



PESQUISA ANY

Base de clientes Stone

08/05/2024

Objetivos da Pesquisa

Dividimos a pesquisa em dois objetivos diferentes: no primeiro, determinar qual é a % da base da Stone que pode ser cliente da Any, e no segundo, aprofundar como é a operação e quais são as dores desse cliente.



PESQUISA

Com a ajuda de 3 pessoas da Liga e do Caça, fizemos a pesquisa por as ligação e HSM para clientes aleatórios da base da Stone.

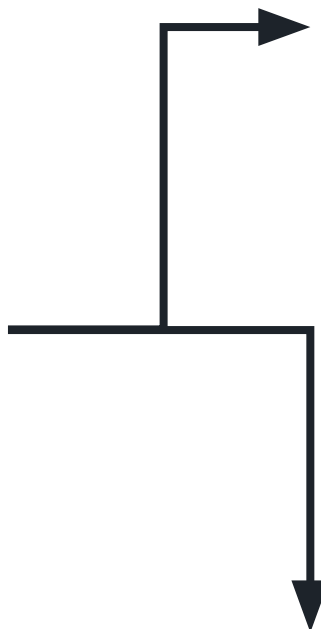
Filtros: TPV > 15k

Grau de confiança: 90%

Margem de erro: 5%

Amostra necessária: 273 respostas

Ligações realizadas: 3.000 ligações



OBJETIVO 1

Realizar a pesquisa com clientes aleatórios da base Stone com o objetivo de determinar **% da base que é público alvo da Any** (resposta = realiza venda distância).

OBJETIVO 2

Realizar a pesquisa com clientes aleatórios da base Stone para **investigar sobre canal, método de pgto e método de entrega dos clientes que de fato fazem venda a distância**.

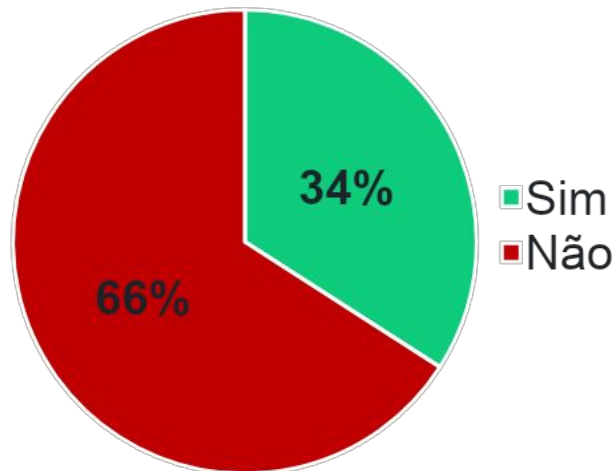
Resultados da Pesquisa

A partir de uma base totalmente aleatória, para que a pesquisa tivesse relevância estatística, dos clientes que conseguimos contato 34% fazem vendas a distância. Entretanto, para chegar no público alvo da Any de fato precisamos excluir os clientes do segmento FOOD, o que nos deixa com 21% da base Stone como público alvo da Any.



OBJETIVO 1:

- **Pergunta:** “Você realiza vendas a distância? Por exemplo, por telefone, WhatsApp, Instagram, site próprio ou Marketplace.”
- **Respostas pelo telefone:** 1.006
- **Respostas pelo HSM:** 24
- **Resultado:** 34% dos clientes fazem venda a distância (351 clientes)
- **BASE DE CLIENTES ALEATÓRIA**



A partir das respostas, precisamos excluir os MCCs de FOOD, ou seja **21% da base de clientes Stone é de fato público alvo da Any** (na pesquisa, 180 clientes).

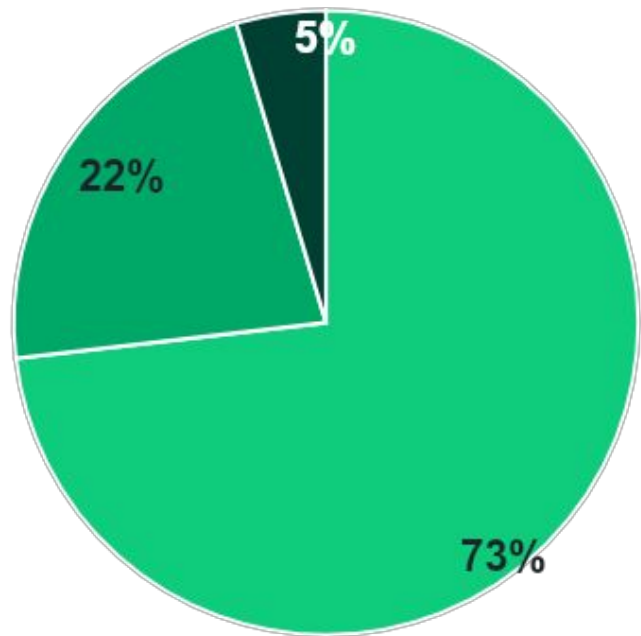


Para o segundo objetivo da pesquisa, entramos em detalhe em alguns pontos sobre a operação e as dores de quem faz venda distância. Conseguimos perceber que a maioria dos clientes realiza vendas somente para clientes da sua cidade, o que reforça o nosso produto de entrega local.



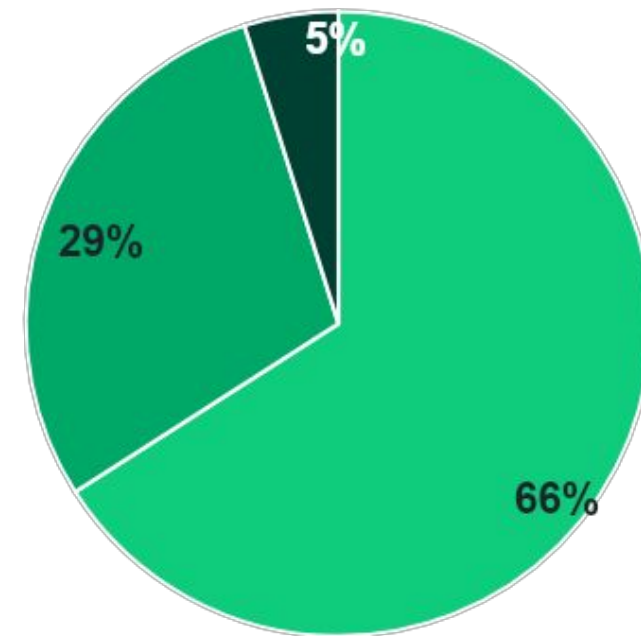
OBJETIVO 2: Para qual tipo de cliente você vende?

