



## Inter Arcade

POR

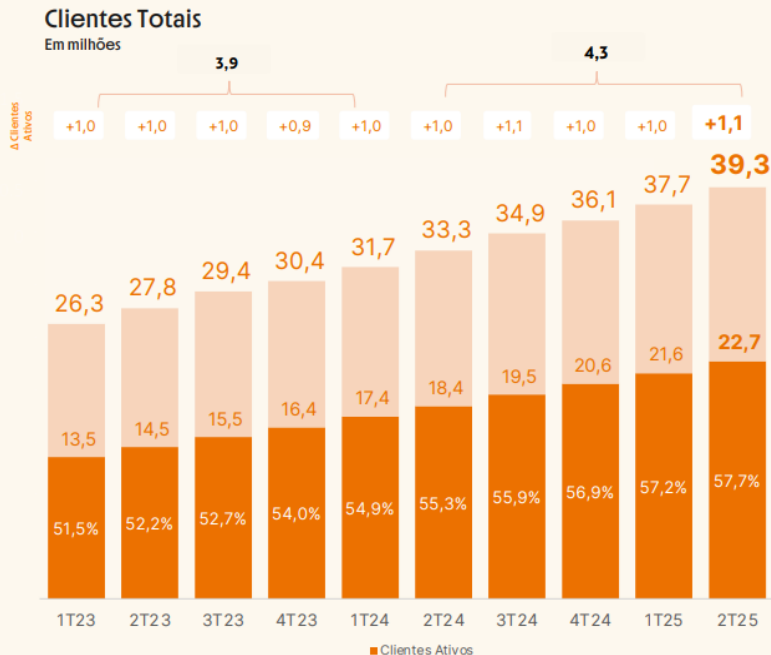
**JOÃO MACIEL**

DATA

**17/10/2025**



# A nossa maior oportunidade: transformar aquisição em ativação



- ❑ Nossa aquisição de clientes continua robusta, adicionando em média **1.6 milhão** de novos clientes por trimestre
- ❑ No entanto, nosso crescimento na **taxa de ativação desacelerou**. Após picos de **+1.3 p.p. (4T23)**, os últimos trimestres avançaram em um ritmo mais lento (**+0.3 p.p.** e **+0.5 p.p.**).

## Taxa de Ativação D30

(% de novos clientes que transacionam nos primeiros 30 dias)

**Meta para os próximos 6 meses:**  
Elevar a taxa de ativação D30 para **65%**.

## Taxa de ativação por trimestre

Fonte: [Relatório Trimestral de Resultados Banco Inter](#)

# Por quê 42,2% dos nossos clientes não ativam?

## E como o Inter Arcade vai mudar o jogo?



### 1° Tarefa

A primeira interação do cliente é **"séria"** e **exige esforço**, gerando procrastinação.

Criar um **"gancho"** de baixo atrito. O cliente **engaja** de forma lúdica antes de precisar fazer uma tarefa financeira.



### Hábito de retorno

Sem um motivo claro para voltar, o **cliente não reabre o app nos primeiros dias** e o **hábito não é formado**.

Gerar um **gatilho de retorno** diário. O app se torna um hábito através de um **loop** de recompensas que independe de necessidade financeira.



### Percepção de valor

O cliente só vê valor (cashback) **depois** de depositar dinheiro, uma barreira que gera **abandono**.

Inverter o fluxo de valor. O cliente **"ganha"** antes de **"gastar"**, o que o motiva a **transacionar** para usar o benefício que já conquistou.

73,9% dos brasileiros afirmam ter o costume de jogar jogos eletrônicos. Destes, 30,8% tem entre 25 e 34 anos.

