



# Conta Stone

# Estudo de perfis de uso

Time Insights & UX Research

02.08

stone



# Agenda

- 1 Metodologia
- 2 Sumário executivo
- 3 Perfis de uso
- 4 Resumo de comportamento



## METODOLOGIA

## Amostras

## Heavy User

**Clientes com maior engajamento na base de Banking User.**

- Clientes que tiveram um número de transações da soma de pré-pago, recargas, saque, boletos pagos, slc (liquidações de adquirência) e boletos Stone liquidados maior ou igual a 70.
- Clientes que tiveram um número de acessos no aplicativo maior ou igual a 24.

**Amostra:** 205 respondentes

## Banking User

**Clientes da base de Banking User que não são Heavy Users.**

**Amostra:** 195 respondentes

## Inativo

**Cliente que possui uma conta apta de banking na Stone e que não transacionou no mês de maio e junho.**

**Amostra:** 202 respondentes

## Sem Conta

**Cliente de adquirência que não possui conta apta em banking na Stone.**

**Amostra:** 44 respondentes<sup>2</sup>

1. Critérios da base Banking User:

- Porcentagem de movimentação para si mesmo menor que 50%.
- Porcentagem de boleto, cartão pré-pago, saque e recargas sobre o Money Out total maior ou igual a 34,94%.
- Porcentagem de slc (liquidações de adquirência) de outras adquirentes e emissão de boletos sobre o Money In total maior ou igual a 95,64%.

2. Resultados indicativos da base Sem Conta, devido ao baixo número de respondentes.



# Agenda

- 1 Metodologia
- 2 Sumário executivo
- 3 Perfis de uso
- 4 Resumo de comportamento



# Sumário executivo

Principais conclusões obtidas a partir do estudo:

1.

**Metade dos Heavy Users utilizam a Conta Stone como principal, têm menor dependência em produtos de crédito e valorizam a conta como uma solução completa**, onde controlam seus recebimentos e realizam seus pagamentos - ainda assim, existe oportunidade de aumentar o uso de produtos como Pix no POS e boletos, dado que ainda utilizam contas e produtos bancários em outras instituições.

2.

**A outra metade dos clientes Heavy Users tem maior necessidade de produtos de crédito**, porém, 89% já tem domicílio bancário conosco e poderiam ser bons candidatos para serem priorizados na oferta de crédito.

3.

**O cliente Banking User vê a Conta Stone como uma conta para controlar os seus recebimentos**, mas não é somente a falta de crédito que é importante para este perfil: ter agência física, gerente e saque também são relevantes - e podem ser pontos de discussão para o time sobre formas distintas de servir este perfil de cliente com necessidades específicas.

4.

**O cliente Inativo não se interessa pela Conta Stone porque não mantém uma relação muito próxima com a maquininha e ainda têm gap de conhecimento da conta (17%)** - metade da base não possui a Stone como maquininha principal. Contudo, há oportunidade de aumentar o engajamento desses clientes com a maquininha e a conta, tendo em vista que a Conta Stone já é quase uma solução completa para esse perfil, faltando apenas o cartão de crédito.

5.

**Entre os clientes Sem Conta, existem desafios de consideração (48% não consideram) e produto** - em comparação com outros perfis, utilizam serviços financeiros mais complexos, como pagamentos em lote (28%), folha de pagamento (21%), saque (16%), rendimento (13%) e cheque (15%). No entanto, 71% têm Stone como maquininha principal.