Todos os Clientes



- Somente para clientes da minha região/cidade
- Para os dois tipos de cliente
- Somente para clientes de outras cidade

Ex Clientes FOOD

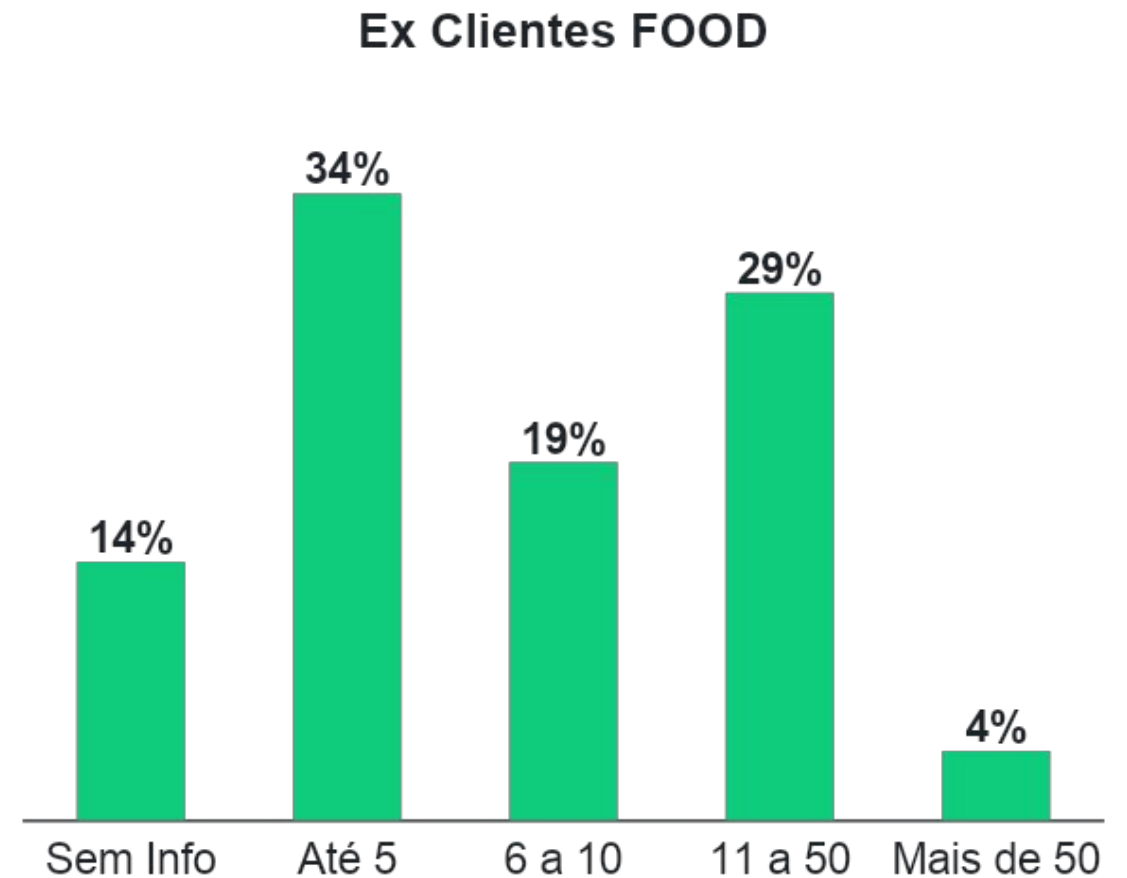
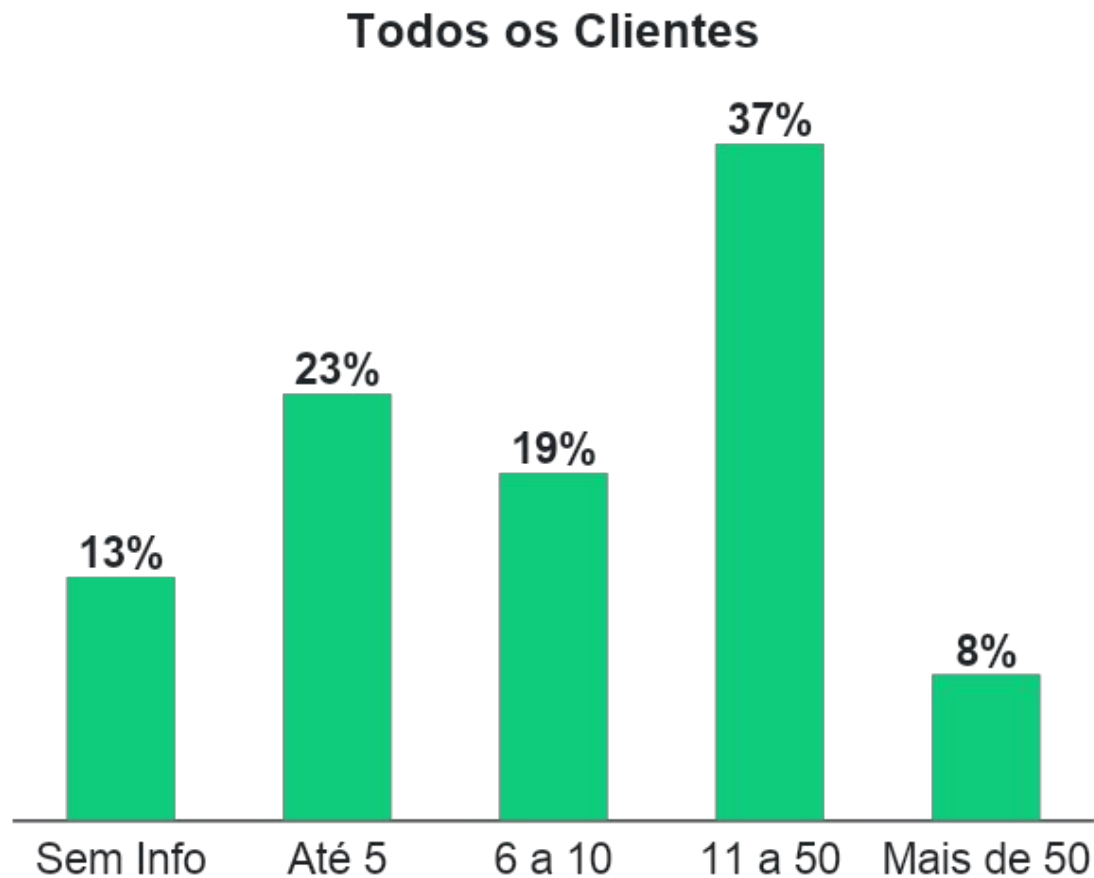


- Somente para clientes da minha região/cidade
- Para os dois tipos de cliente
- Somente para clientes de outras cidade

Para o segundo objetivo da pesquisa, entramos em detalhe em alguns pontos sobre a operação e as dores de quem faz venda distância. **Vemos uma mudança mais expressiva de comportamento nessa pergunta tirando os clientes do segmento FOOD, com a quantidade diária diminuindo.**



