

# Como trocar o login por CPF eliminou R\$ 300 Mil em custos e alavancou o crescimento do app Mercantil

Um case real de produto no Banco Mercantil: quando remover fricção se torna estratégia de crescimento, eficiência operacional e descoberta de novos segmentos.

*Nota: os dados foram apresentados em percentuais ou de forma ilustrativa para proteger informações confidenciais e estratégicas da empresa.*



# A barreira de R\$ 300 mil/ano: 23% de abandono no login

Nosso funil de ativação digital estava travado. 1 em cada 4 clientes que baixava o app não conseguia passar do login, gerando um custo operacional de R\$ 300 mil/ano em atendimento.

**22,7%**

**Abandono no login**

Clientes desistiam no acesso

**R\$ 300K**

**Custo operacional anual**

Em suporte e recuperação de acessos

**52%**

**Ativação digital**

Média de clientes ativavam o app



# O problema de negócio por trás da fricção

A 'eureca' foi a análise de dados. A complexidade técnica do legado era um custo de oportunidade que impedia nosso crescimento.

## Insight do Cliente

O dado de 'Ag/Conta' não estava mais no cartão físico.

A única saída do cliente era o SAC (4.000 ligações/mês).

## Desafio Interno

A barreira era a complexidade dos serviços legados (antigos).

O business case (ROI vs. Custo da fricção) foi a chave para conseguir a priorização da liderança.

# A solução: acesso por CPF

Substituímos o identificador (de Ag/Conta para CPF)

ANTES



- Login: Agência + Conta + Senha
- Informação difícil de memorizar

→ DEPOIS



- Login: CPF + Senha
- Informação sempre disponível

## Ecosystema de segurança preservado



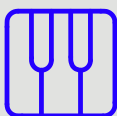
Biometria facial



Motor de risco



Token de segurança



2º fator de autenticação

# De barreira a motor de crescimento

## 1. EFICIÊNCIA OPERACIONAL

**R\$300K**

**Economia anual direta**

Custos operacionais e suporte

**-98%**

**Redução de chamados**

Em atendimentos sobre o tema

## 2. CRESCIMENTO DO FUNIL

**2%**

**Abandono no login**

Redução de 22,7% para 2%

**+16 p.p.**

**Ativação digital**

Aumento de 52% para 68%

## 3. NOVO MOTOR DE CONVERSÃO

**29K**

**Novas conversões**

Geradas via régua de CRM

**34%**

**Taxa de recuperação**

Equivalente a 2.500 clientes/mês



# Novas oportunidades

Ao resolver o gargalo do acesso, descobrimos que o próximo era de negócio: **80% do abandono restante** era de clientes não beneficiários INSS.

- Um **problema de negócio com custo de oportunidade** é a chave para destravar complexidades técnicas (legado).
- O "**abandono**" não é lixo, é uma oportunidade de + 29 mil clientes
- O app atrai um público massivo (não INSS) para o qual não temos produto *in app*.
- **Próximo passo:** Liderar o Product Discovery para criar novas ofertas de valor para este segmento.