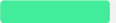



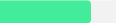
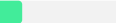

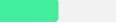
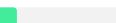
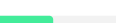

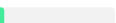



# Agenda

- 1 Metodologia
- 2 Sumário executivo
- 3 Perfis de uso
- 4 Resumo de comportamento



# Existe um perfil que a Conta Stone já atende, mas que ainda há oportunidade de trazê-lo 100% para a Stone; e existem os perfis que já possuem outra conta, e só migrariam para a Stone a partir da oferta de benefícios

	01 Heavy User Banking User mais engajado	02 Banking User Banking User exceto H.U.	03 Inativo Base AB e B inativa na CS	04 Sem Conta Apenas base A
Características¹	<b>58%</b> SMB Small¹ <b>36%</b> Micro <b>3%</b> Medium  <b>40%</b> Alimentação¹ <b>21%</b> Supermercado/farmácia <b>13%</b> Bens duráveis	<b>51%</b> Micro¹ <b>43%</b> SMB Small <b>6%</b> Medium  <b>35%</b> Alimentação¹ <b>16%</b> Varejo <b>14%</b> Bens duráveis	<b>52%</b> Micro¹ <b>41%</b> SMB Small <b>4%</b> Medium  <b>23%</b> Bens duráveis¹ <b>21%</b> Serviços <b>19%</b> Alimentação	<b>51%</b> Micro¹ <b>42%</b> SMB Small <b>6%</b> Medium  <b>23%</b> Alimentação¹ <b>20%</b> Serviços <b>18%</b> Bens duráveis
Uso Stone	Maquininha principal  <b>81%</b> Domicílio¹  <b>90%</b> Conta principal  <b>50%</b> Pix In POS¹  <b>65%</b>	Maquininha principal  <b>76%</b> Domicílio¹  <b>75%</b> Conta principal  <b>22%</b> Pix In POS¹  <b>49%</b>	Maquininha principal  <b>49%</b> Não conhece a conta  <b>17%</b> Já testou a conta  <b>45%</b>	Maquininha principal  <b>71%</b> Não conhece a conta  <b>14%</b> Já testou a conta  <b>25%</b>
Relação Stone	Vê a Conta Stone como uma <b>solução completa</b> onde: <ul style="list-style-type: none"> <li>Controla os seus recebimentos</li> <li>Realiza os pagamentos do negócio</li> </ul>	Vê a Conta Stone como a <b>conta da maquininha</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Para controlar os seus recebimentos</li> </ul> <b>Mas não como a proposta de conta corrente que ele busca.</b>	O cliente não utiliza a Conta Stone porque <b>já possui uma conta para o negócio que resolve tudo o que precisa</b> > Não sente a necessidade de ter outra conta.	O cliente não utiliza a Conta Stone porque já possui uma conta que oferece vantagens <b>&gt; Depende de produtos que a Conta Stone não oferece.</b>
Oportunidades	Maior probabilidade de <b>adesão a novos produtos</b> Ainda há oportunidade de trazer o cliente <b>100% para a Stone</b>	Aumentar o engajamento do cliente aos poucos, oferecendo <b>benefícios e tarifas baixas</b>	Aumentar o engajamento do cliente com a maquininha e incentivar o domicílio, oferecendo <b>vantagens na oferta conta &amp; maquininha</b>	Incentivar o domicílio a partir de <b>vantagens na maquininha e benefícios significativos na conta</b> (ex: produtos de crédito).

Características (DADOS<sup>1</sup>)

O perfil de cliente Heavy User vê a Conta Stone como uma **solução completa**, mas ainda depende de outra conta para ter acesso a produtos de crédito

**58%** SMB Small

**36%** Micro  
**3%** Medium

**40%** Alimentação

**21%** Supermercado/farmácia  
**13%** Bens duráveis

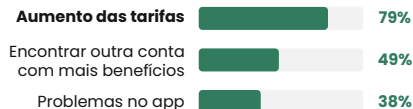
## Relação com a Stone

**81%** Maquininha principal**90%** Domicílio<sup>1</sup>**50%** Conta principal**65%** Pix In POS<sup>1</sup>

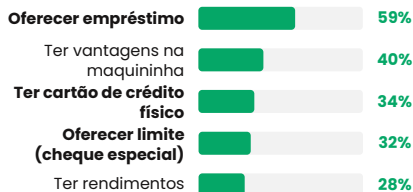
Vê a Conta Stone como uma **solução completa**, onde controla os seus recebimentos e realiza os pagamentos do negócio

Motivos para os clientes **usarem** a Conta Stone

O que os clientes mais gostam sobre a conta é que **conseguem fazer tudo em um lugar só**, acompanhar recebíveis e fazer pagamentos (34%), e que **é fácil de usar** (33%).

