



Assumindo as rédeas do crédito para fazer os resultados dispararem

Rede varejista de moda, pioneira dos cartões private label, assume a gestão de seus produtos financeiros e em menos de um ano atinge 2 milhões de clientes, respondendo por 10% das vendas e com ticket médio 25% maior.

Raio X

Cadeia de lojas de vestuário com mais de 180 anos de história e mais de 1,8 mil unidades em 24 países da Europa, América Latina e Ásia. Posicionada entre as maiores redes do varejo global, está presente em 125 cidades brasileiras, com mais de 280 lojas, praticando a filosofia de oferecer moda para toda a família a preços acessíveis.



A hora de oferecer crédito sem intermediações

O cartão private label é um conhecido recurso de crédito oferecido por varejistas para utilização exclusiva em estabelecimentos de suas redes. Pode ter por objetivo desde a fidelização de clientes ou o aumento do ticket médio de vendas, até a otimização do processo de pagamento ou a possibilidade de conhecer melhor os hábitos de consumo dos clientes para criar promoções customizadas e campanhas direcionadas.

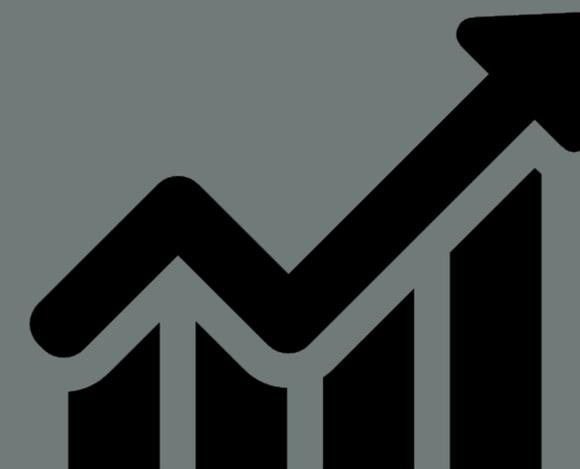
Responsável por lançar o primeiro cartão private label do mercado brasileiro, em 1984, esta varejista de moda vinha mantendo desde o início parceria com um grande banco para a concessão de serviços e produtos financeiros.

Consumidores com cartão próprio da loja **tendem a gastar muito mais** na rede do que outros clientes.

Mas com o passar do tempo, o desalinhamento de objetivos entre as empresas começou a se tornar evidente, impactando inclusive na participação de suas vendas a crédito que mantinham-se em 20% contra a média de 40% a 43% dos concorrentes.

Era o momento de oferecer uma experiência mais alinhada às novas estratégias digitais de pagamento do varejo. E assim, realizou acordo com o banco parceiro, readquirindo o direito de oferecer produtos e serviços financeiros a seus clientes, sem intermediações.

Consumo
70%
maior



Novos tempos, nova parceria

Com o objetivo de tornar essas transações – até então simplesmente financeiras – em uma experiência mais personalizada ao cliente e totalmente integrada ao seu programa de relacionamento com o consumidor, a varejista estabeleceu como prioridade a criação de uma plataforma própria de produtos financeiros.

A ideia era contar com uma solução 100% digital, com cartões físicos ou digitais, para uso em suas lojas, no seu e-commerce e no seu marketplace, sem cobrança de anuidade e com a oferta de descontos e possibilidade de parcelamento pelo aplicativo.

A partir dessa definição, a companhia encontrou a Dock, provedora de tecnologia em pagamentos e banking, a parceira ideal para atuar no ciclo completo de emissão e processamento dos cartões e lançar rapidamente o produto no mercado.

A plataforma **Cards & Credit** da Dock oferece uma solução completa, de fácil implementação por meio de APIs, que acelera a criação de um produto do zero, reduzindo consideravelmente o *time to market*.



20 milhões de membros

integrando a experiência de crédito e pagamento a um robusto programa de relacionamento envolvendo lojas físicas, virtuais, WhatsApp e outros canais digitais.

Faça agora e use já: palavra de ordem da jornada 100% digital

Com jornada 100% digital e opções de transação sem cartão físico, a nova solução própria de gestão de crédito e de produtos financeiros da varejista foca no objetivo de acelerar as compras online e facilitar as compras no ambiente físico, colaborando com a estratégia de valorizar cada vez mais a experiência *omnichannel*.

Para convencer os usuários a migrarem de vez para o novo cartão da loja, a aposta foi na simplicidade do processo: é possível fazer o cartão online em menos de cinco minutos e já utilizá-lo nas compras do site (com opções diferenciadas em relação aos métodos tradicionais de pagamento) e na loja física, apenas usando o próprio CPF e senha cadastrados.

