



Inter Arcade

POR

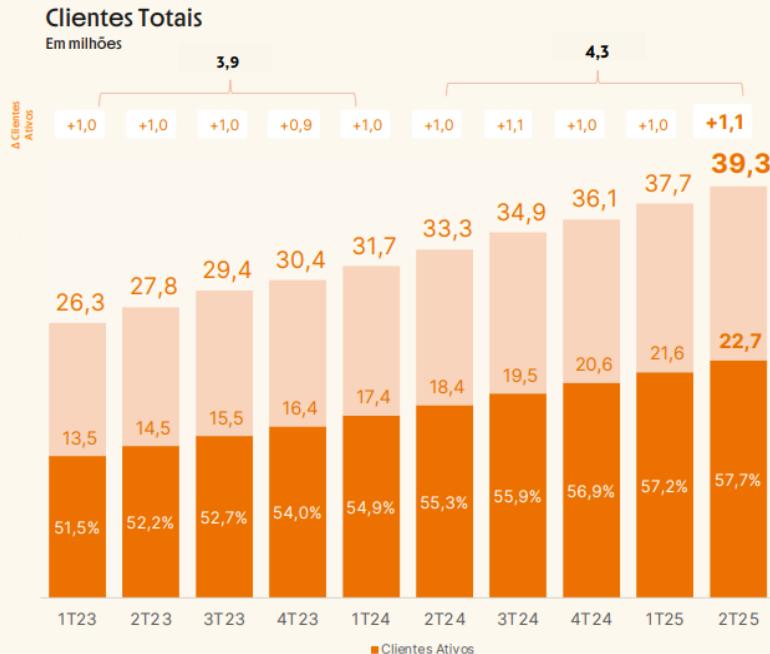
JOÃO MACIEL

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**.

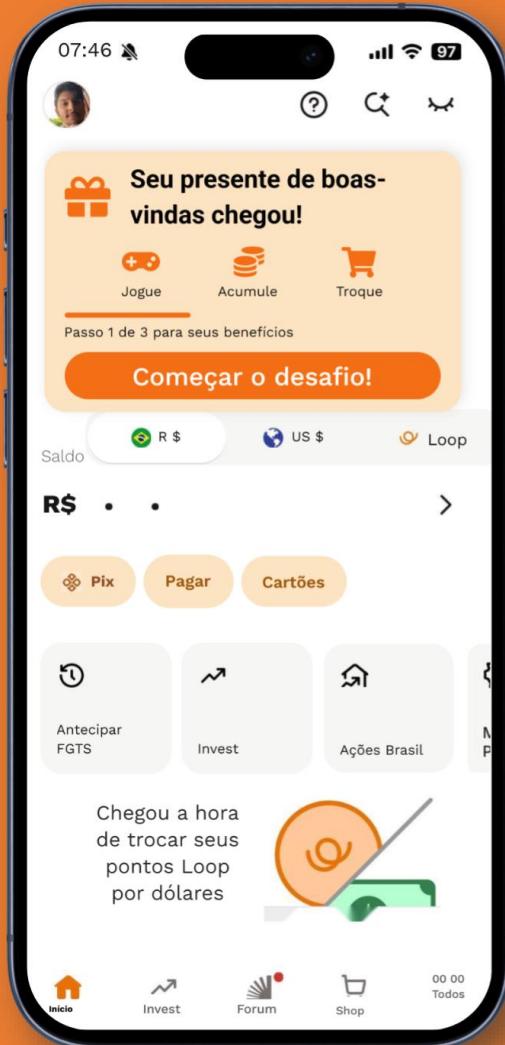
Inverter o fluxo de valor. O cliente **"ganha"** antes de **"gastar"**, o que o motiva a **transacionar** para usar o benefício que já conquistou.

