

CASHBACK

Recompensa que estimula a fidelidade

Recurso é cada vez mais demandado por empresas e consumidores atentos a vantagens

Cashback é, em bom português, “dinheiro de volta”. É isso que promete – e cumpre – a modalidade de recompensas que se populariza cada vez mais no Brasil. Criado nos anos 1990, nos Estados Unidos, o *cashback* é um sucesso mundial. Seu principal atrativo é recompensar consumidores pelas compras de produtos e serviços com um percentual do valor pago, que varia de empresa para empresa. Há casos em que é possível obter até 100% do montante de volta.

Esse dinheiro pode ser utilizado de diferentes formas, de acordo com o tipo de *cashback* oferecido: para realizar novas compras, abater a fatura do cartão de crédito ou ainda fazer uma transferência para a conta-corrente ou poupança. “O *cashback* é uma consequência da necessidade de criar ferramentas para engajar e fidelizar clientes. Muitas empresas tentaram emplacar programas de fidelidade, porém os usuários não sentiam que ganhavam muitos benefícios pela complexidade desses programas ou pelo resgate quase impossível”, avalia Felipe Rodrigues, sócio-fundador e especialista em *e-commerce* da startup Meu Dim Dim, plataforma de *cashback* 100% brasileira. Segundo ele, a modalidade cresceu, e vem crescendo, por



inspiring.vector@gmail.com

US\$108
bilhões já foram movimentados globalmente

ser simples, direta e realmente propiciar um ganho real e mensurável para ambos os lados, ou seja, o consumidor e a empresa que o oferece.

De acordo com Wellington Alves, CEO da Trigg, primeira *fintech* a trazer o *cashback* para o Brasil, as transações via recurso já movimentaram US\$ 108 bilhões no planeta, e a expectativa é que continue avançando acima de dois dígitos por muito tempo. No Brasil, ganhou força nos últimos anos.

Movimentação

Quem também atesta essa tendência é Ivan Zeredo, diretor de Marketing do Cuponomia, *site* que reúne ofertas

e descontos em cupons e *cashback* para compras *on-line*, para quem o mercado de *cashback* vem crescendo no país e atingindo números exponenciais com o aumento das vendas pela internet. Somente entre o último semestre do ano passado e o primeiro semestre deste ano, segundo ele, o segmento movimentou cerca de R\$ 7 bilhões no *e-commerce*, mesmo em meio à crise, que pode ter contribuído para impulsionar esses números. “O impacto financeiro negativo nas finanças causado pela pandemia acabou servindo de motivo para que as pessoas usassem a criatividade para salvar cada real. Os consumidores começaram a procurar formas mais vantajosas de continuar consumindo. E esse é um comportamento que veio para ficar”, considera.

Quanto ao potencial de crescimento da modalidade de recompensa, Lucas Marques, sócio e COO do Méliuz – que conta com uma base de mais de 20 milhões de contas cadastradas e 800 parceiros – avalia que “ainda há muito o que ser explorado no Brasil, principalmente quando olhamos para *players* internacionais e para a relevância do *cashback* nas estratégias de *marketing* nos Estados Unidos e na Europa”.

Preferência em alta

Wellington Alves, da Trigg, revela dados da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC), segundo os quais 48% dos consumidores aproveitaram descontos com o sistema de *cashback* desde que a pandemia começou, no início de 2020. A pesquisa Panorama Mobile Time/Opinion Box, sobre comércio móvel no Brasil, mostrou também que, para 42% dos consumidores móveis, o *cashback* é a funcionalidade que mais apreciam em aplicativos de compras. “Recentemente, a Trigg fez um levantamento com 7.449 brasileiros sobre as tendências para a Black Friday 2021: o resultado apontou que mais de 30% dos entrevistados responderam que o *cashback* influencia na hora da compra”, complementa o CEO da Trigg.

Atenção para usufruir benefícios

Ao reconhecer todos os benefícios da modalidade, Fábio Safini, CCO da corretora de investimentos Warren, alerta para o cuidado que os consumidores devem tomar frente a possíveis armadilhas para atraí-los. “Já vi muita propaganda oferecendo *cashback* com letra miúda e asterisco, e isso é uma pena. “Quando feita da forma correta, é uma forma de fidelizar e deixar a relação muito mais transparente”, pondera o executivo, que preparou uma campanha especial para a Black Friday. Até o dia 30 de novembro, quem ativar sua conta pela página da campanha (<https://lp.warren.com.br/black-friday>) terá o valor do primeiro depósito dobrado pela Warren, com limite de até R\$ 300. Assim, quem começa investindo R\$ 100 ganha mais R\$ 100, quem depositar R\$ 300, ganha mais R\$ 300, e quem depositar R\$ 1.000, recebe R\$ 300. “Nossa ideia é fazer uma promoção com benefício real para as pessoas, pois investir ainda não está na cultura do brasileiro. É um incentivo também para que as pessoas conheçam a experiência da Warren e passem a ver o investimento como algo construtivo e benéfico para a realização dos seus planos e sonhos de vida”, completa.