Fonte: [Pesquisa Game Brasil 2024](#)

Extracobank, fintech do Texas, aumenta conversão de 2% para 14% e aquisição em 700% ao gamificar a jornada

Fonte: [Why Fintech Gamification Is Your Secret Weapon for Customer Growth](#)

# Inter Arcade

A 1ª experiência positiva e recompensadora dos novos clientes no Super App Inter. Mini jogos que:

Quebram a fricção da 1ª utilização

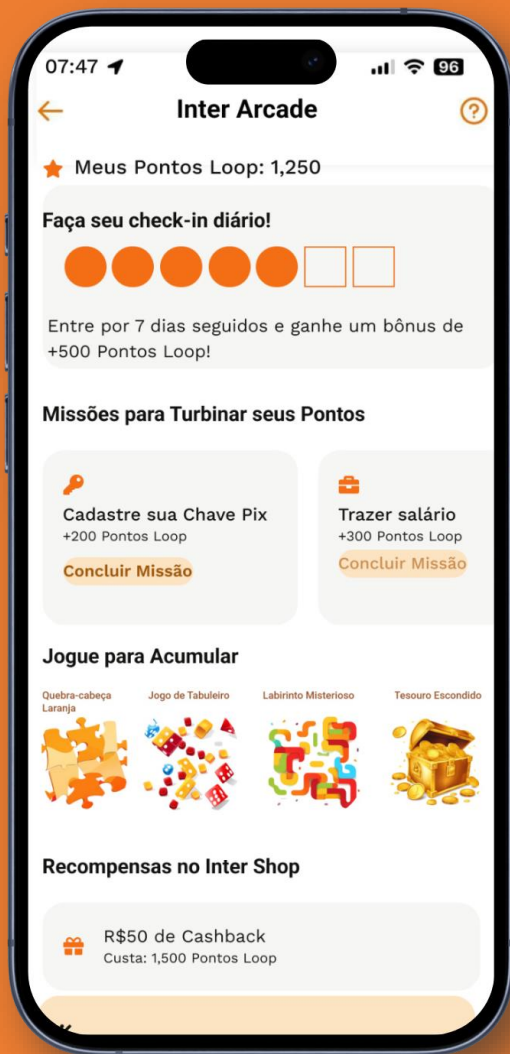


# Inter Arcade

A 1ª experiência positiva e recompensadora dos novos clientes no Super App Inter. Mini jogos que:

Quebram a fricção da 1ª utilização

Fomenta o interesse e retorno diário



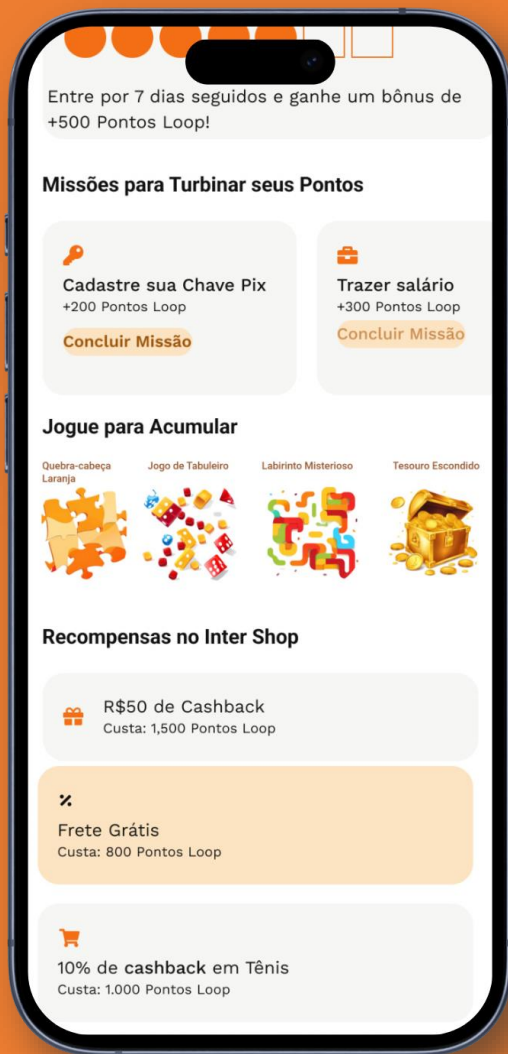
# Inter Arcade

A 1ª experiência positiva e recompensadora dos novos clientes no Super App Inter. Mini jogos que:

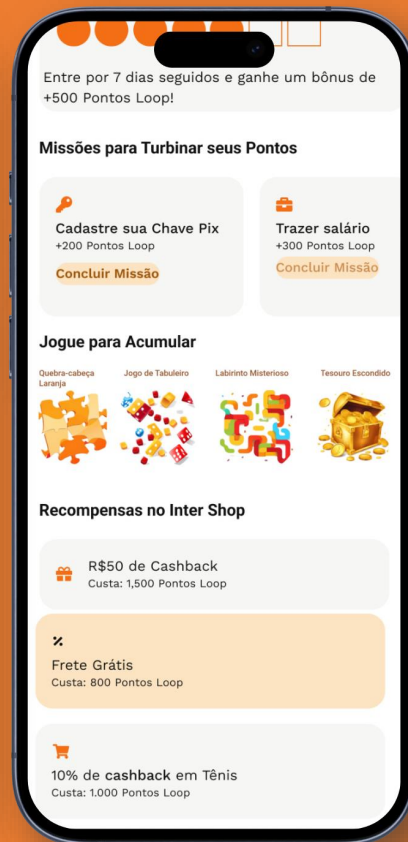
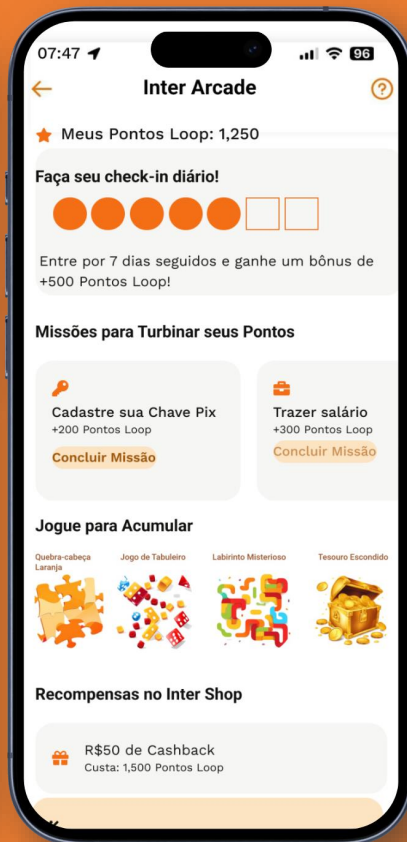
Quebram a fricção da 1ª utilização