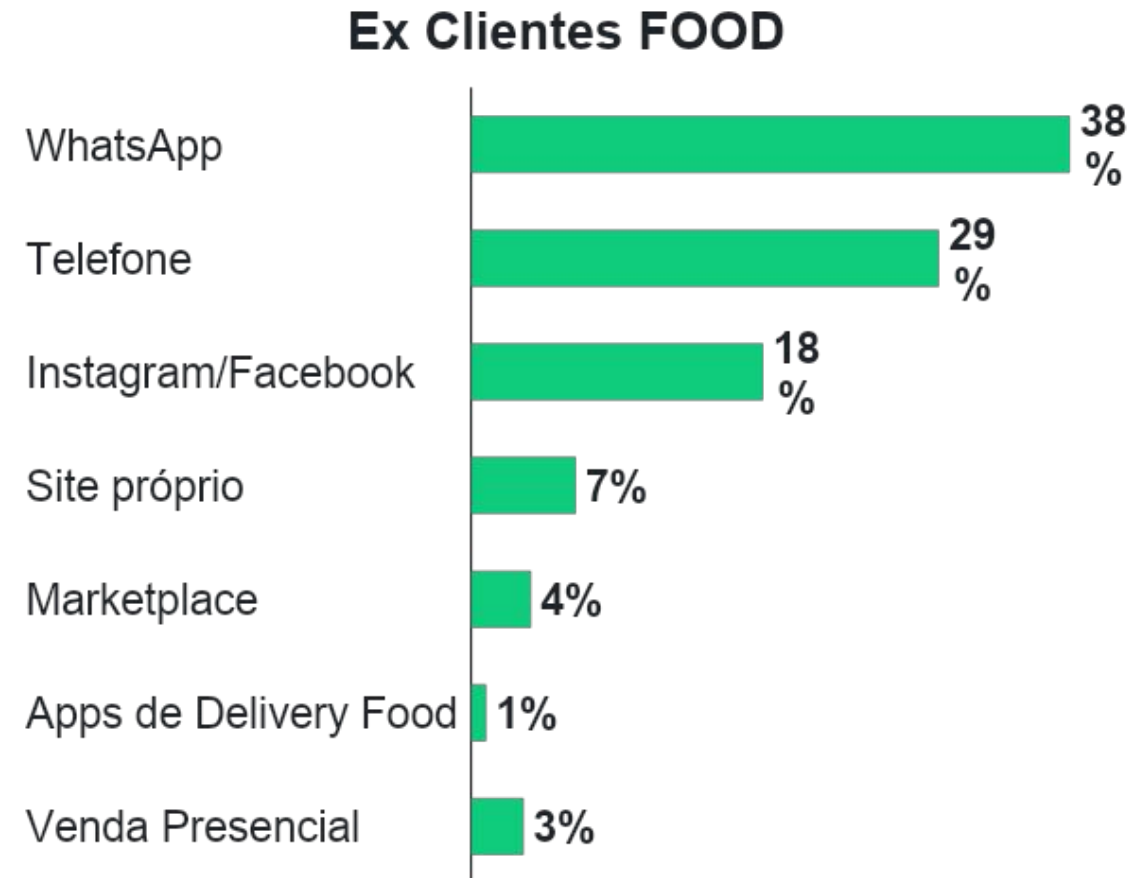
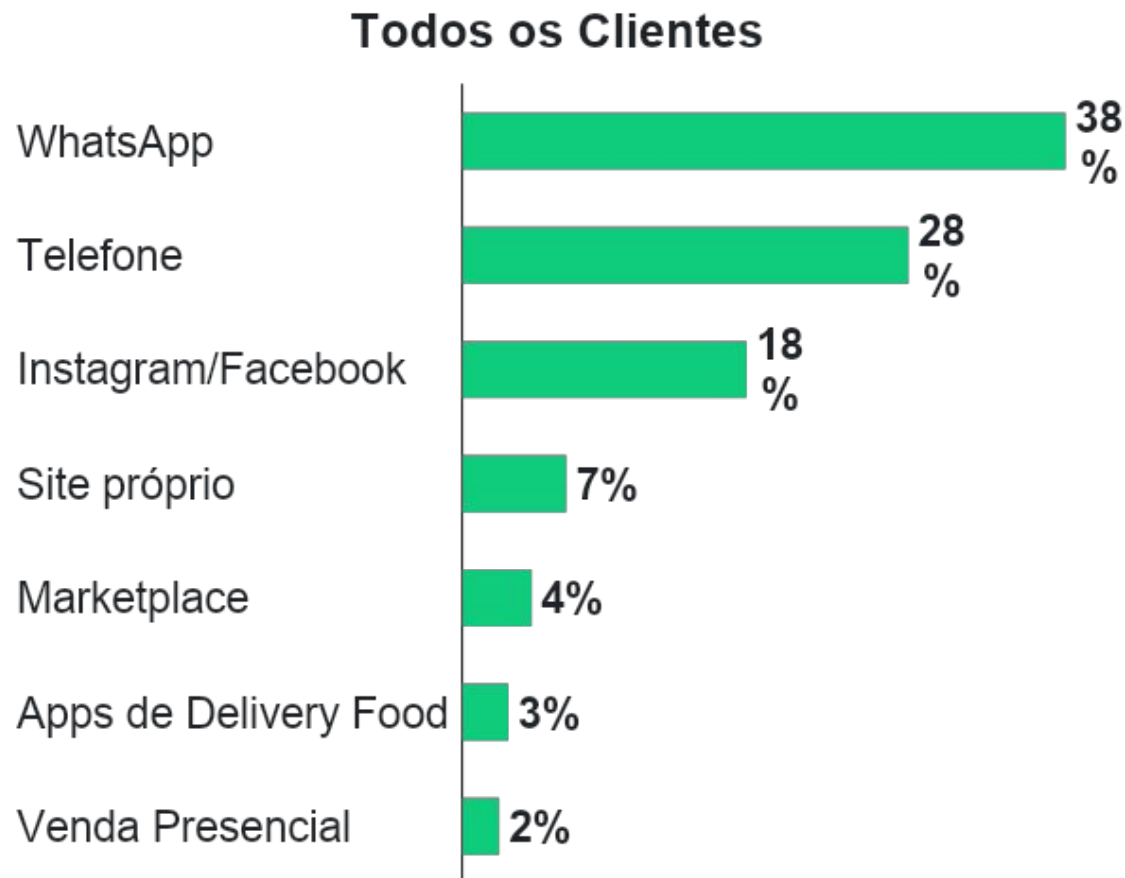
OBJETIVO 2: Quantas vendas você faz por dia?



Para o segundo objetivo da pesquisa, entramos em detalhe em alguns pontos sobre a operação e as dores de quem faz venda distância. Os três maiores canais são canais de venda mais informais, o que também reforça a necessidade da utilização de produtos como a Any para fazer as entregas.



