



# TESTE

11/09/2024 A 18/09/2024



## Teste A/B – campanha Ourocard TEM no menu #cartaonozap

Objetivo: Divulgar as vantagens dos cartões BB, aumentar a nota de satisfação da jornada #cartaonozap mantendo seu alto nível de engajamento



# Cenários



Apresentação de todas as vantagens por momentos de vida com a opção Ourocard TEM no menu #cartaonozap:

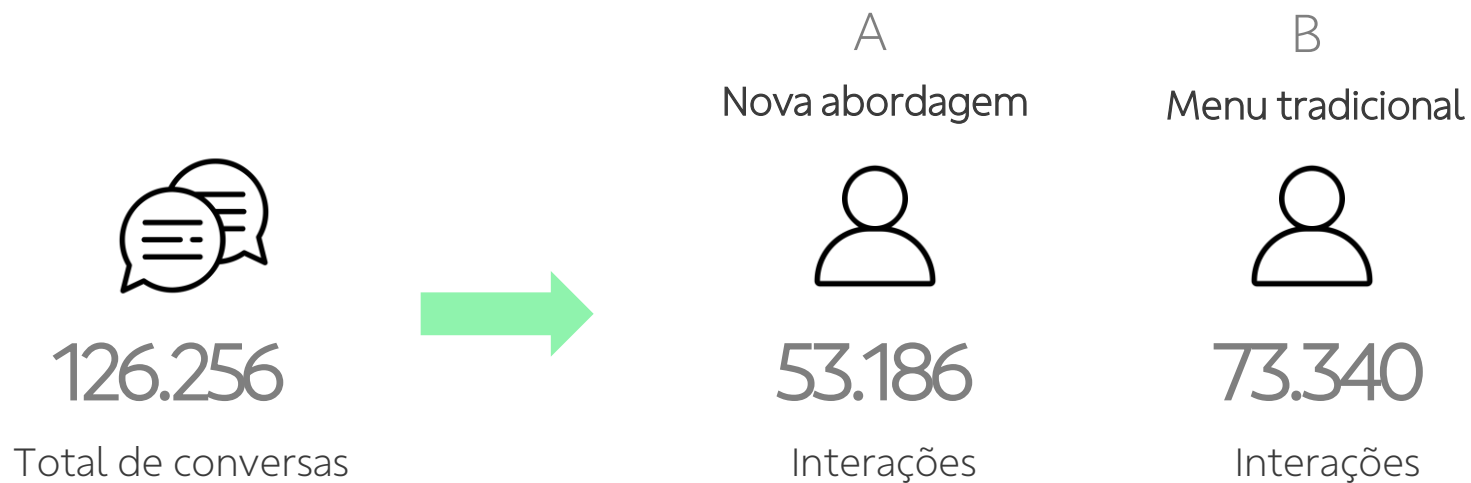




# Detalhamento



Na semana em que o experimento que foi realizado (11 a 18 de setembro de 2024) foi disparado as seguintes conversas para o publico A e B:

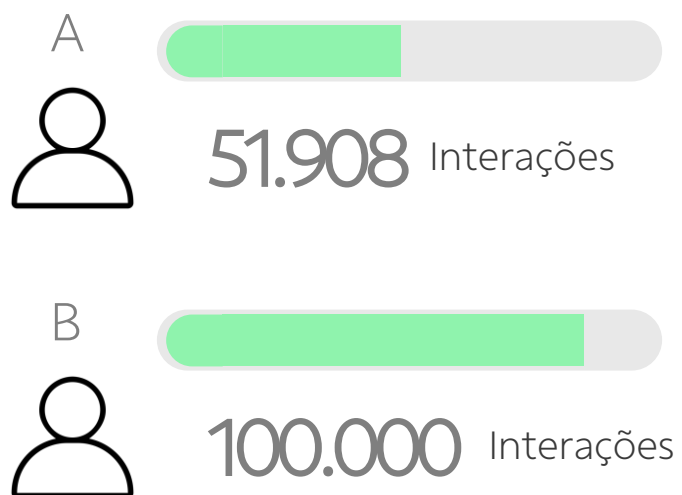




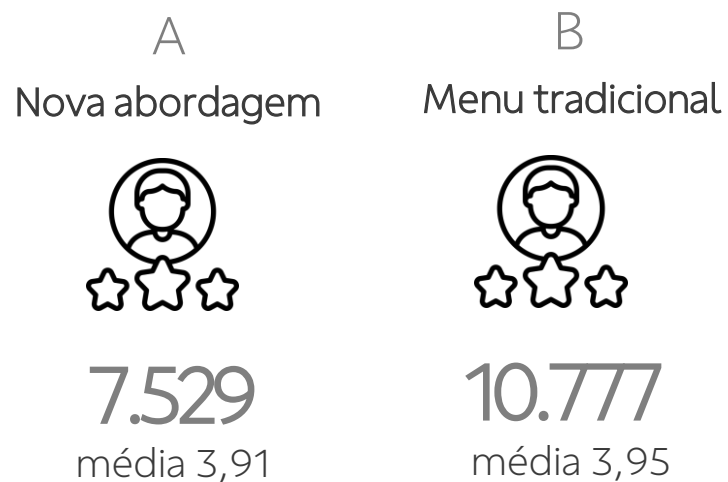
# Resultados



Muitos usuários acessam esse mesmo menu mais de uma vez na mesma conversa, foram **151.908** interações imediatamente posteriores a cada apresentação do menu #cartaonozap



## Avaliações



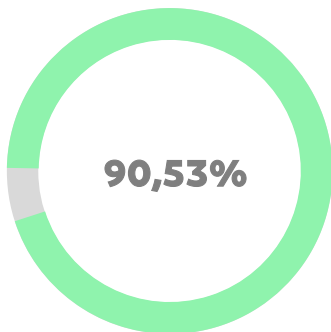


# Resultados

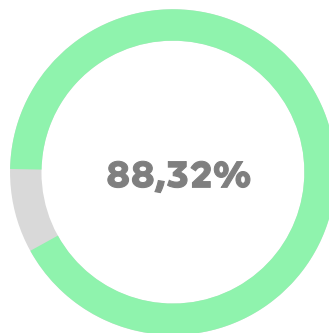


A ordem das opções mais selecionadas permaneceu em ambos os públicos (**Ver mais > Consultar limite > Consultar fatura > Liberar cartão > Acompanhar envio > Parcelar fatura**) representando:

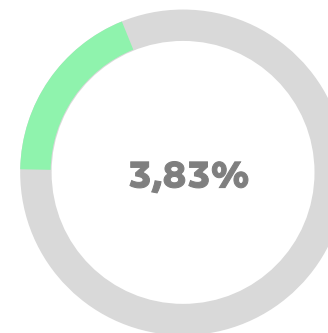
Cenário tradicional



Cenário testado



Botão Ourocard TEM



1.989 cliques

Na curadoria de conversa a conversa (**amostra com 320 análises**), foi apontado que depois de selecionada a opção Ourocard TEM e apresentação do menu com vantagens por momento de vida, os usuários em sua grande maioria mudaram de assunto ou abandonaram a jornada.

O comportamento se repetiu na opção mais selecionada desse menu, Vantagens de Montão, e nesse ponto a necessidade de autenticação contribuiu ainda mais no resultado ruim



# Conclusões



Poucas interações com as opções divulgadas 😐

Diminuição expressiva do engajamento total no cenário testado 😞

Menu com a lista flutuante não foi adequado pra apresentação de vantagens e benefícios 🙄

O mesmo pode ser dito sobre a tentativa de centralizar ofertas e exigir interação do usuário pra apresentá-las