Fomenta o interesse e retorno diário

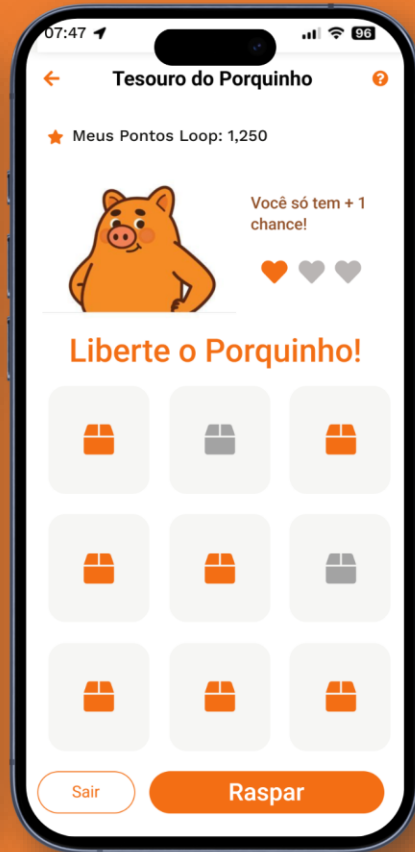
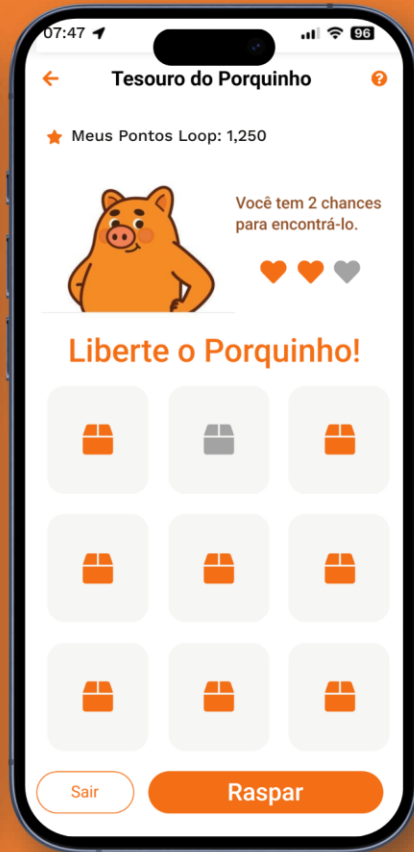
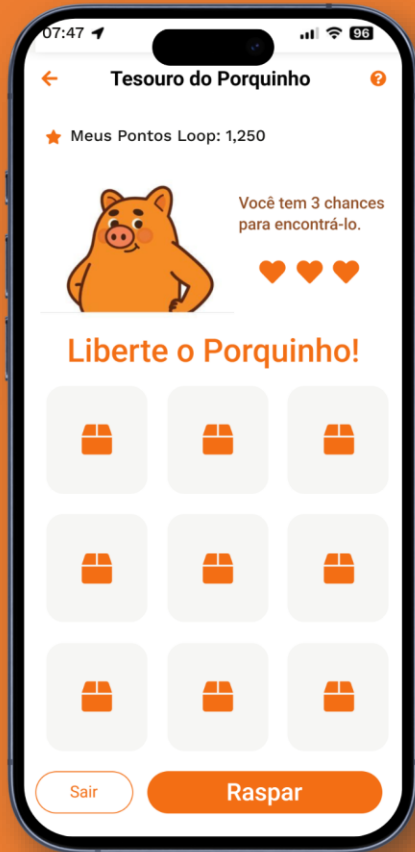
Estimula a utilização da recompensa



# Descoberta do Inter Arcade

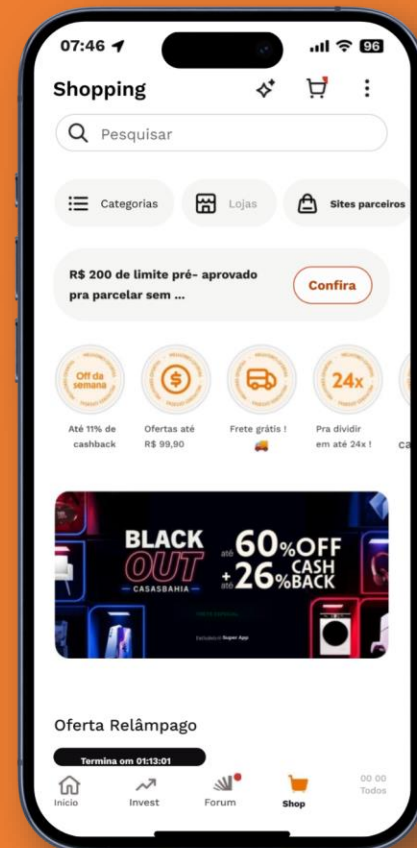
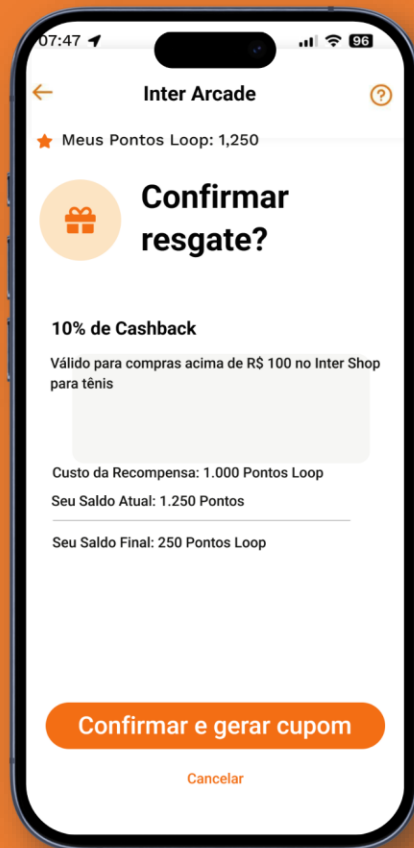


# O Loop de engajamento





# O resgate e ativação



# Critérios inegociáveis para o sucesso

## A jornada

O fluxo do cliente deve ser contínuo e sem atritos, desde a descoberta da feature até o resgate final que leva à ativação.

