

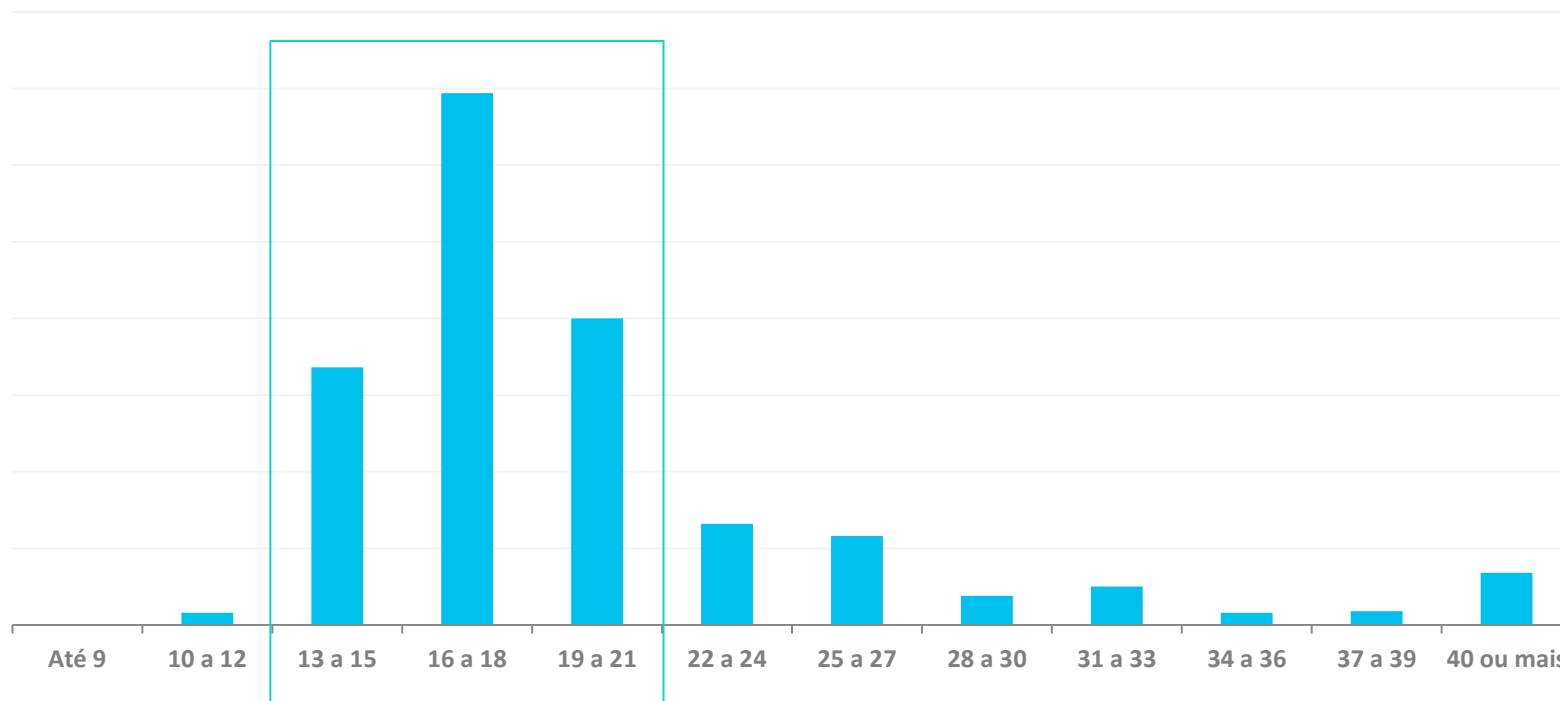
Perfil de Clientes

Rede E-Prepag de Pontos de Venda

Pesquisa realizada em 2017, durante projeto com consultoria Ernst&Young, com 1.700 clientes dos Pontos de Venda em sua primeira fase e, posteriormente, com 90 clientes em pesquisa aprofundada.