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

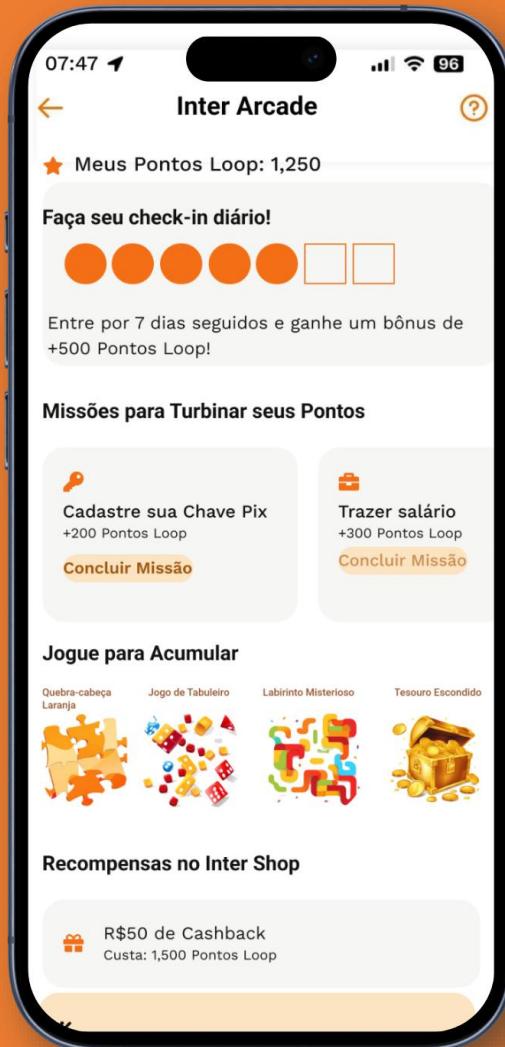
Fonte: [Why Fintech Gamification Is Your Secret Weapon for Customer Growth](#)



Inter Arcade

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

Quebram a fricção da 1º utilização

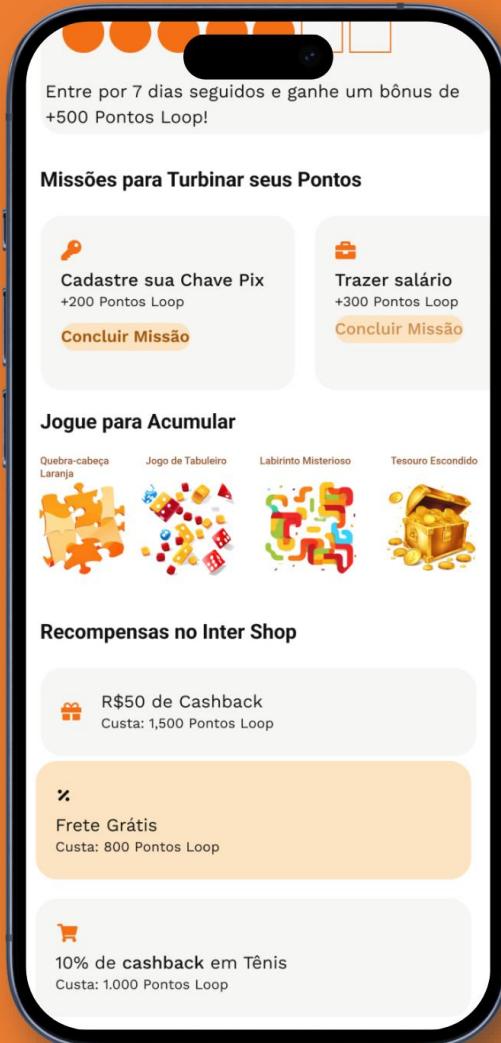


Inter Arcade

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

Quebram a fricção da 1º utilização

Fomenta o interesse e retorno diário



Inter Arcade

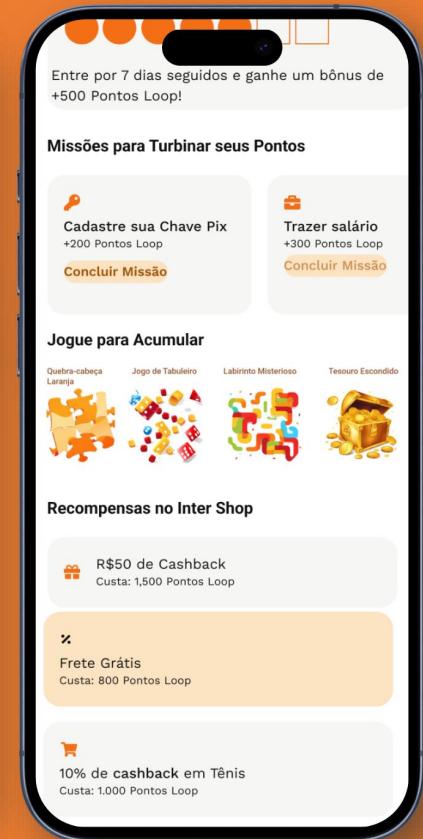
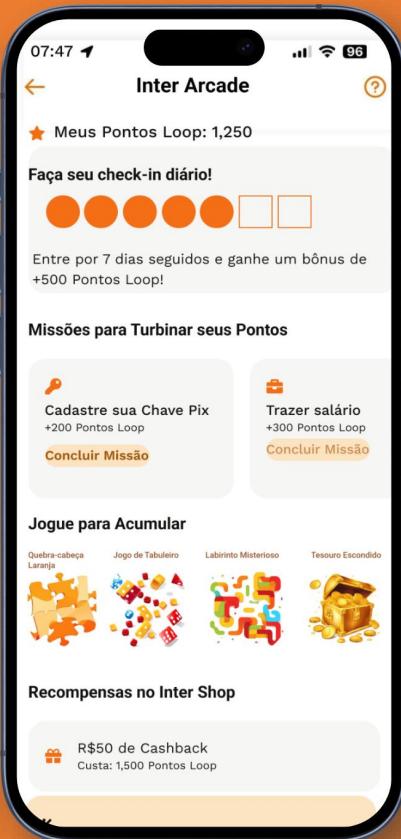
A 1º experiência positiva e recompensadora dos novos clientes no Super App Inter. Mini jogos que:

Quebram a fricção da 1º utilização

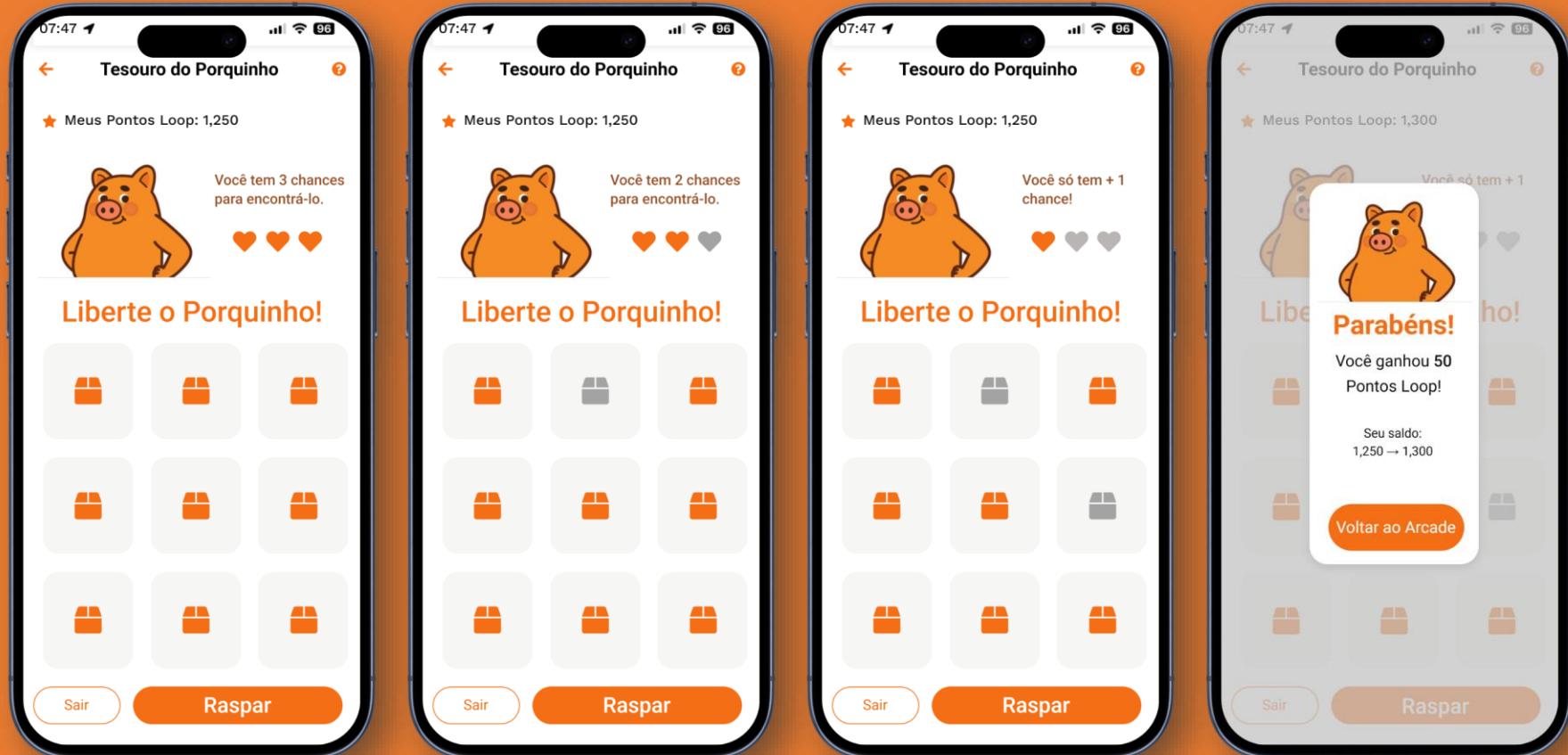
Fomenta o interesse e retorno diário

Estimula a utilização da recompensa

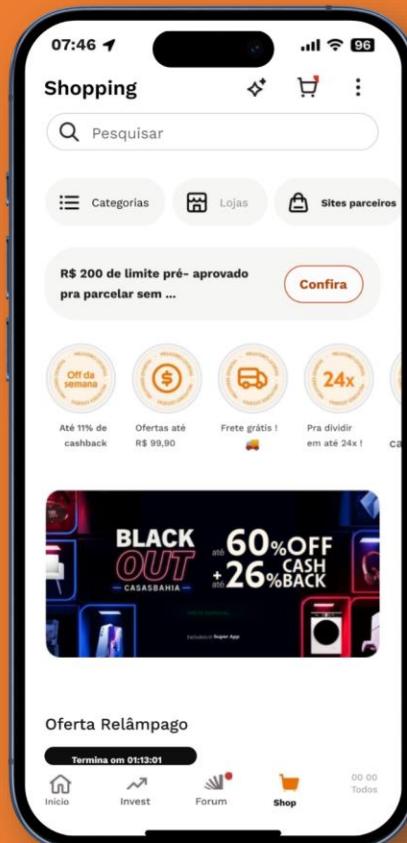
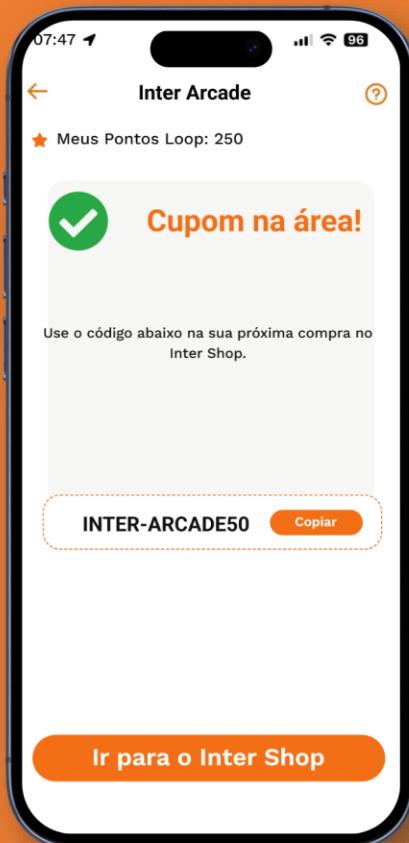
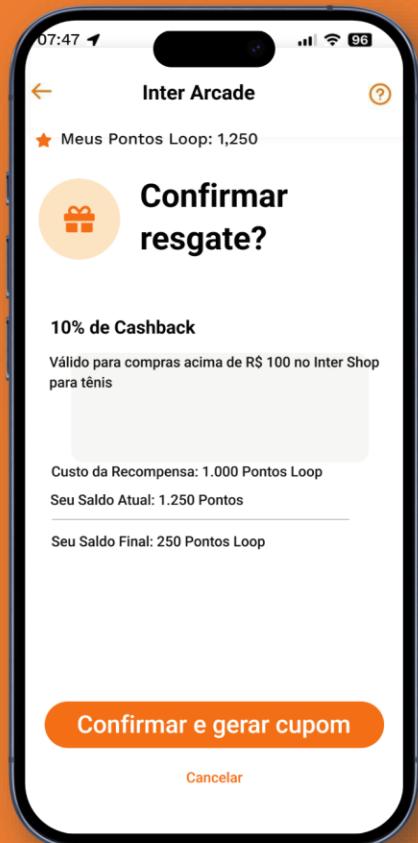
Descoberta do Inter Arcade



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.

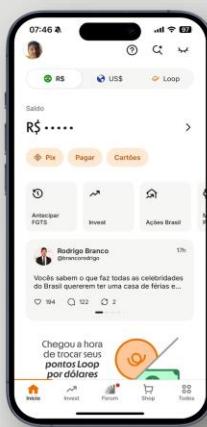
Experimentação

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

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.



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.



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.

Riscos e dependências

Baixa adesão orgânica

Campanhas CRM, Marketing e Ads

Integração com Inter Shop e Loop

Definição contrato APIs 1° semana + Mocks

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\$ 15¹**
- Taxa de Resgate (Meta): **25% dos jogadores**
- Custo por Jogador (Estimativa): **R\$ 3,75¹**

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 meses²

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)

¹ Valores criados para criação do racional e análise de viabilidade do ciclo de vida do produto

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

Além da 1º 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 **habito 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

Ecossistema Arcade

- 🚀 Missões ligadas a produtos
- 💡 Hub de educação financeira gamificada

2

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