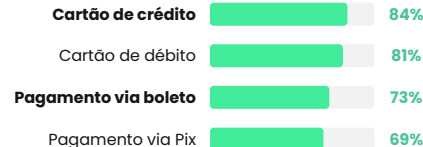
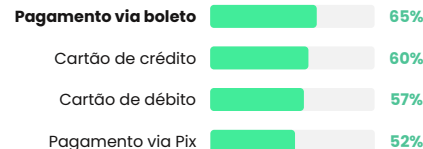
Motivo para ter **domicílio bancário** na Conta StoneO que faria o cliente **deixar de usar** a Conta Stone

**Metade** dos clientes ainda **não utiliza Stone como conta principal**, por conta da dependência de **produtos de crédito**

O gosta na sua **conta principal atual**Motivos para a **Conta Stone não ser a principal**O que faria a **Conta Stone ser a principal**

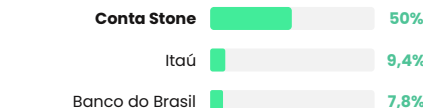
A Conta Stone já atende o cliente: a maioria usa apenas **produtos básicos de banking** e **20% usa apenas a Stone** como conta corrente

## Serviços que o cliente utiliza

Serviços que o cliente utiliza **em sua outra conta**

A maior parte dos produtos que o cliente utiliza na sua outra conta são **produtos que a Stone já oferece**.

## Conta corrente principal



**56%** usam bancos digitais e 37% usam bancos tradicionais.



Características (DADOS<sup>1</sup>)

O cliente desengajado vê a Conta Stone como a **conta da maquininha**, para controlar os seus recebimentos, e não a vê como a proposta de conta corrente que ele busca.

**51%** Micro<sup>1</sup>  
**43%** SMB Small  
**6%** Medium

**35%** Alimentação<sup>1</sup>  
**16%** Varejo  
**14%** Bens duráveis

## Relação com a Stone

**76%** Maquininha principal

**75%** Domicílio<sup>1</sup>

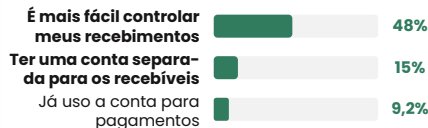
**22%** Conta principal

**49%** Pix In POS<sup>1</sup>

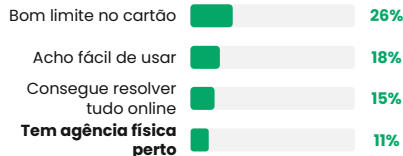
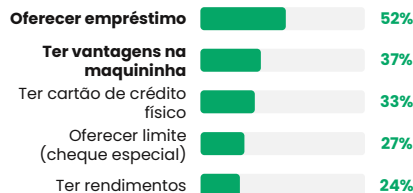
O cliente vê a Conta Stone como uma conta para **controlar os seus recebimentos**

Motivos para os clientes **usarem** a Conta Stone

O que os clientes mais gostam sobre a conta é que **conseguem fazer tudo em um lugar só: acompanhar recebíveis e fazer pagamentos (40%)**.

Motivo para ter **domicílio bancário** na Conta StoneO que faria o cliente **deixar de usar** a Conta Stone

Não tem Stone como conta principal porque ela **não oferece produtos/serviços que precisa** e porque não tem **agência física**

O gosta na sua **conta principal atual**Motivos para a **Conta Stone não ser a principal**O que faria a **Conta Stone ser a principal**

**19%** também responderam **ter agência física e 17% ter gerente**.

Utilizam mais **produtos que a Conta Stone não oferece** (pagamentos em lote, cheque e folha de pagamento)

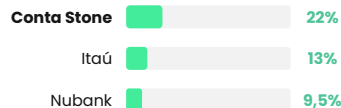
## Serviços que o cliente utiliza



Em comparação com o Heavy User, usa mais **pagamentos em lote (30%)**, **empréstimo (17%)**, folha de pagamento (12%), saque (12%), cheque especial (11%).