### ✓ Descoberta garantida:

O card de boas-vindas é exibido para 100% dos novos clientes do grupo de teste.

### ✓ Resgate funcional:

Fluxo completo de troca de pontos por cupons e outras vantagens no Inter Shop.

## A economia do jogo

O sistema de pontos precisa ser percebido como justo, instantâneo e seguro para gerar confiança e motivar o engajamento contínuo.

### ✓ Recompensa instantânea:

O usuário recebe os pontos Loop imediatamente após concluir um jogo ou uma missão.

### ✓ Carteira persistente:

O saldo de pontos é salvo e consistente entre as sessões.

## A mensuração

Não podemos voar às cegas. Cada interação chave deve ser rastreada para que possamos medir o impacto real e tomar decisões baseadas em dados.

### ✓ Eventos essenciais:

☐ Iniciou e finalizou o jogo

☐ Ganhou moedas

☐ Fez alguma missão

☐ Resgatou cupom

☐ Ativou no Shop

# Impacto esperado e KPIs



Elevar a 1º movimentação em até 30 dias de novos clientes **57,8%** para **65%**



## Engajamento com a Feature



### Taxa de Adesão ao Arcade (D7)

Jogaram pelo menos uma vez na 1ª semana.

*Meta: 70%*



### Jogos por Usuário (D30)

Média de partidas finalizadas no 1º mês.

*Meta: 5 jogos/usuário*



### Taxa de Resgate de Recompensas

Jogadores que trocaram pontos por cupons.

*Meta: 25%*



## Impacto no negócio



### Aumento no GTV do Inter Shop

Uplift no volume de compras da coorte.

*Meta: +5%*



### Aumento na Retenção D30

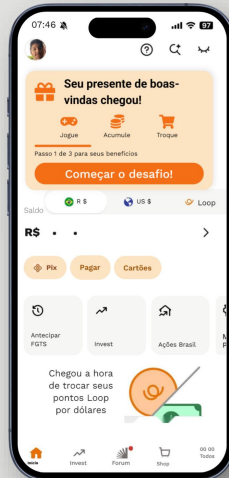
Uplift no retorno de clientes ao app no 1º mês.

*Meta: +3 p.p.*

# Experimentação

A **hipótese** é de que ao introduzir uma jornada de onboarding gamificada, **aumentaremos a ativação D30**, porque criamos um caminho de baixo atrito, divertido e recompensador que motiva o novo cliente a realizar sua primeira transação.

⚙️ **Grupo controle**  
Onboarding padrão do  
Super App



🎮 **Grupo teste**  
**Inter Arcade** no 1º login, com  
acesso completo aos jogos e  
recompensas.

🎯 **Primária:** Ativação D30 novos clientes    ⚠️ **Guardiãs:** CAC de ativação & Ticket médio Inter Shop

**Lançamento para 100% dos novos clientes se:**

O Grupo de teste apresentar um **uplift mínimo de 5 p.p.** ativação D30, com **95% de significância estatística**, e sem aumento negativo nas métricas guardiãs.

# Roadmap do MVP

Inter Arcade

6 semanas para validar nossa hipótese com segurança e agilidade



## Semanas 1-2 Design e Estruturação

Mapeamento de fluxos, prototipagem, design system e início da construção da API de pontos e economia.

**Entrega chave** ✅: Protótipo validado e API de pontos estruturada.

## Riscos e dependências

Baixa adesão orgânica

❑ Campanhas CRM, Marketing e Ads

Integração com Inter Shop e Loop

❑ Definição contrato APIs 1º semana + Mocks



## Semanas 5-6 Validação e Lançamento

Testes end-to-end, configuração da feature flag e do teste A/B, e o lançamento controlado.

