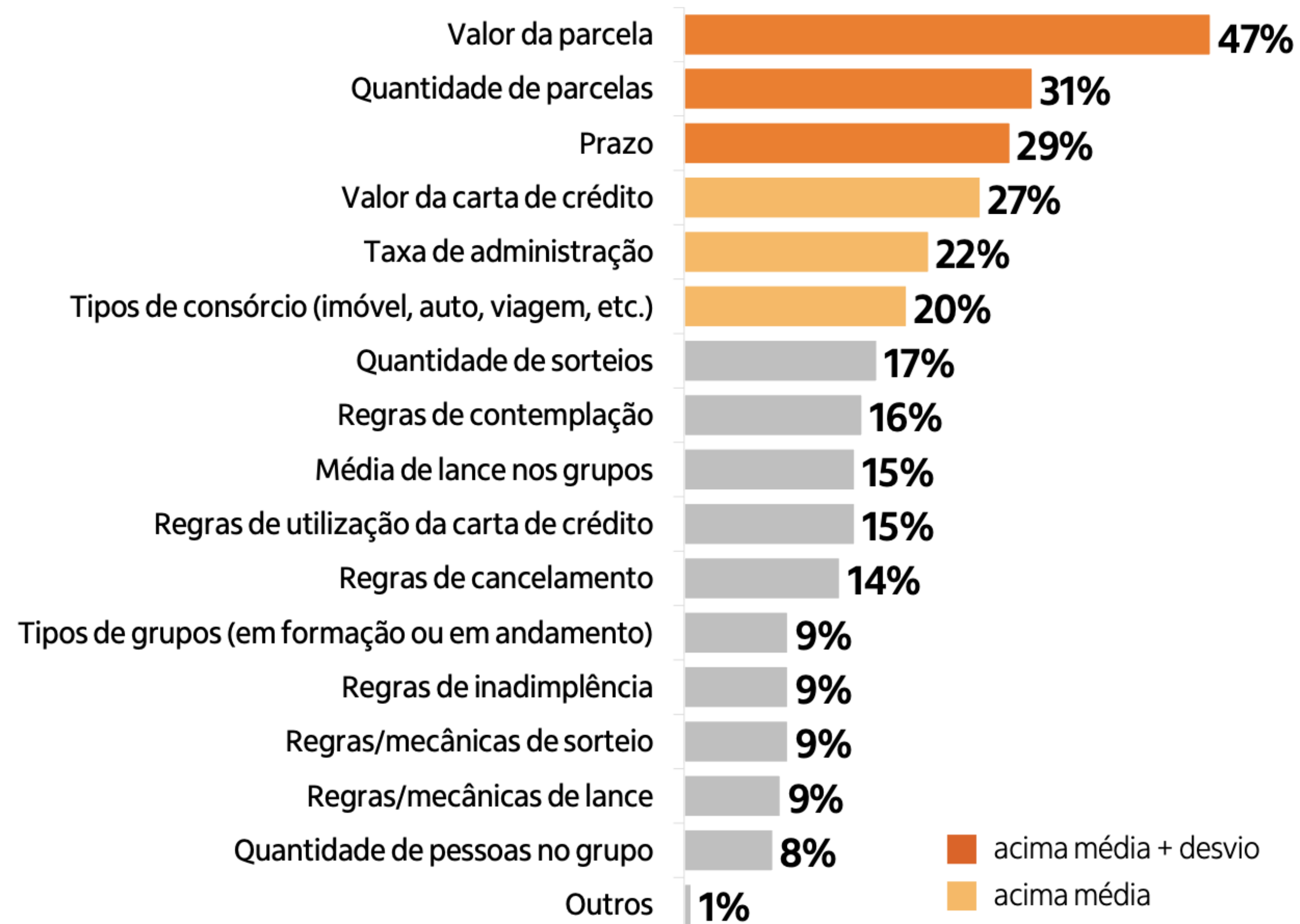
870%

de quem já possui um consórcio ativo, diz que precisou de algum auxílio humano para tirar eventuais dúvidas sobre o produto.

Itaú é um dos principais bancos que mais consideram para contratar um consórcio. Entre aqueles que pretendem contratar um consórcio nos próximos 12 meses, destaque para bancos tradicionais, Honda, Porto Seguro e Volkswagen. Em média, consideram até 3 instituições para a contratação.



## Informações mais importantes para a contratação



## Principais dúvidas na hora da contratação



Preferência por canais com interação com humano, maioria prefere por canais em que possa falar com um especialista para tirar suas dúvidas

37%

**Whatsapp especialista**

21%

**Chat online especialista**

21%

**Contato por telefone com especialista**

6%

**E-mail com especialista**

5%

**Chatbot (robô) | Página com vídeos explicativos**

4%

**FAQ**

Considerando uma contratação de um consórcio por meio digital

66%

**Eu me sentiria seguro**

84%

**Eu gostaria de ter acesso a um especialista para tirar minhas dúvidas**

78%

**Eu gostaria de poder acessar um chat para tirar minhas dúvidas**

80%

**É importante receber os resultados das simulações**

49%

**Eu não precisaria de suporte humano**

53%

**Prefiro contratar um consórcio de forma autônoma**

76%

Mostram-se propensos a realizar contratação de um consórcio de forma digital.

