

stone

## PESQUISA COM CLIENTES

## Link de Pagamento

## TIME PESQUISA CLIENTE & PRODUTO



JUN/24



# Agenda

1

Metodologia

2

Insights

3

Detalhamento dos Insights



Metodologia e Amostra

Pesquisa quantitativa

realizada via questionário (Typeform) entre 24/abril e 06/junho de 2024.

Os resultados são ponderados entre tiers e as amostras são representativas, considerando margem de erro em Micro, Small e Medium.

Base Churn

MICRO	51
SMALL	79
MEDIUM	7
TOTAL	137

Base Heavy User

MICRO	416
SMALL	533
MEDIUM	47
TOTAL	996

Base Stone

MICRO	226
SMALL	175
MEDIUM	30
TOTAL	431



# Agenda

1

Metodologia

2

Insights

3

Detalhamento dos Insights



# Insights

Principais conclusões da pesquisa

- 1** Na base Stone, vendas à distância correspondem em média à aproximadamente 25% das vendas dos clientes e 21% dos clientes utilizam Link de Pagamento (entre clientes Small e Medium uso é maior, entre 24-26%). No entanto, apenas 11% utilizam Link como principal meio de pagamento para vendas à distância - Pix lidera com 44% e o principal meio de vendas à distância captura em média 35% das vendas nesse formato. Para os clientes maiores, o uso de Link como principal cresce ligeiramente (13%), Pix decresce (26%) e boletos ganha importância (17%). Razões para preferência de vendas por Pix são (i) clientes preferem esse meio de pagamento e (ii) não tem taxas/tarifas.
- 2** Existe oportunidade de aumentar o nível de conhecimento e conversão do Link na base Stone: 48% dos clientes Stone tem baixo conhecimento sobre o produto (nunca ouviram falar ou já ouviram falar mas não sabem bem o que é).
- 3** Entre quem usa Link, os maiores competidores são Mercado Pago com 11% e Rede com 7%. Os motivos mais mencionados para uso de Link são (i) facilidade de criação e gerenciamento dos Links e (ii) centralização de maquininha, conta e Link de Pagamento no mesmo lugar, sendo a centralização ainda mais valorizada por clientes Heavy Users.
- 4** Entre os heavy users, 50% utilizam Link toda a semana ou várias vezes por semana. Já na base Stone a frequência de uso é bem menor, apenas 19% usam toda semana ou várias vezes por semana e na base Churn, 42,6% usam algumas vezes por mês, enquanto apenas 5,6% dos usuários utilizam o Link de Pagamento diariamente. Os principais motivos apontados para o uso esporádico foram (i) utilização apenas quando não há outra opção, (ii) altas taxas, (iii) consumidores que não gostam de pagar por Link e (iv) a demora no recebimento das vendas.