O cartão não tem anuidade, permite cancelamento e está integrado ao programa de relacionamento do cliente. Ao aderir ao cartão digital, o cliente ainda conta com vantagens como 10% de desconto na primeira compra, opções diferenciadas de parcelamento em relação ao crédito tradicional e benefícios exclusivos na loja física.



75% das compras

Mais de 2/3 das compras realizadas com o cartão digital são com parcelamento, e a expectativa é seguir ampliando este volume.

Soluções Dock

A varejista utiliza os recursos de emissão e processamento de cartões da plataforma **Cards & Credit da Dock**, além da solução de Risks com a melhor tecnologia de prevenção a fraudes para proteger as transações.

“

Acertamos ao lançar nosso meio meio de pagamento 100% digital, pois além de continuar permitindo aos clientes parcelar suas compras, tem entregado resultados acima do esperado em termos de frequência de compra e ticket médio.”

Chief Executive Officer

O jeito Dock de resolver problemas e criar oportunidades de negócio

A plataforma Cards & Credit, base da solução de emissão e processamento de cartões da Dock, permite que empresas de qualquer setor de atuação criem e escalem suas próprias operações de cartões de crédito, débito e pré-pago, incluindo a emissão de cartão private label.

Assim, ao lançar um cartão private label com plataforma Cards & Credit na Dock, é possível obter:

- **Mais rentabilidade:** ampliação do portfólio de receitas de crédito, aumento do ticket médio e frequência de compra;
- **Menor time to market:** rápida oferta de inovações ao mercado, com início de operações em até 90 dias;
- **Reconhecimento de marca:** ampliação da reputação da marca com maior valor agregado para clientes com a solução 100% white label.

Enquanto a Dock trabalha em toda a parte tecnológica, burocrática e antifraude durante o ciclo completo de emissão e processamento do cartão, **as empresas podem focar em seus negócios e na experiência de seus clientes.**

Dar crédito dá certo

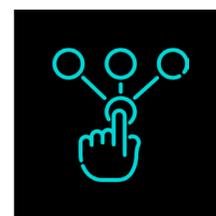
- Cerca de 2 milhões de cartões emitidos em pouco mais de 10 meses desde o lançamento;
- Incremento de 48% no faturamento do segmento de serviços financeiros no primeiro trimestre de 2022;
- Mais de R\$ 850 milhões transacionados;
- Mais de 7 milhões de transações realizadas.

Comportamento médio dos clientes que aderem ao novo cartão

- Ticket médio 60% maior na primeira compra;
- Ticket médio 25% maior nas demais compras;
- Maior frequência de compras.



O que vem por aí



Expansão do portfólio financeiro:

o plano é adicionar mais produtos ao pacote, consolidando uma fintech ao ecossistema da varejista.



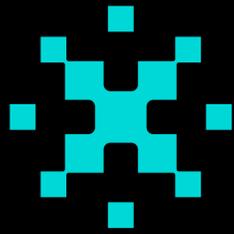
Ampliação da oferta de concessão de crédito:

a partir da recente autorização do Banco Central para funcionamento como Sociedade de Crédito Direto, será possível para a varejista realizar empréstimos e financiamentos utilizando capital próprio.



Com cautela e responsabilidade, a ideia é que façamos parte da jornada de crédito dos clientes, com as melhores soluções e serviços.”

Chief Executive Officer



Let's dematerialize finance to unlock business potential

Para mais informações,
visite www.dock.tech

A Dock é uma das líderes em tecnologia para serviços financeiros na América Latina.

A companhia agrega valor comercial, inovação e escalabilidade para seus clientes, reunindo soluções de Cards & Credit, Banking, Acquiring e Risks por meio de sua plataforma única e completa, a Dock One.

As soluções modulares da Dock facilitam processos cruciais que aceleram a capacidade de empresas em disponibilizar ao mercado novos meios de pagamento e serviços financeiros.

O resultado é uma gama mais ampla de produtos inovadores, maior acesso do consumidor a serviços financeiros e experiências aprimoradas do cliente.

A Dock opera 70 milhões de contas ativas e mais de 7 bilhões de transações anuais por meio de sua plataforma em nuvem, reduzindo a carga operacional e regulatória e oferecendo outras ferramentas valiosas aos clientes por meio de seu ecossistema de parceiros, para que eles possam se concentrar na experiência do usuário final.