Serviços que o cliente utiliza em sua **outra conta**

## Conta corrente principal



**47%** usam bancos tradicionais, **37%** usam bancos digitais e **15%** usam cooperativas.

Características (DADOS<sup>1</sup>)

O cliente não utiliza a Conta Stone porque **já possui uma conta** para o negócio que resolve tudo o que precisa, e não sente a necessidade de ter outra conta.

**52%** Micro<sup>1</sup>

**41%** SMB Small  
**4%** Medium

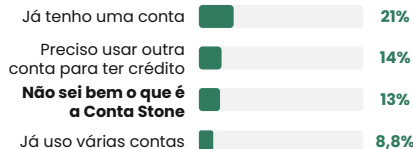
**23%** Bens duráveis<sup>1</sup>

**21%** Serviços  
**19%** Alimentação

## Relação com a Stone

**49%** Maquininha principal  
**36%** usam PagSeguro como principal

Não utiliza a Conta Stone porque **já possui uma conta** para o negócio que resolve tudo o que precisa

Motivos para o cliente **não usar** a Conta Stone

**43%** dos clientes apontaram motivos relacionados a **preferirem outra conta** e **35%** a **precisarem de outro produto**.

Vê a Conta Stone como uma oferta de **conta corrente limitada** ou **não a conhece**

## Conhecimento Conta Stone



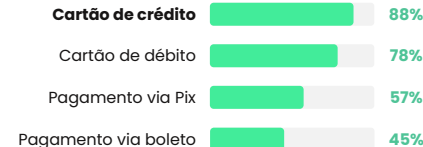
## Conta corrente principal



**54%** usam bancos tradicionais, 23% usam bancos digitais e 15% usam cooperativas.

A **Conta Stone já é quase uma solução completa** para esses clientes, faltando apenas o cartão de crédito.

## Serviços que o cliente utiliza



Em comparação com outros perfis, **usa menos** pagamentos em lote (17%), folha de pagamento (8,4%), rendimento (10%) e cheque especial (7%).

Produtos que precisa e a **Conta Stone não tem**

**30%** dos clientes informaram **não precisarem de nenhum produto** que a Stone não oferece.

Características (DADOS<sup>1</sup>)

O cliente não utiliza a Conta Stone porque **já possui uma conta** que oferece vantagens e porque depende de produtos que a Conta Stone não oferece.

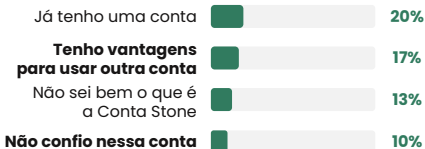
**51%** Micro<sup>1</sup>  
**42%** SMB Small  
**6%** Medium

**23%** Alimentação<sup>1</sup>  
**20%** Serviços  
**18%** Bens duráveis

## Relação com a Stone

**71%** Maquininha principal

Não utiliza a Conta Stone porque **já possui uma conta** para o negócio que apresenta **vantagens**

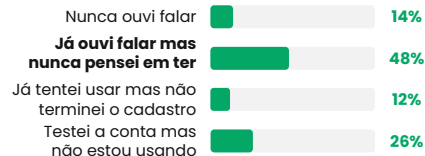
Motivos para o cliente **não usar** a Conta Stone

**51%** dos clientes apontaram motivos relacionados a **preferirem outra conta** e **21%** a **precisarem de outro produto**.

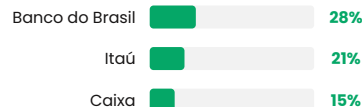
Em comparação com os Inativos, mais clientes informaram não usar porque **não gostam de algo da Conta Stone** (15%).