Motivos de não contratação

Entre aqueles com maior probabilidade de **não contratar** por este canal, os principais motivos estão ligados a **insegurança e falta de confiança no canal**, e a **preferencia por atendimento pessoal**.

Motivos de contratação

Entre aqueles com maior **probabilidade** de contratar por este canal, **praticidade e agilidade da contratação** é o principal motivo para adquirirem consórcio digitalmente.

04

Riscos

**Objetivo:** Escreva aqui seu objetivo...

RISCO

**VALOR**

Os clientes comprariam esse produto? Ele é desejável? Existe demanda?

**USABILIDADE**

Os clientes conseguem usar o produto? Os clientes conseguem encontrar o produto?

**FACTIBILIDADE TÉCNICA**

O produto pode ser construído? Qual prazo e custo para a construção?

**VIABILIDADE DE NEGÓCIO**

O produto atende requisitos: regulatório, legal, estratégico, operacional e financeiro?

MÉTODO

**Risco:**

- cliente se sentir seguro contratando sem estar logado
- se sentir mais seguro contratando com um especialista
- cliente comprar por impulso
- perder o cliente ao longo da jornada do consórcio
- risco de baixo uso do canal
- risco do cliente usar o canal para simular e contratar em outro lugar
- aumento de cancelamento pós contratação

**Evidência:**

Descreva suas evidências...

**Decisão:**

- Sim, seguir em frente.
- Não, abandonar o projeto.
- Não sabemos, continuar aprendendo.

**Risco:**

- o cliente não entender o produto
- contratar achando que tá simulando
- falta assistencia ao longo da jornada
- contratar uma cota que não faça sentido pra ele
- não conseguir mapear a experiência (likert)

**Evidência:**

- alto cancelamento em MOB7

**Decisão:**

- Sim, seguir em frente.
- Não, abandonar o projeto.
- Não sabemos, continuar aprendendo.

**Risco:**

- grande adaptação das atuais APIs
- barreira de entrada do novo canal
- squad sem front no momento
- dependência da RV
- risco de crédito reprovado

**Evidência:**

- alto cancelamento em MOB7

**Decisão:**

- Sim, seguir em frente.
- Não, abandonar o projeto.
- Não sabemos, continuar aprendendo.

**Risco:**

- Canibalização dos canais assistidos;
- Cliente ter receio de contratar alto valor;
- RGO do canal muito alto;
- Investimento de tempo e dinheiro e o retorno.
- dividir verba de mídia com a RV
- formas de pagamento da primeira parcela

**Evidência:**

- alto cancelamento em MOB7

**Decisão:**

- Sim, seguir em frente.
- Não, abandonar o projeto.
- Não sabemos, continuar aprendendo.

05

Oportunidades

## Objetivo de negócio

O que queremos quando a solução for implementada?

Ter um canal de autoserviço E2E para não logado.

## Resultados-chave

Como saber se fomos bem sucedidos?

### KRs

- Aumento de vendas
- Aumento de RGO
- Cancelamento em MOB0

## Problema do usuário

O que queremos resolver?

**Hipótese 1** - Faz sentido para o cliente do não-logado se auto servir durante a sua jornada dentro do /consórcio, já que, ao entrar, simular e gerar o lead, o cliente já toma a jornada independentemente e poderia também finalizar a contratação dentro da própria jornada.

**Hipótese 2** - Clientes que simulam sozinho através do /consórcio, se sentem mais seguro de fechar uma contratação por conta própria do que ao serem convertidos por um parceiro.

**Hipótese 3** - Clientes que entram no simulador e já contratou outras cotas, tem mais facilidade em se auto servir.

**Hipótese 4** - cliente se sente induzido pelo especialista a contratar e posteriormente se sente enganado

## Mercado

Qual é o público alvo do projeto?

- Mar aberto
- Cliente que já teve contato com consórcio e cliente que não teve contato

06

Conclusão

01

Há potencial de contratação por um canal digital (76%). Praticidade e comodidade de realizar a contratação pelo celular/computador é o principal motivo por trás da intenção.

02

Canais digitais já representam parte significativa das possíveis contratações (~40%)

03

Entre quem possui consórcio, há necessidade de contato humano para tirar eventuais dúvidas, onde 87% diz que precisou desse tipo de auxílio.

04

Parcela e prazo são informações mais importantes para avaliarem contratação do consórcio.

05

Valor carta de crédito, taxa e tipo de consórcios também são destacados como importantes

06

Dentre as principais dúvidas, destaque para as regras de contemplação. Entretanto, há grande dispersão dos resultados, que pode estar associado a um baixo conhecimento sobre o produto e suas mecânicas.

07

Para sanar eventuais dúvidas, preferem por um contato humano (via whats, chat online e/ou telefone)

07

próximos passos

# 01

Fazer dinâmica com os stakeholders para levantar mais dúvidas, hipóteses e riscos

# 02

Desenvolver protótipos e possíveis fluxos iniciais da contratação e2e

# 03

Testar as possíveis jornadas

# 04

SUM via LAB da jornada escolhida (v1)