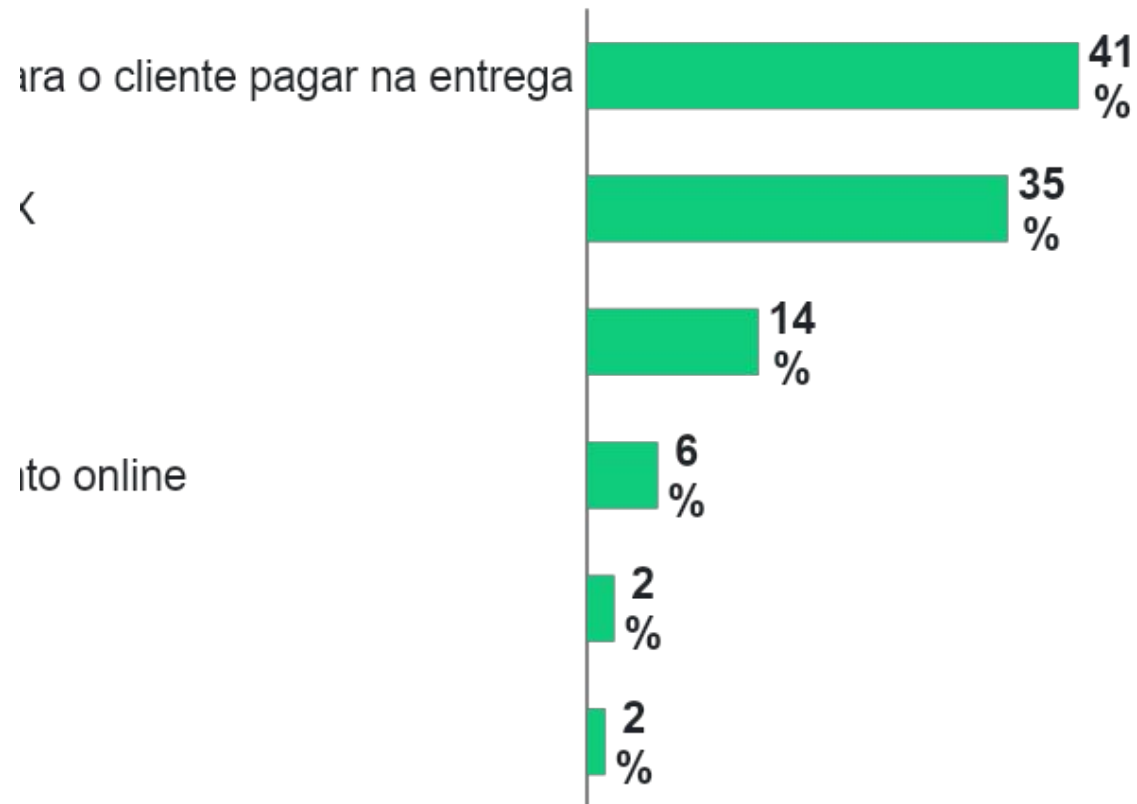
OBJETIVO 2: Por qual canal você realiza as vendas a distância?



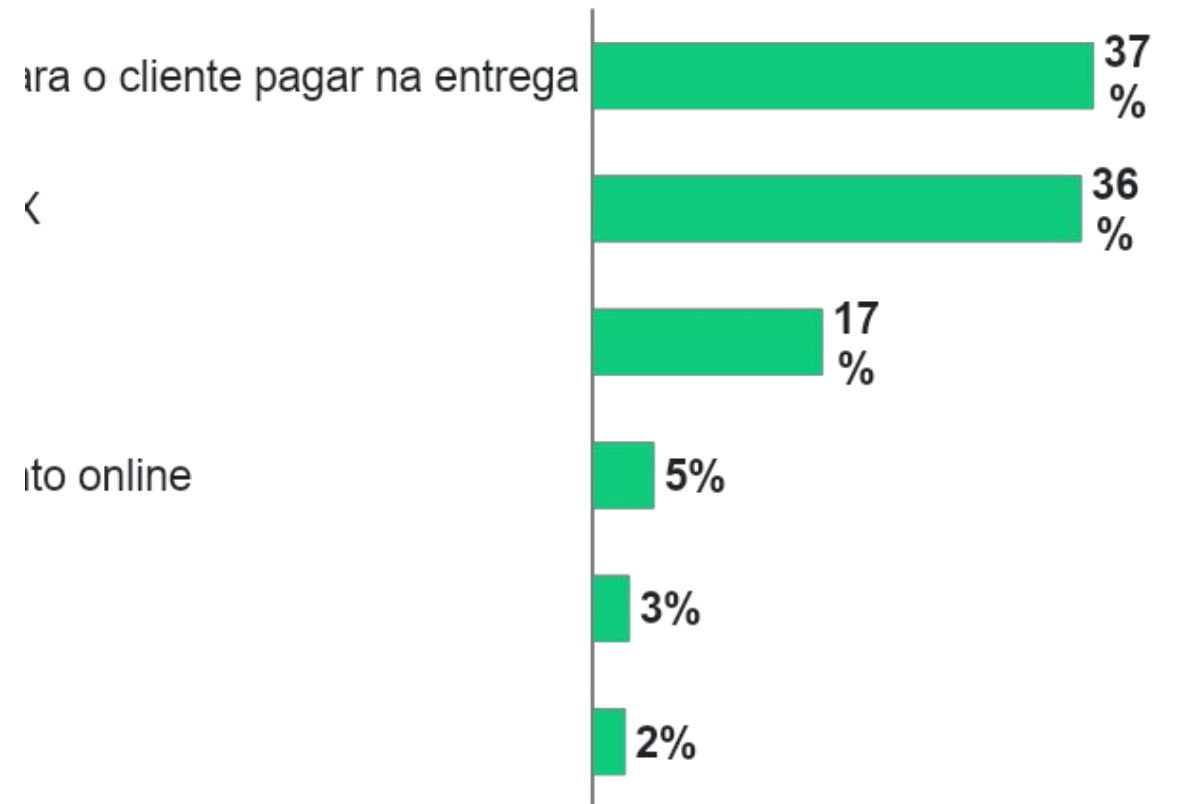


OBJETIVO 2: Como você faz a cobrança das vendas a distância?