**Entrega chave** ✅: MVP validado em QA e teste A/B no ar para 10% da base.

1

2

3



## Semanas 3-4 Construção e Integração




Desenvolvimento da interface do usuário (UI) do Arcade, do primeiro mini-jogo e conexão com o backend.


**Entrega chave** ✅: Interface responsiva com o primeiro mini-jogo funcionalmente integrado.

# Payback e continuidade do Arcade




Nosso objetivo é validar o custo de ativação e o ROI do Arcade para decidir, com dados, sua viabilidade e continuidade.

## Custo

-  Custo Médio por Recompensa: **R\$ 15<sup>1</sup>**
-  Taxa de Resgate (Meta): **25% dos jogadores**
-  Custo por Jogador (Estimativa): **R\$ 3,75<sup>1</sup>**

**Métrica Chave**  : O CAC de Ativação final por cliente ativado via Arcade.

## Retorno - Payback e LTV Incremental

-  **Retorno Imediato:** Aumento de +5% no GTV do Inter Shop, gerando receita transacional
-  **Retorno de Longo Prazo:** Cliente ativado possui LTV significativamente maior
-  **Payback estimado:** Menos de 12 meses<sup>2</sup>

Após o MVP, a continuidade do Inter Arcade será baseada na validação positiva de 3 pilares:

- 1. Eficácia da Ativação** (uplift de +5 p.p. na ativação D30)
- 2. Qualidade do Cliente** (retenção D180 e LTV superiores)
- 3. Rentabilidade** (ROI positivo com payback em até 12 meses)


<sup>1</sup> Valores criados para criação do racional e análise de viabilidade do ciclo de vida do produto


<sup>2</sup> Payback estimado será influenciado pelo custo total do produto (operação, desenvolvimento, disponibilidade, manutenção, fornecedores e repasses)


# Além da 1ª ativação: visão de longo prazo


Nossa hipótese é que clientes ativados pelo Arcade serão mais engajados com o ecossistema Inter, resultando em maior retenção, LTV superior e relacionamento de longo prazo com a marca.

## A hipótese de longo prazo

 **Nossa Crença:** Clientes ativados pelo Arcade serão mais valiosos porque a gamificação cria um **hábito de retorno** e uma **conexão emocional** que a jornada atual não oferece.


 **Menor Churn:** O hábito e a evolução de jogo fortalece o vínculo com o Super App, diminuindo o risco de abandono.

 **Maior Cross-Sell:** A plataforma se tornará uma ponte natural para a descoberta e adoção de outros produtos Inter.

 **Plano de análise:** Após o MVP, faremos uma análise de coorte comparando a **retenção D90/D180** e o **LTV** do grupo de teste vs. o grupo de controle.

## Do jogo à plataforma de engajamento

### Expansão (Pós-MVP)

 Jogos e eventos sazonais


para manter relevância


 Leaderboards e desafios

sociais para viralidade

**1****2**

### Ecossistema Arcade

 Missões ligadas a produtos

 Hub de educação financeira gamificada

# Canibalização e mitigação

Nossa estratégia em 3 pilares para transformar um risco "troca" de uma ativação gratuita por uma paga em **uma oportunidade**.



## ⚠️ O risco

*Não estamos trocando uma ativação gratuita por uma paga?*

Sim, este é um risco real, por isso, a **mensuração é a nossa primeira linha de defesa**.



## 📊 O diagnóstico

*Como saberemos se o risco é real?*

### Métrica Guardiã Específica

Monitorar a "Taxa de Ativação por Outros Meios" no teste A/B.

### Gatilho de Decisão

Se houver **queda estatisticamente significativa** nesta métrica, ativaremos o Plano B.



## 🎯 A mitigação Inteligente

*Como agiremos se o risco se confirmar?*

### Estratégia

O Inter Arcade como **ferramenta de reengajamento seletivo**.

### Como Funciona?

Oferecer o Arcade apenas para clientes que **NÃO ativaram organicamente nos primeiros 7 dias**.



# Valeu, Kaissa!

[Protótipo](#)

[jvictormds.com](http://jvictormds.com)