# Agenda

1

Metodologia

2

Insights

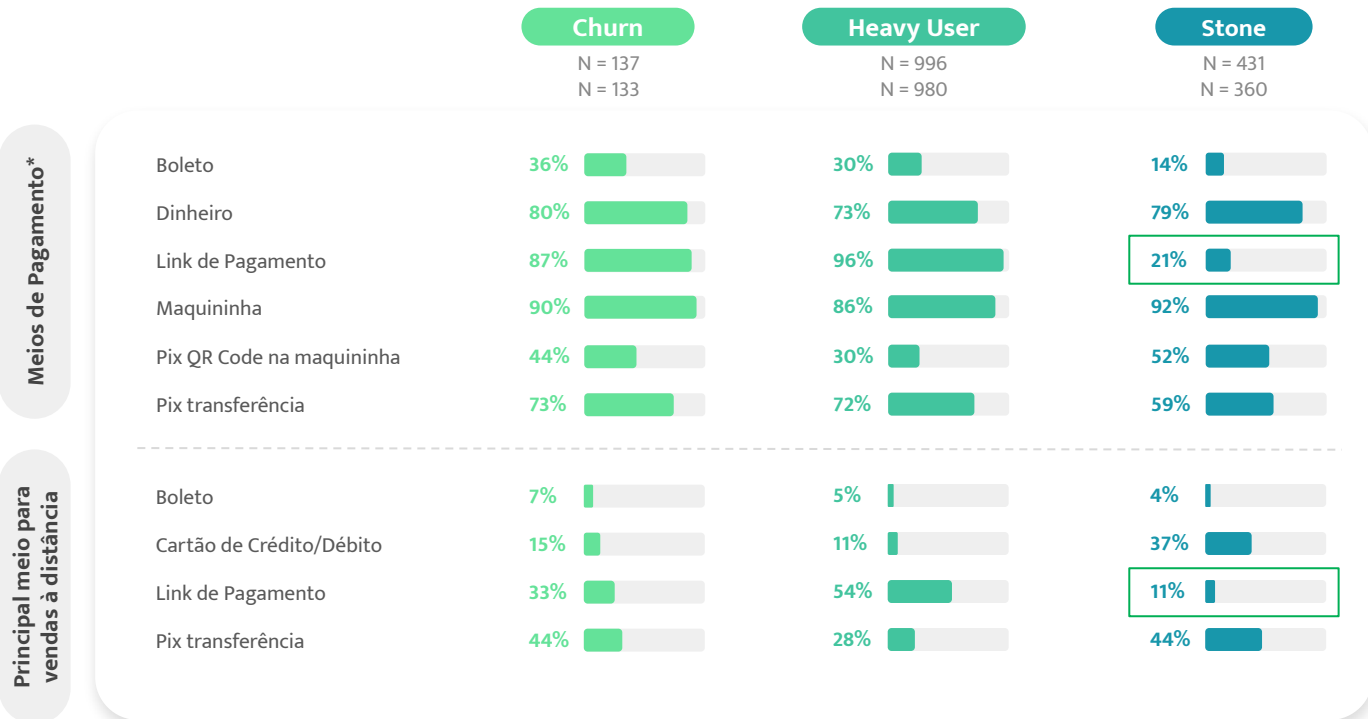
3

Detalhamento dos Insights

1

Vendas à distância e Uso do Link de Pagamento

**Vendas à distância correspondem em média à ~25% das vendas dos clientes e, na base Stone, 21% dos clientes utilizam Link de Pagamento. No entanto, apenas 11% utilizam Link como principal meio.**



\*Questão de resposta múltipla.

## Highlights

O uso de Link é maior pelos clientes Small e Medium, entre 24-26%. **Para os clientes maiores**, o uso de Link como principal cresce ligeiramente (13%), Pix decresce (26%) e **boletos ganha importância (17%)**.

1

Razões para escolha do Pix em vendas à distância

**Para mais de 30% dos clientes da base Stone, o fato do Pix não ter taxas e ser a preferência de seus consumidores são os principais motivos para utilizá-lo como principal meio de recebimento.**

Motivo para usar Pix como principal meio

Churn

N = 58

Heavy User

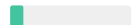
N = 272

Stone

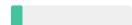
N = 159

Acho fácil de gerar/enviar a cobrança

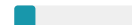
12%



11%

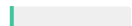


18%

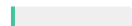


É mais fácil de organizar minhas vendas

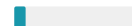
3%



3%



9%



Não tem taxa/tarifas

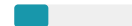
36%



44%



30%

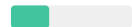


Meus clientes preferem esse meio

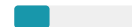
38%



32%

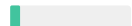


32%

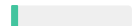


É mais seguro/confiável

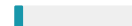
10%



8%



8%



## Highlights

Como principal meio de pagamento para vendas à distância, **Pix lidera com 44%** e o **principal meio de vendas à distância captura em média 35%** das vendas nesse formato.



2

Conhecimento sobre Link Stone

**48% dos clientes Stone tem baixo conhecimento sobre o produto (nunca ouviram falar ou já ouviram falar mas não sabem bem o que é)**

Conhecimento

Churn

N = 31

Heavy User

N = 87

Stone

N = 369

Nunca ouvi falar

7%

4%

32%

Já ouvi falar mas não sei bem o que é

0%

7%

16%

Conheço mas nunca usei

4%

2%

33%

Já usei mas parei de usar

34%

25%

9%

Conheço e utilizo

53%

61%

8%

## Highlights

Existe oportunidade de **aumentar o nível de conhecimento e conversão** do Link na base Stone.

3

Escolha dos provedores de Link

Entre quem usa Link de Pagamento na base Stone, os maiores competidores são Mercado Pago com 11% e Rede com 7%.