Todos os Clientes



Ex Clientes FOOD

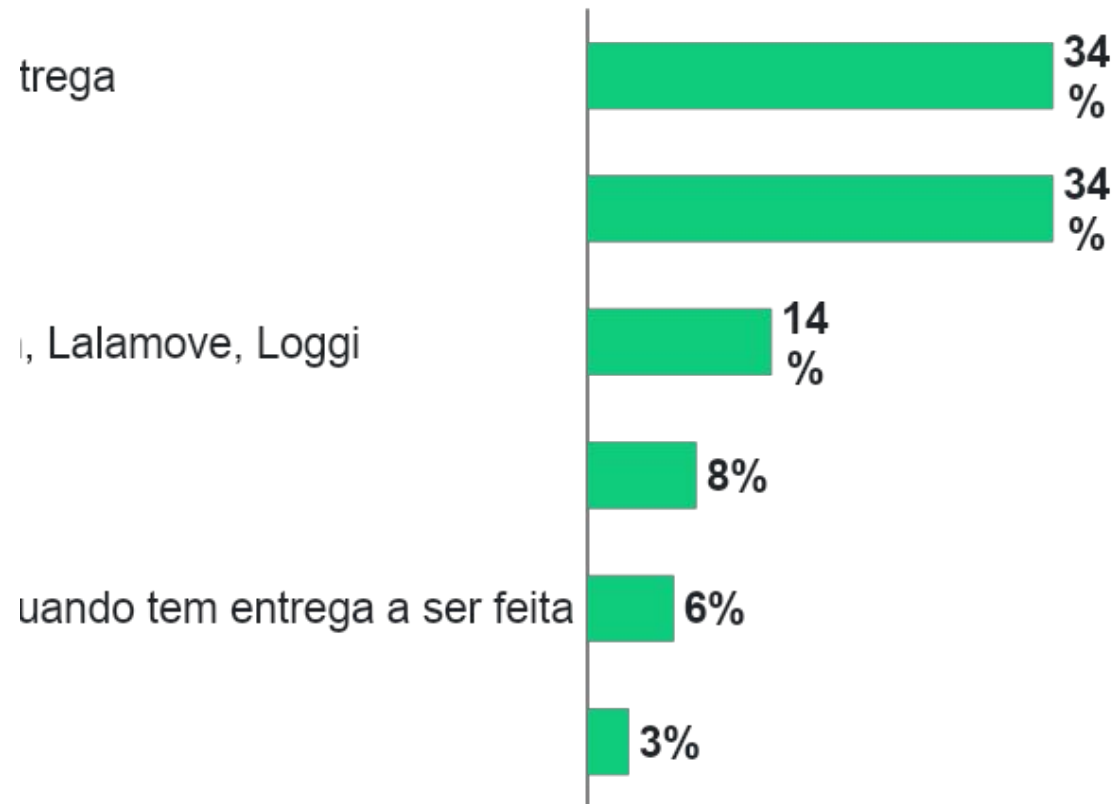


Para o segundo objetivo da pesquisa, entramos em detalhe em alguns pontos sobre a operação e as dores de quem faz venda distância. Assim como vimos nos canais de venda, a entrega também é feita de forma bastante informal, mostrando a necessidade de um produto como a Any.

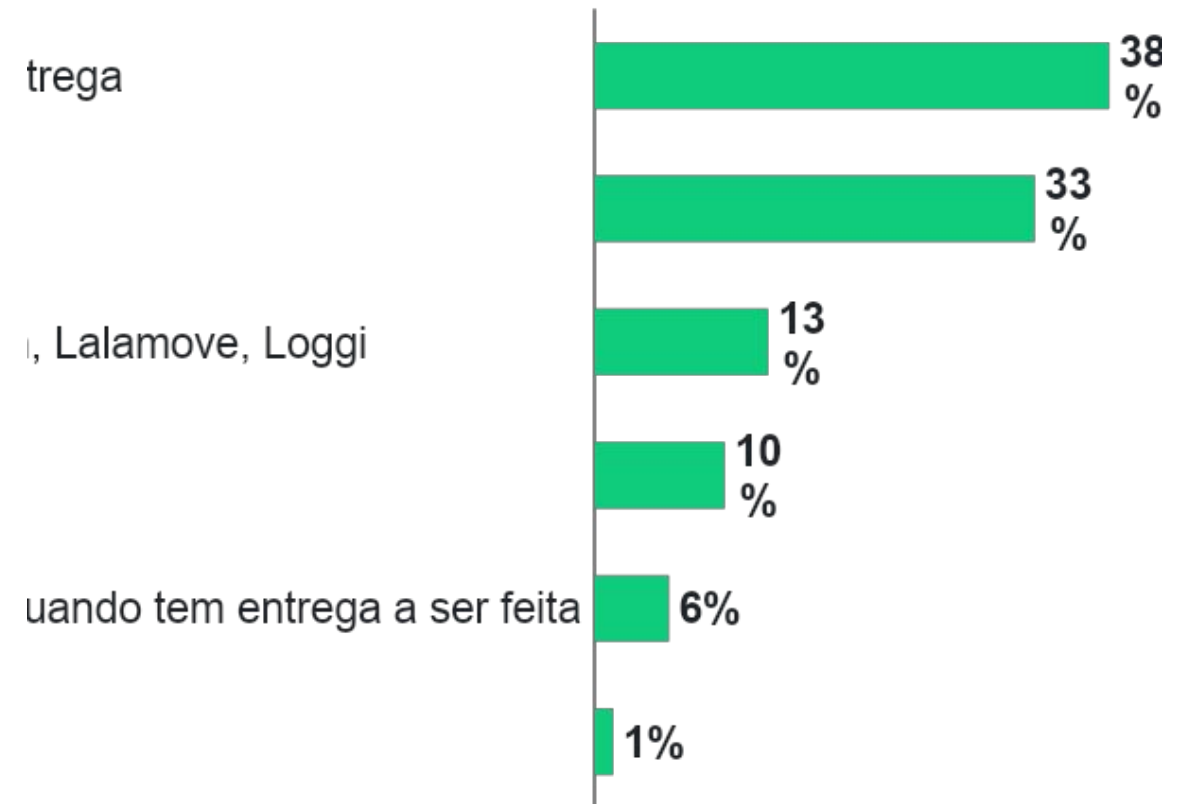


OBJETIVO 2: Como você realiza a entrega das vendas a distância?