E-PREPAG

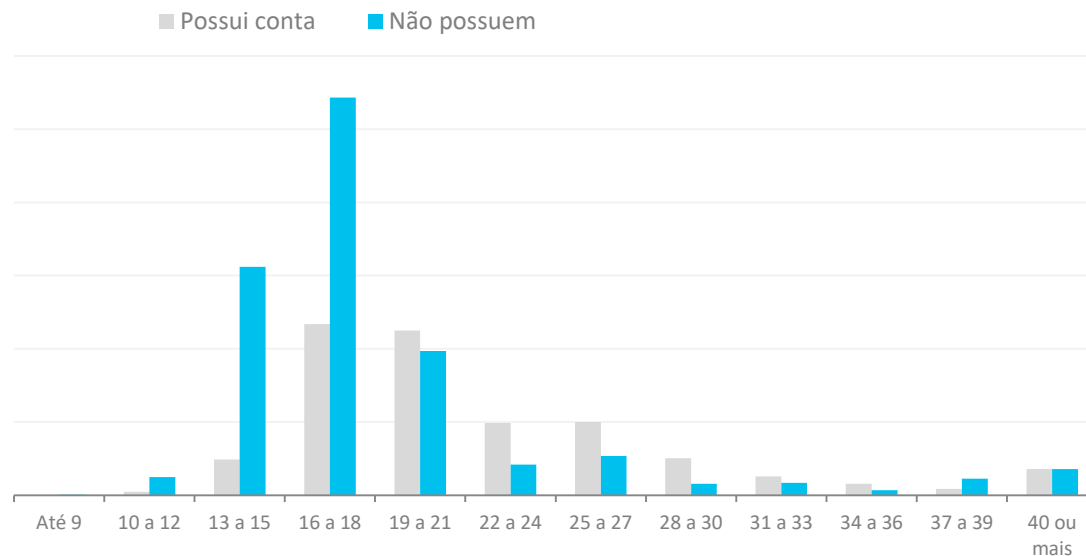
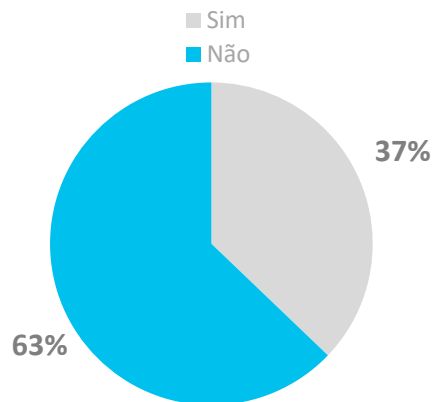
Idade



Faixa etária

Os *millenials* compõem a maior parte do mercado destes PDVs, com destaque para o público entre 16 a 18 anos.

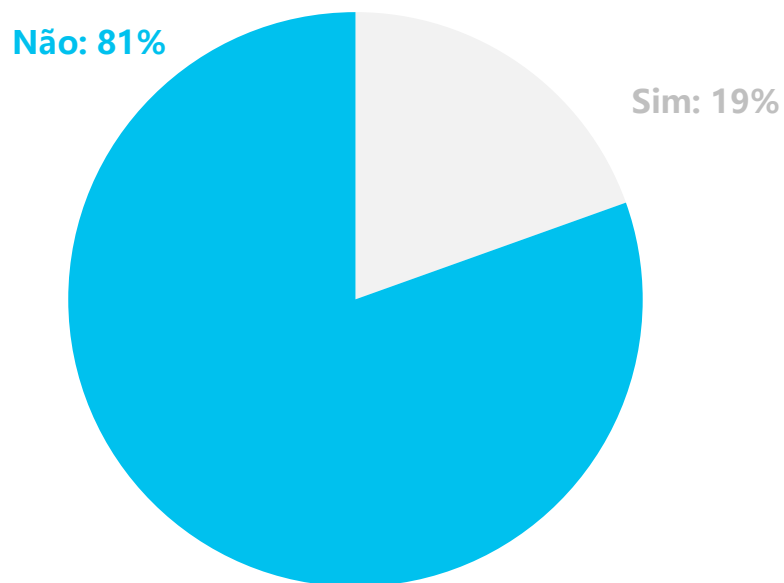
Possui conta em banco?



Clientes sem conta bancária

Mais da metade dos usuários não possui conta em banco (63%), principalmente na faixa etária que compõe a maior parte dos clientes.

Possui cartão de crédito?