Oleksii.Diduk

DIFERENCIAIS

Negócio em que todos saem ganhando

Facilidade, liquidez e o fato de proporcionar descontos cumulativos são alguns atrativos apontados pelo mercado



GARETS/WORKSHOP

O sucesso do *cashback* não ocorre por acaso. O executivo do Cuponomia, Ivan Zeredo, aponta como principais diferenciais da modalidade a facilidade e a liquidez. “A facilidade porque o usuário vê o desconto percentual que vai ganhar naquela compra em tempo real. E a liquidez porque, após o resgate, é possível utilizar o *cashback* da forma como quiser”, relata, referindo-se às ofertas no Cuponomia.

Lucas Marques, COO do Méliuz, compartilha a ideia ao explicar que para os consumi-

dores, o *cashback* é uma vantagem a mais, já que não compete com outras formas de desconto porque não altera o preço dos produtos disponíveis nos *sites* das lojas parceiras. “Ou seja, dá para aproveitar as promoções e ainda receber parte do dinheiro de volta. Além disso, é cumulativo com os cupons de desconto disponíveis no Méliuz, o que contribui ainda mais para a economia nas compras”, diz.

Já para Wellington Alves, CEO da Trigg, que oferece entre 0,25% e 1,30% de *cashback*, de-

pendendo do valor do total das compras efetuadas com o cartão da empresa, a vantagem reside no fato de que o cliente vê um benefício real ao comprar algo em que tem um retorno direto em dinheiro para descontar na sua fatura, podendo usar o montante devolvido como quiser. Ele exemplifica os benefícios obtidos pelos clientes da Trigg: um consumidor cuja fatura mensal é de R\$ 3.000, por exemplo, terá um *cashback* de 0,50%, o que representa ganho anual de R\$ 180. Quem

R\$ 600
Ganho anual
possível a partir de
fatura mensal de
R\$ 5 mil

possui fatura mensal de R\$ 5.000, conseguirá 1%, ganho anual que chega a R\$ 600. “O cliente pode realizar descontos na fatura, fazer compras com o acúmulo do crédito, pagar uma viagem, realizar um sonho ou até mesmo apoiar um projeto social/ambiental. Se a pessoa conseguir acumular R\$ 200 de renda extra por mês, isso dá R\$ 2.400 por ano”, afirma.

Impulso às empresas na conquista do público

Estímulo à fidelidade do cliente, aumento do *ticket* médio e apelo à compra inteligente. Essas são algumas das vantagens do *cashback* a quem o oferece aos consumidores. Segundo Alves, da Trigg, estudos mostram que a modalidade pode aumentar a

conversão das vendas em 3,4 vezes. Outro indicador que tende a crescer é o *ticket* médio, que, em alguns casos, chega a 46%. “Isso porque, sabendo que parte do dinheiro retornará, o consumidor é incentivado a comprar mais produtos ou adquirir um item mais caro ou com mais qualidade. Por fim, ele gera fidelização, já que o consumidor opta por comprar na mesma loja sabendo que tem um crédito para gastar lá – e que vai receber mais um *cashback* com essa nova compra”, explica o executivo.

Segundo Marques, do Méliuz, outra vantagem é a de ser um investimento seguro para o empreendedor, pois está atrelado ao desempenho. “Quando o empresário investe em anúncio, por exemplo, ele sabe quanto está gastando, mas não sabe quanto vai receber por isso”, explica.

A *startup* de educação *on-line* Descomplica também investe no *cashback* (é parceira da plataforma Meu Dim Dim). Cide Marques, co-

ordenador de *performance* da empresa, diz que a percepção de comprar e receber o dinheiro de volta passou a ter mais relevância do que apenas um desconto propriamente dito. “É uma ação que não depende da sazonalidade. A gente trabalha com ela de forma recorrente porque não está atrelada a uma oferta específica, mas sim, à compra no *site*. Na Descomplica, quando estamos no período de baixa demanda, conseguimos equilibrar a recompensa do *cashback* e continuamos trazendo esse diferencial para os nossos alunos. Oferecemos esse benefício para que o cliente não tenha dúvida da rentabilidade na compra dos nossos cursos. E, partindo desse pensamento, conseguimos crescer em mais de 40% nossa receita ativando essa estratégia de *cashback*”, descreve.

Para Felipe Rodrigues, do Meu Dim Dim, o *cashback* é uma solu-

ção interessante também para os pequenos e médios empreendedores – razão pela qual é nesse público que a empresa está investindo. “A maioria dos pequenos e médios negócios *on-line* está vendendo em *marketplace* e quase todos eles oferecem *cashback*, ou seja, o pequeno e médio lojista banca, com sua porcentagem de comissionamento, uma margem para esses *players* oferecerem o *cashback*”, diz. Segundo

Ivan Zeredo, do Cuponomia, nas pequenas empresas, a modalidade pode servir ao mesmo tempo aos propósitos de engajar clientes e agregar valor à marca e aos produtos. “Também é uma possibilidade de mostrar ao consumidor que o empreendimento, embora pequeno, tem potencial de crescimento, pois é inovador e está antenado às mais recentes tendências e inovações em experiência de compra.”