Todos os Clientes



Ex Clientes FOOD

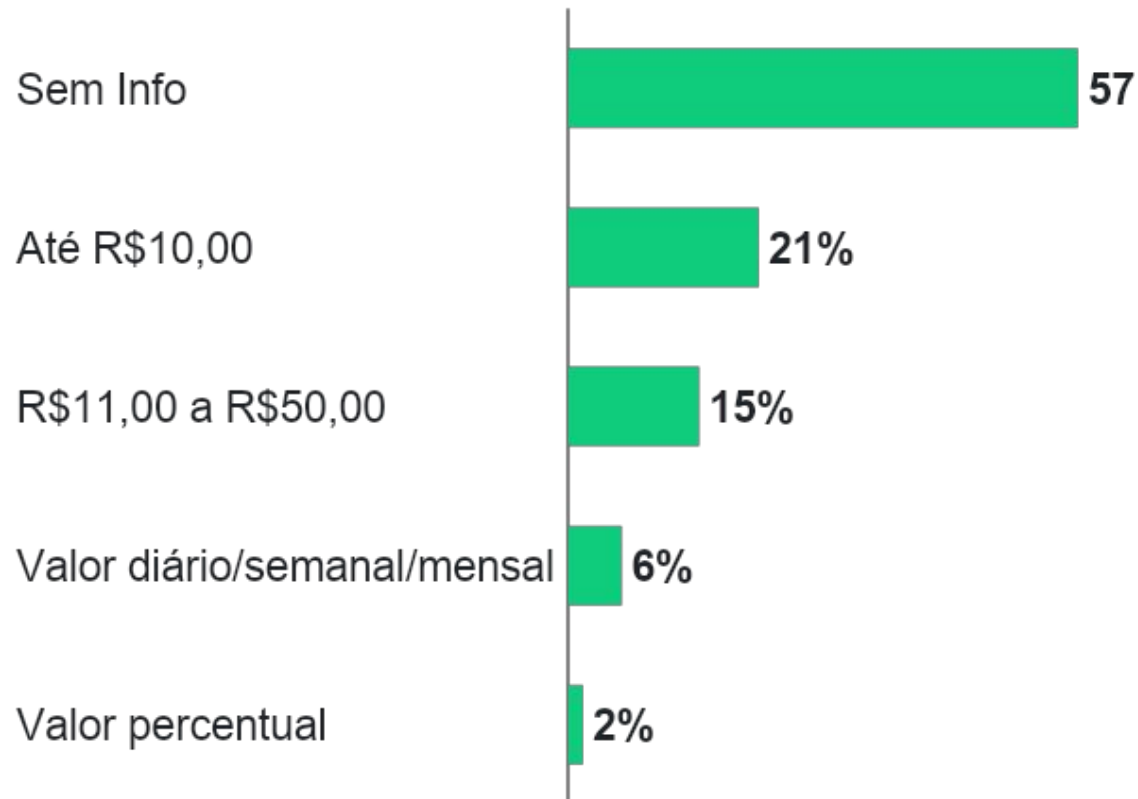


Para o segundo objetivo da pesquisa, entramos em detalhe em alguns pontos sobre a operação e as dores de quem faz venda distância. **A falta de informação nas respostas dessa pergunta traz uma informação importante: os nossos clientes têm pouca gestão sobre o gasto com entrega.**

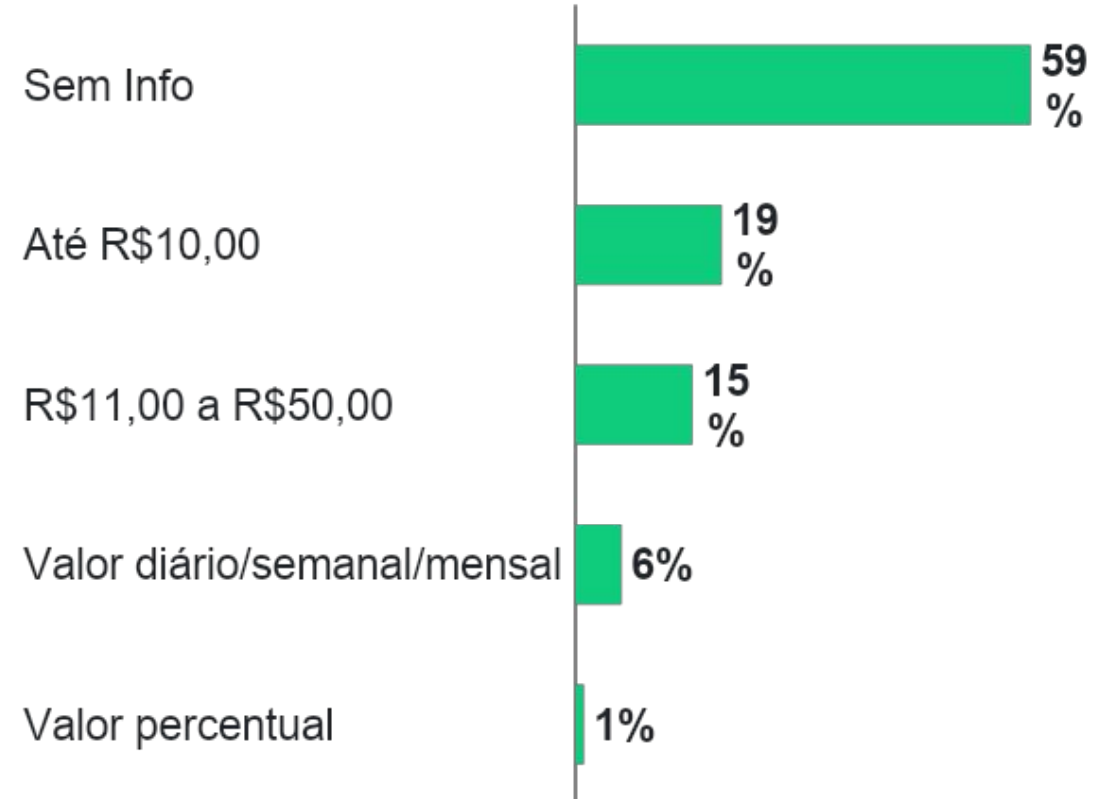


OBJETIVO 2: Qual é o custo médio da entrega?

Todos os Clientes



Ex Clientes FOOD

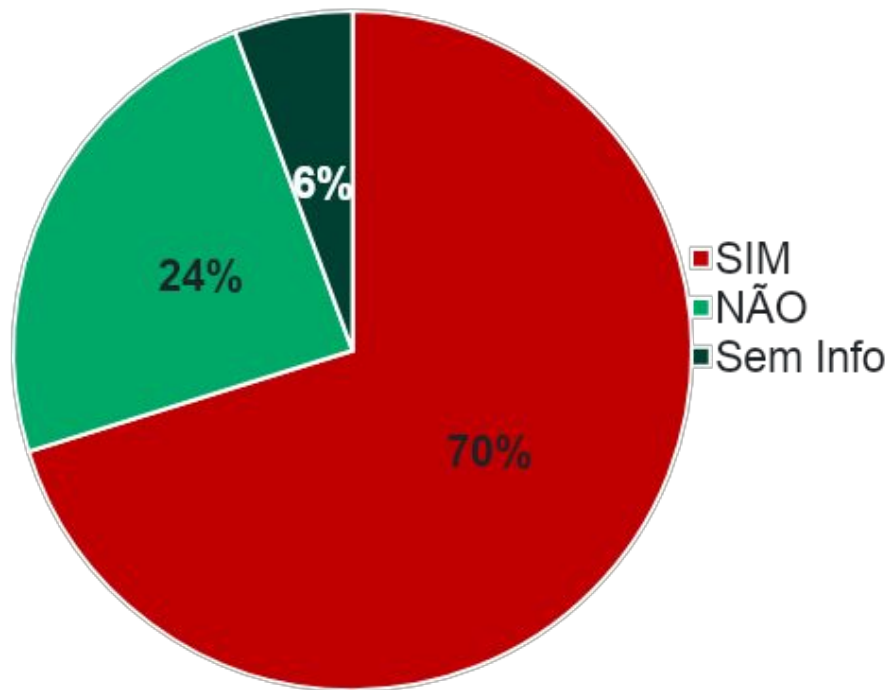


Para o segundo objetivo da pesquisa, entramos em detalhe em alguns pontos sobre a operação e as dores de quem faz venda distância. Essa pergunta fala diretamente da qualidade do serviço que o cliente está prestando, então acreditamos que as respostas podem não refletir a realidade.