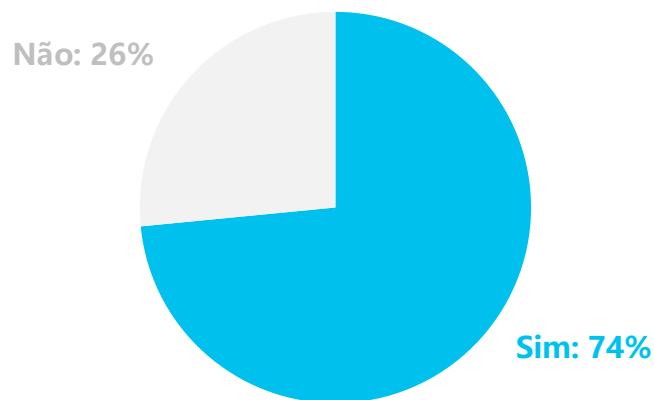


Cartão de Crédito

A grande maioria dos clientes não possui cartão de crédito. Esta informação consequentemente apresenta a grande oportunidade deste mercado ainda pouco atendido. São pessoas que possuem acesso a serviços e produtos, tem condições para compras em serviços digitais, mas na maioria das vezes encontra dificuldade na forma de pagamento.

Os Pontos de Venda resolvem este problema aceitando dinheiro como pagamento deste público, os inserindo no mercado.

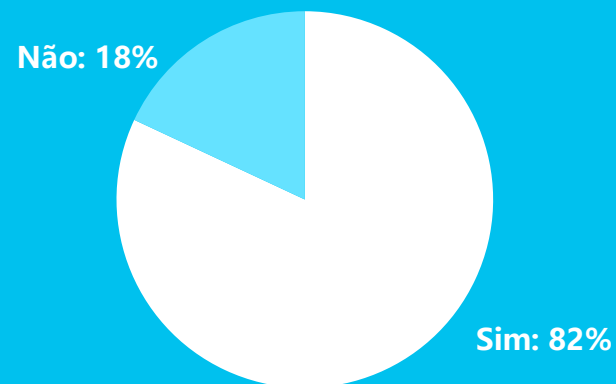
Já comprou em lojas virtuais?



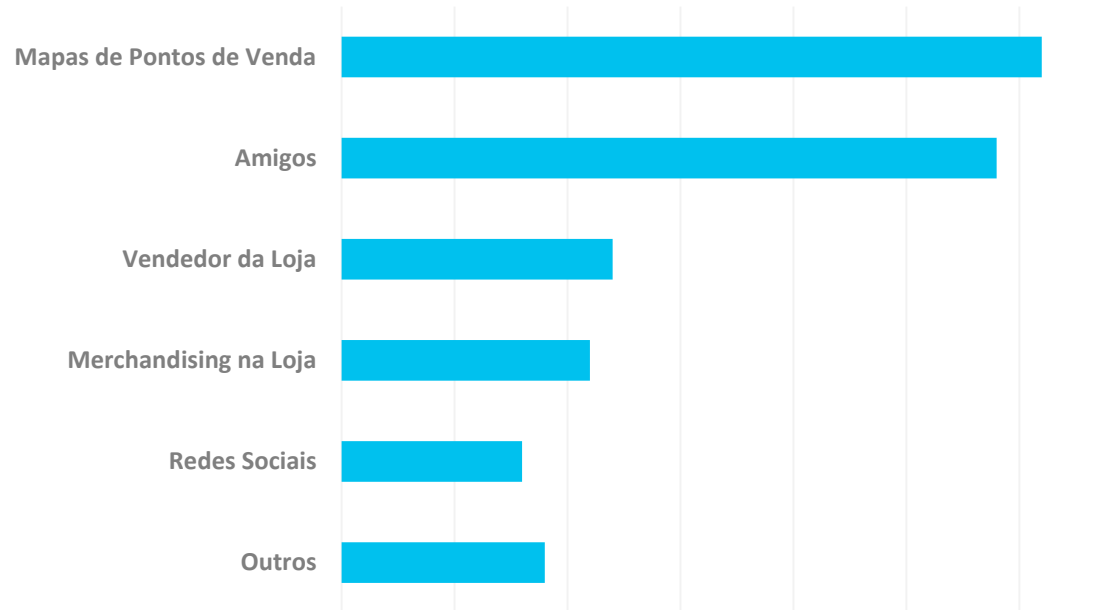
A grande maioria já fez pelo menos uma compra em loja virtual. O percentual fica bem acima da média da população absoluta do Brasil, que apresenta 12% de compras em e-commerce. (Pesquisa Webshoppers/e-Bit, 2016)

Possui smartphone?

A presença de smartphones, apesar de ainda não atingir uma pequena faixa neste grupo, pode-se dizer que é consolidada, com 82% de presença.