3,4 vezes
Aumento da conversão
das vendas por
causa do *cashback*,
segundo estudo

Experiência bem-sucedida

Agente de contas Carolina de Góes é um exemplo de consumidora atraída pelo *cashback*. Em suas buscas por um novo *notebook*, o benefício pesou na hora de decidir pela compra. “Pesquisei preços em vários *sites* até que encontrei um com a possibilidade de receber 10% do valor de volta, na forma de *cashback*. Colocando na balança, foi a opção financeiramente mais interessante”, relata ela, que se tornou adepta da modalidade e hoje dá preferência às lojas que a oferecem. “É claro que sempre é preciso pesquisar os preços para ver se o benefício compensa. Mas vejo o *cashback* como uma espécie de reserva, que serve para eu comprar mais itens sem ter de fazer novo desembolso”, explica.

POINT 30 ANOS
COMUNICAÇÃO E MARKETING

BRANDED CONTENT
QUE ATINGE
MILHÕES DE
CONSUMIDORES

TEL: 55(11)3167-0821

WWW.POINTCM.COM.BR

ACESSO

Plataformas simplificam o serviço

Estruturas de cashback estão disponíveis para o consumidor usufruir diferentes formas de benefício

Trigg – O *cashback* da Trigg é obtido em todas as compras feitas com o cartão da empresa. O cliente recebe de volta uma parte do valor gasto, todo mês. A porcentagem varia entre 0,25% e 1,30%, dependendo do total das compras. No *site* da Trigg é possível fazer a simulação do valor que será recebido em *cashback* de acordo com o total da fatura. Esse valor poderá ser usado como crédito nas próximas faturas ou como contribuição ao projeto de impacto social 'Triggers' — o projeto atual é a Assobio e, a cada

R\$ 25,00 doados, o parceiro fará o plantio de árvores.

Ame Digital – Funciona como uma carteira digital, sendo possível controlar saldo, realizar compras e transferências *on-line* e aproveitar o *cashback*. As compras podem ser feitas via QR Code em lojas como Americanas, Submarino e Shoptime, entre outras. Quando o cliente faz um pagamento pelo app da Ame em uma das lojas e estabelecimentos parceiros, parte do valor pago em produtos selecionados volta para ele. Esse valor será informado de diversas maneiras: no *site* das lojas parceiras, no momento do fechamento da compra,

no extrato da conta Ame e em "Detalhes da compra".

Beblue – Basta baixar o aplicativo do Beblue, cadastrar CPF e telefone, inserir o código que é enviado pelo SMS, preencher dados e criar uma senha. Depois, é só informar ao atendente da loja parceira que o pagamento será com Beblue. O cliente faz a compra por meio da maquininha do Beblue, com cartão de débito ou crédito de sua titularidade, digita o seu CPF na hora do pagamento e, instantaneamente, recebe uma parte do valor gasto de volta. Esse saldo poderá ser usado para efetuar pagamentos nos estabelecimentos parceiros ou transferido para amigos que também tenham Beblue. São milhares de estabelecimentos parceiros. Todos eles estão na página principal do aplicativo.

Mooba – O cliente compra nas lojas parceiras e, assim que a transação for confirmada e aprovada, o *cashback* estará disponível no Mooba. Quando no extrato o status da compra constar como "Confirmado", o consumidor solicita o resgate e, no 15º dia do mês seguinte, o dinheiro estará em sua conta bancária.



Micos

Apps e extensões

Para facilitar a vida do consumidor, a maior parte dos programas de *cashback* oferece aplicativos que podem ser baixados gratuitamente, no Google Play e/ou na Apple Store. Por intermédio deles, é possível acompanhar o saldo disponível e, em alguns casos, fazer a transferência do montante para uma conta corrente ou, ainda, realizar novas compras diretamente nos *sites* parceiros.

Outra facilidade oferecida por programas de *cashback* é a instalação de extensões nos navegadores da internet. Nesse caso, o recurso informa o cliente sobre a existência da promoção quando ele acessar a página de uma empresa em que o programa de recompensas está ativo. Essa facilidade é oferecida por programas como Méliuz, Mooba, Myncashback e Meu Dim Dim.

Suas compras valem dinheiro de volta.

Até 1,3% EM CASHBACK

com Cartão de Crédito Trigg!

Ganhe até R\$ 600,00 em Cashback trazendo amigos pelo programa de indicação Trigg Friends! **

Peça o seu cartão:

Aumento de limite recorrente

Visa Gold Internacional

Controle total no aplicativo

Trigg

BATMAN, LEAGUE, and all related characters and elements © & TM DC Comics. (c) 2021
 SUPERMAN and all related characters and elements © & TM DC Comics. (c) 2021
 FRIENDS and all related characters and elements © & TM Warner Bros. Entertainment Inc. (c) 2021
 Warner Bros. Entertainment Inc. (c) 2021

 **Black
Friday
Warren**

 **warren**

OFF?

100% ON!

**Enquanto todos dão desconto,
a Warren dobra seu investimento
de até R\$ 300**

Abra sua conta