Majoritariamente **não considerou ter a conta**

## Conhecimento Conta Stone



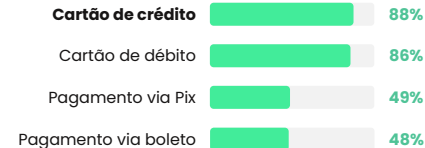
## Conta corrente principal



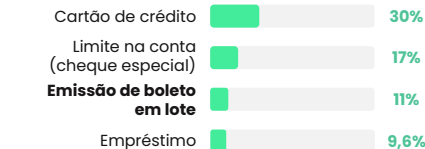
**77%** usam bancos tradicionais, 13% usam bancos digitais e 8% usam cooperativas.

A **Conta Stone não supre as necessidades do cliente**, que depende de funcionalidades de gestão mais complexa

## Serviços que o cliente utiliza



Em comparação com outros perfis, **usa mais** pagamentos em lote (28%), folha de pagamento (21%), saque (16%), rendimento (13%) e cheque (15%).

Produtos que precisa e a **Conta Stone não tem**

**38%** dos clientes informaram **não precisarem de nenhum produto** que a Stone não oferece.



# Agenda

- 1 Metodologia
- 2 Sumário executivo
- 3 Perfis de uso
- 4 Resumo de comportamento