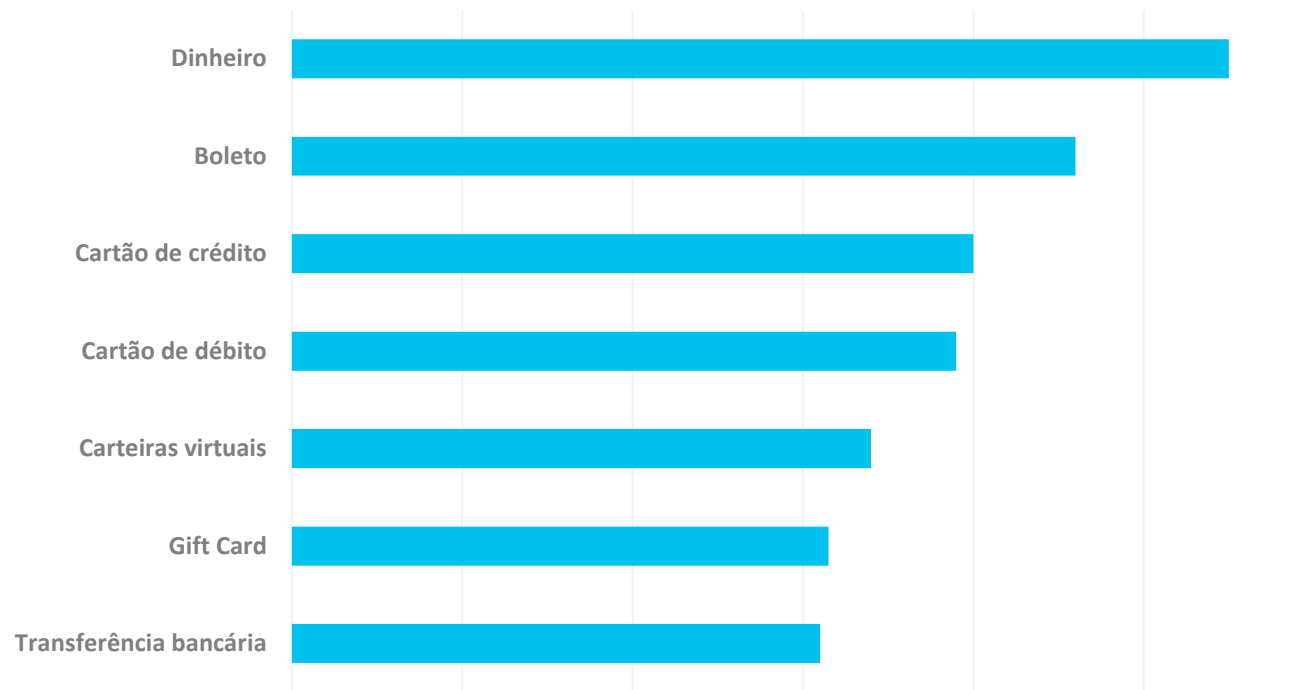
Como ficou sabendo do PDV



Aproximação do cliente

A presença do mapa localizador de Pontos de Venda é um dos principais fatores que levam o cliente ao Ponto de Venda ou que o fazem ter conhecimento do produto em sua região. Da mesma forma, a disseminação do produto em grupos sociais se marca presente de forma importante, seguido da indicação pelo vendedor da loja junto ao material de merchandising.