Provedores de Link de Pagamento\*

Motivo da escolha do provedor

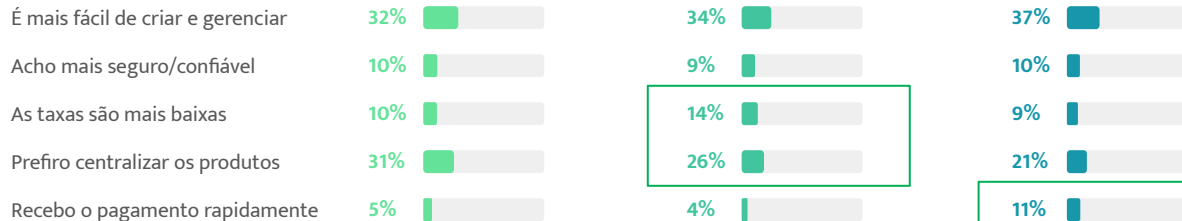
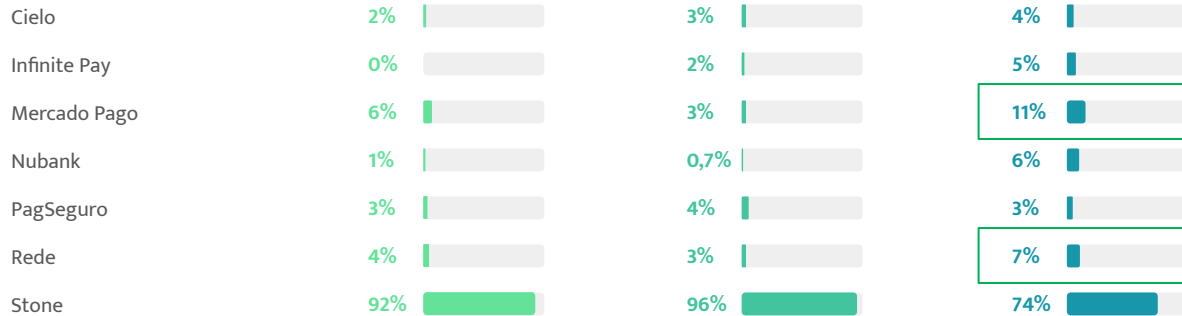
Churn

N = 116  
N = 115

Heavy User

N = 942  
N = 929

Stone

N = 83  
N = 85

### Highlights

Entre os **heavy users**, as **taxas mais baixas** e a **centralização dos produtos** são fatores ainda mais relevantes do que para a média. Já para a **base Stone**, **receber rapidamente** possui maior destaque nas respostas.

\*Questão de resposta múltipla.

4

Uso esporádico do Link de Pagamento

Entre os heavy users, 50% utilizam Link toda a semana ou várias vezes por semana. Já na base Churn, 42% usam algumas vezes por mês, enquanto apenas 5% dos usuários utilizam o Link de Pagamento diariamente.

Frequência de  
utilização

Motivo da utilização  
esporádica

Churn

N = 133  
N = 78

Heavy User

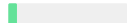
N = 980  
N = 168

Stone

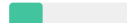
N = 360  
N = 65

Todos os dias

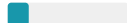
5%



28%

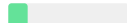


17%

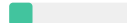


1-2 vezes por semana

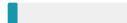
15%



20%

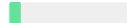


11%

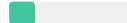


3-4 vezes por semana

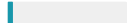
9%



21%

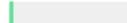


6%

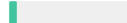


5-6 vezes por semana

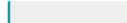
2%



9%



2%

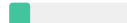


Apenas algumas vezes por mês

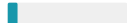
42%



18%

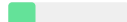


10%

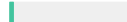


Poucas vezes ao ano

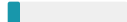
21%



1%

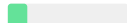


13%

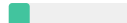


As taxas são altas

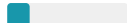
18%



20%

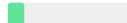


23%

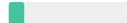


Meus clientes não gostam

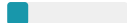
16%



14%

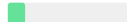


21%

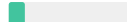


Demora para receber

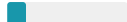
17%



14%

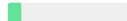


20%

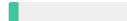


Prefiro receber por Pix

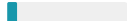
15%



8%

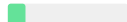


8%

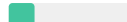


Só uso quando não tenho opção

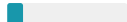
18%



22%



16%



## Highlights

Na **base Stone** a frequência de uso é bem menor, apenas **19% usam toda semana ou vários vezes por semana**. Os principais motivos apontados para o uso esporádico foram **consumidores que não gostam de pagar por Link e a demora no recebimento das vendas**.