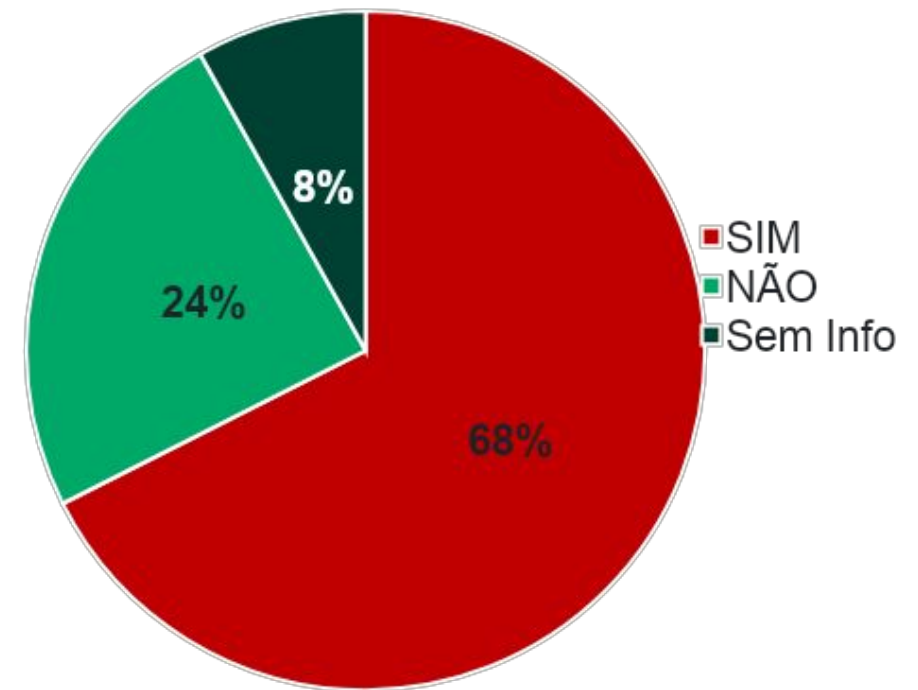


OBJETIVO 2: Você está satisfeito com seu método de entrega?

Todos os Clientes



Ex Clientes FOOD

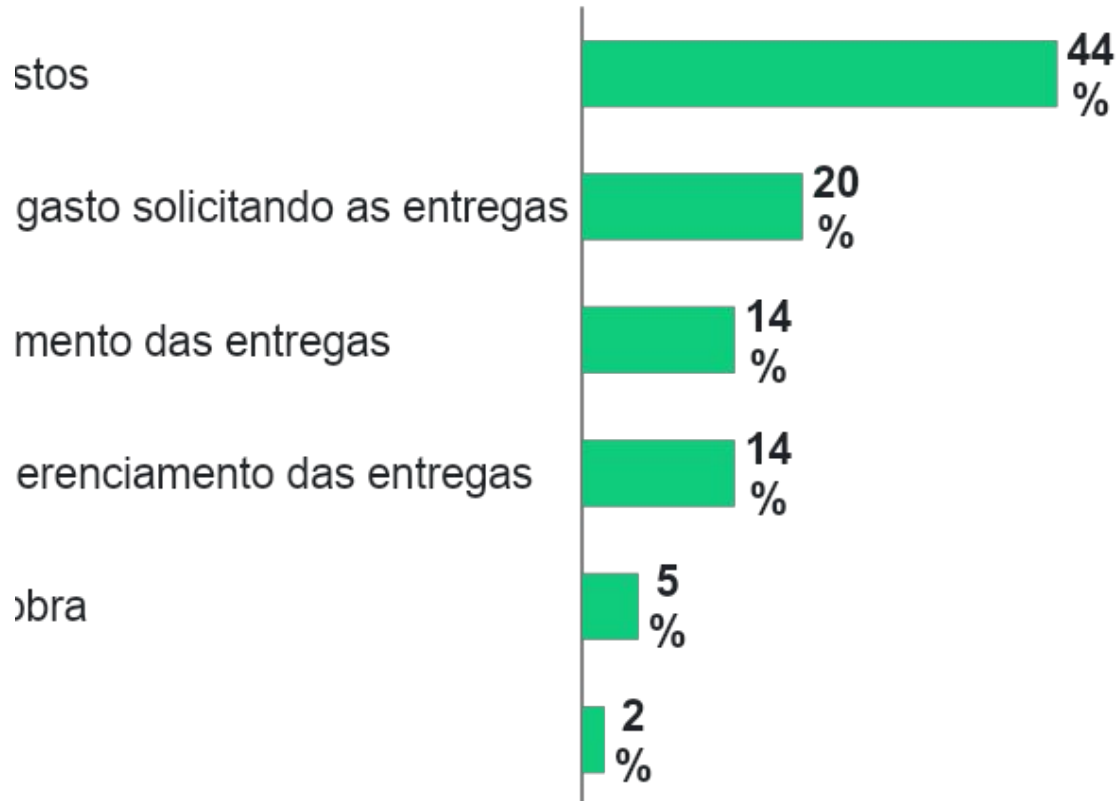


Para o segundo objetivo da pesquisa, entramos em detalhe em alguns pontos sobre a operação e as dores de quem faz venda distância. **Indo de encontro com a pergunta de custo por entrega, os clientes reportam que precisam melhorar sua gestão financeira dos custos de entrega.**