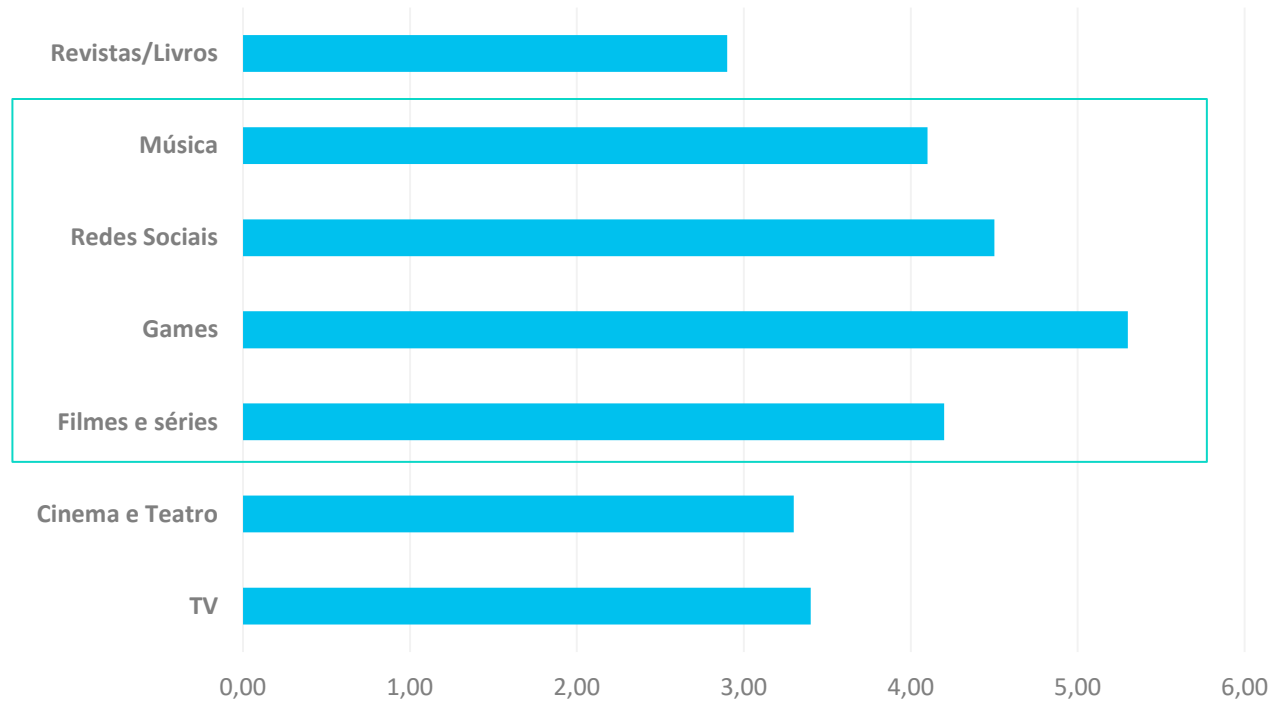
Grau de importância atribuído a cada meio de pagamento



Destaque para pagamentos off-line

Percebe-se que pagamentos transacionados fora de ambientes bancários são os que possuem maior destaque, como a cédula em espécie ou o pagamento de boleto.

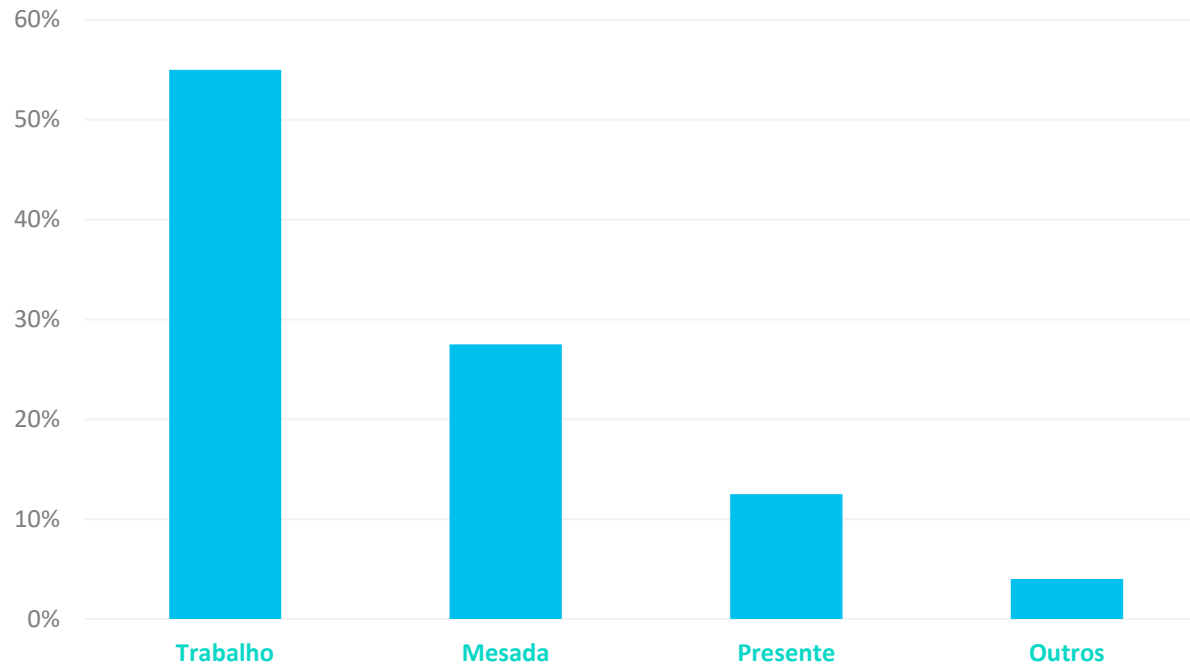
Grau de importância atribuído a cada meio de pagamento