# Comparativo dos perfis que usam a Conta Stone

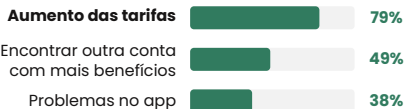
## RELAÇÃO CONTA STONE

### Motivo para usar

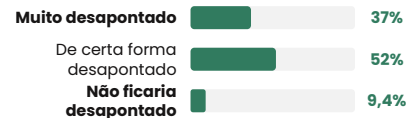
#### Heavy User



### Por que deixaria de usar



### Sean Ellis



### O que faria CS ser principal

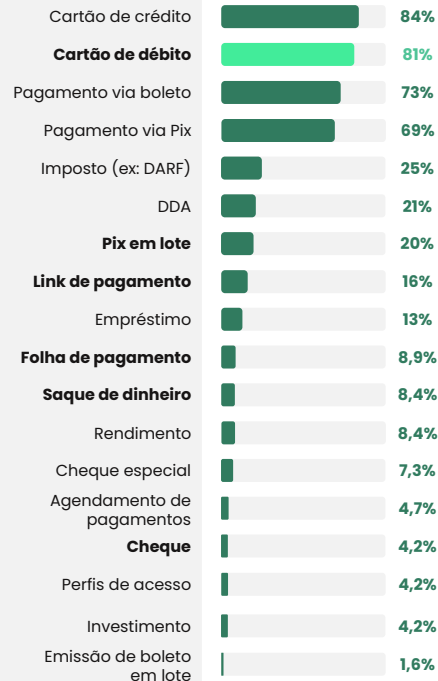


#### Banking User

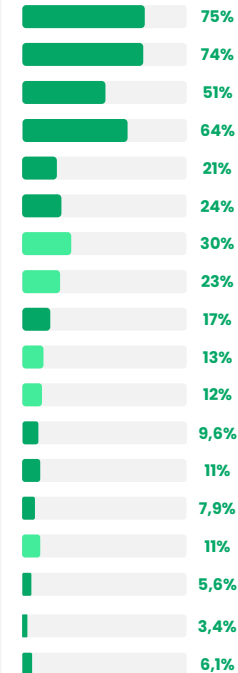


## Comparativo do uso de produtos

#### Heavy User



#### Banking User

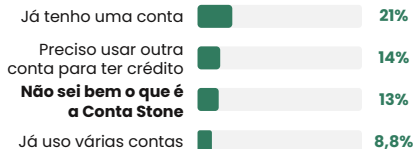


# Comparativo dos perfis que não usam a Conta Stone

## RELAÇÃO CONTA STONE

### Motivo para não usar

#### Inativo



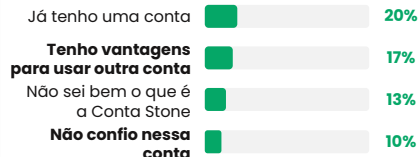
### Conhecimento



### Produtos que precisa e a CS não tem

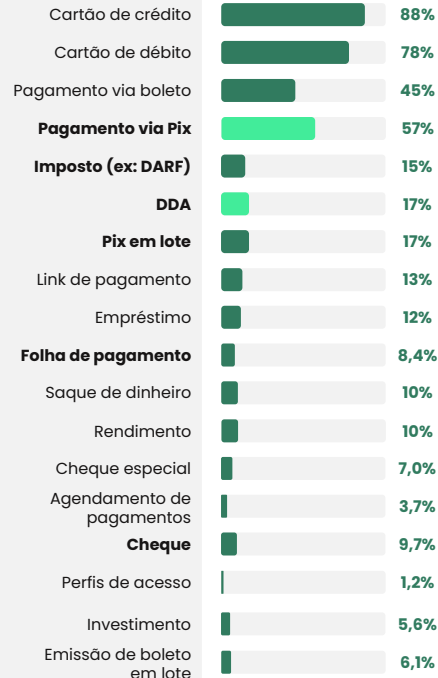


#### Sem Conta

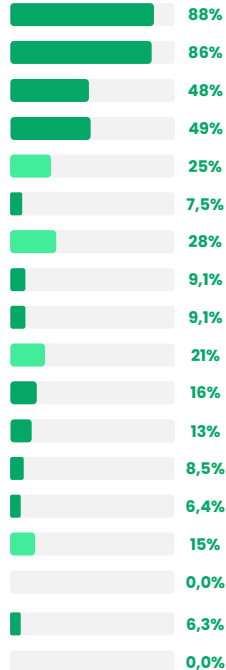


## Comparativo do uso de produtos

#### Inativo

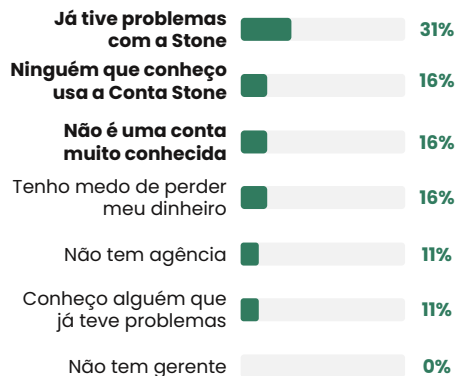


#### Sem Conta

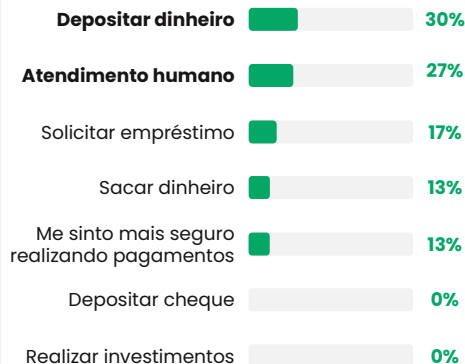


## Aprofundamento nos motivos para os clientes não utilizarem a Conta Stone

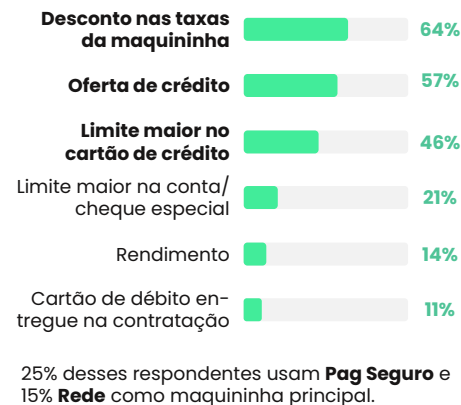
### Falta de confiança



### Necessidade de agência<sup>1</sup>



### Vantagens máq. concorrente<sup>2</sup>



<sup>1</sup> Apenas o principal motivo para precisar de uma agência física.

<sup>2</sup> Todas as vantagens que possui.