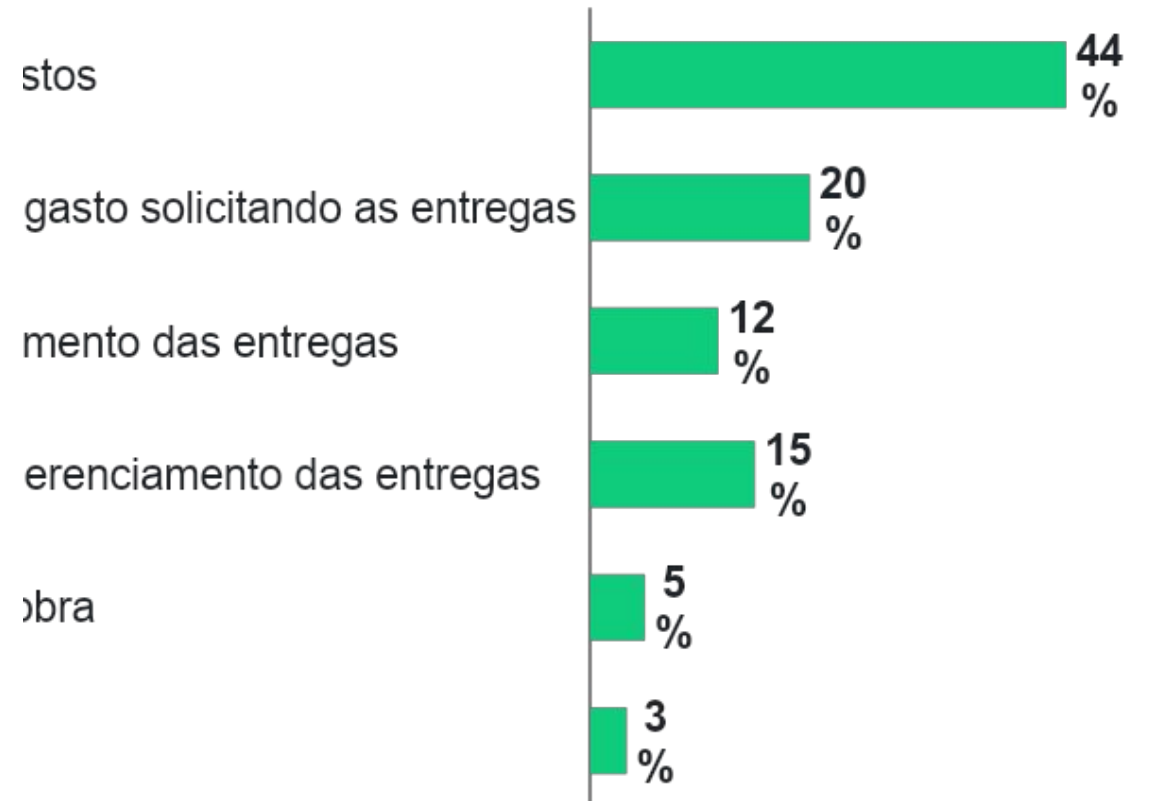


OBJETIVO 2: O que você melhoraria no seu método de entrega?

Todos os Clientes



Ex Clientes FOOD

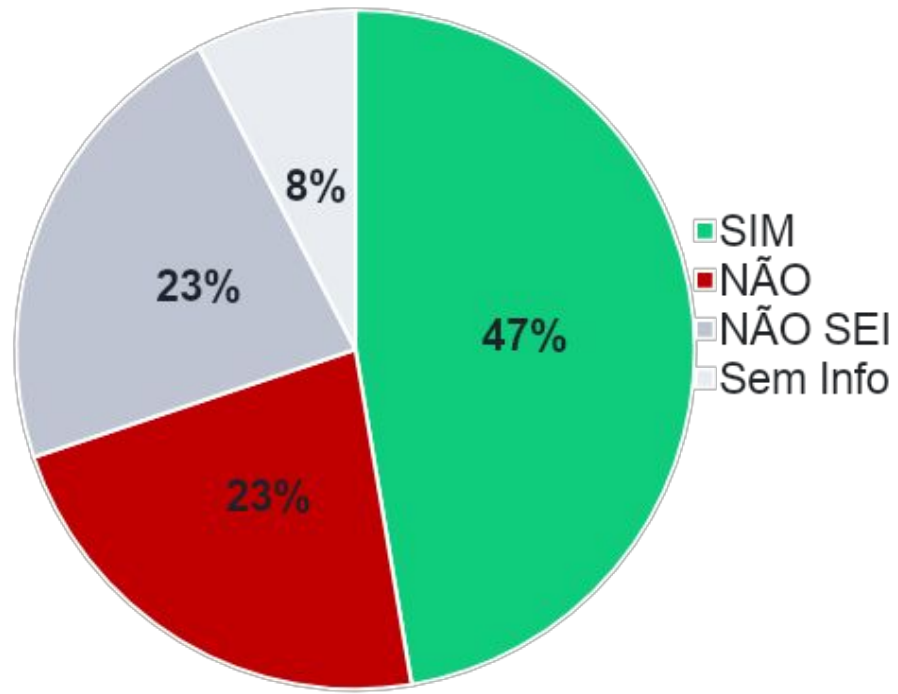


Para o segundo objetivo da pesquisa, entramos em detalhe em alguns pontos sobre a operação e as dores de quem faz venda distância. Para testar a tese do POS Connect fizemos essa pergunta mais direta, e realmente existe uma base de clientes que sente essa necessidade.

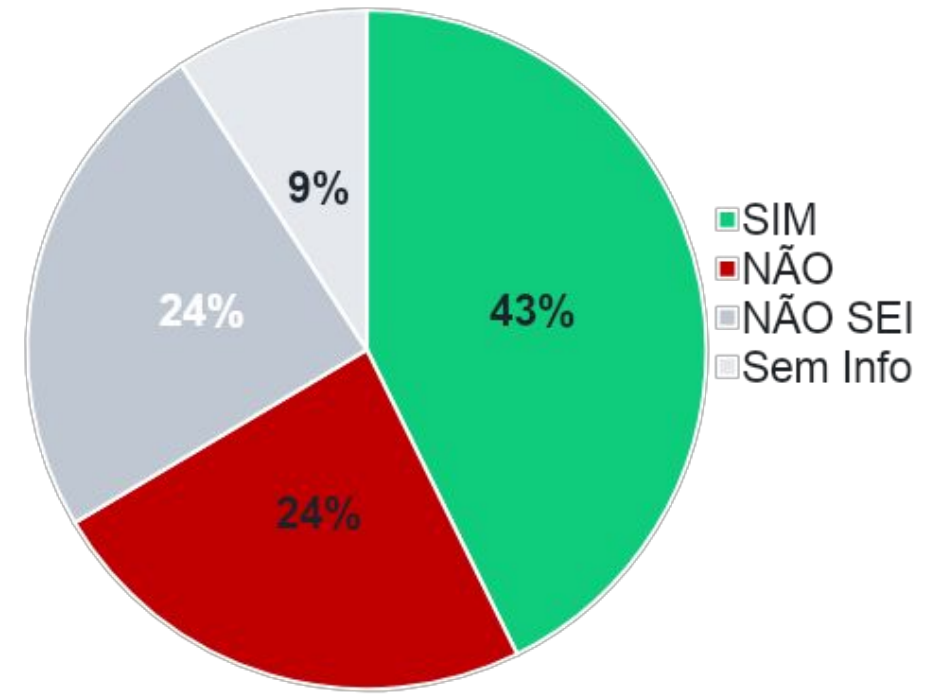


OBJETIVO 2: Você sente a necessidade de enviar o POS com a entrega?

Todos os Clientes



Ex Clientes FOOD





Principais takeaways:

1. Mais de 50% dos clientes consultados tinham o TPV abaixo de 50k.
2. A quantidade de clientes que fazem venda somente dentro da cidade é expressivamente maior. Isso pode nos direcionar a **focar mais no produto de entregas expressas**.
3. **A maioria dos clientes consultados fazem vendas ainda por canais informais** (WhatsApp, telefone e redes sociais). Além disso, **mais de 30% dos clientes fazem as entregas por conta própria**. Esse é o cliente que tipicamente não tem uma solução logística bem encaixada e se beneficiaria da Any.
4. 41% dos clientes disseram que enviam o POS com o entregador, **grande potencial para implementarmos o POS do Angel**.
5. A falta de informação nas respostas sobre custo de entrega traz uma informação importante: **os nossos clientes têm pouca gestão sobre o gasto com entrega**. Além disso, na pergunta sobre melhorias, 44% dos clientes mencionam a diminuição de custo como uma dor presente.