Destaque para novos formatos

Games, serviços de streaming de Filmes / Séries / Música e conteúdos de redes sociais são os entretenimentos atuais e consolidados também para este público desbancarizados.

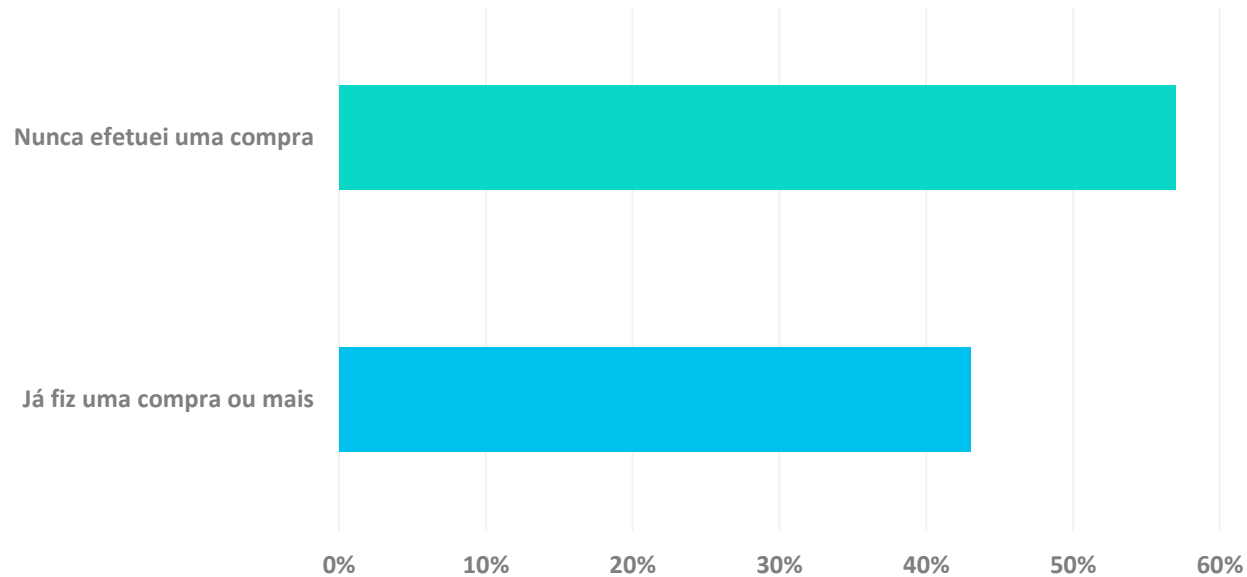
Fonte dos recursos para compra de créditos



Liberdade na decisão

Apesar da faixa etária abaixo dos 20 anos, os recursos próprios compõem a maioria na fonte de recursos para compras, o que garante maior liberdade e decisão no consumo.

Compras de APPs ou dentro de APPs nos últimos 6 meses



Oportunidade com usuários não iniciados

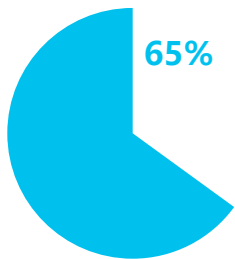
Pouco mais da metade dos entrevistados nunca efetuaram uma compra de APP ou dentro dos APPs. É uma fatia de usuários que ainda está entrando no mercado, e devem inflar o volume movimentado.

(A pesquisa foi realizada antes do lançamento de produto Google Play na Rede E-Prepag de Pontos de Venda)

Perfil dos Pontos de Venda Segmentos



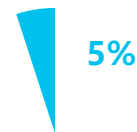
Lan Houses e
Cyber Cafes



Info Stores



Game Stores



Outros estabelecimentos



Segmentos habituados a produtos digitais

A Rede E-Prepag possui uma atuação concentrada em segmentos que atuam com consumidores de games, tecnologia e entretenimento digital.

Perfil dos Pontos de Venda

Distribuição

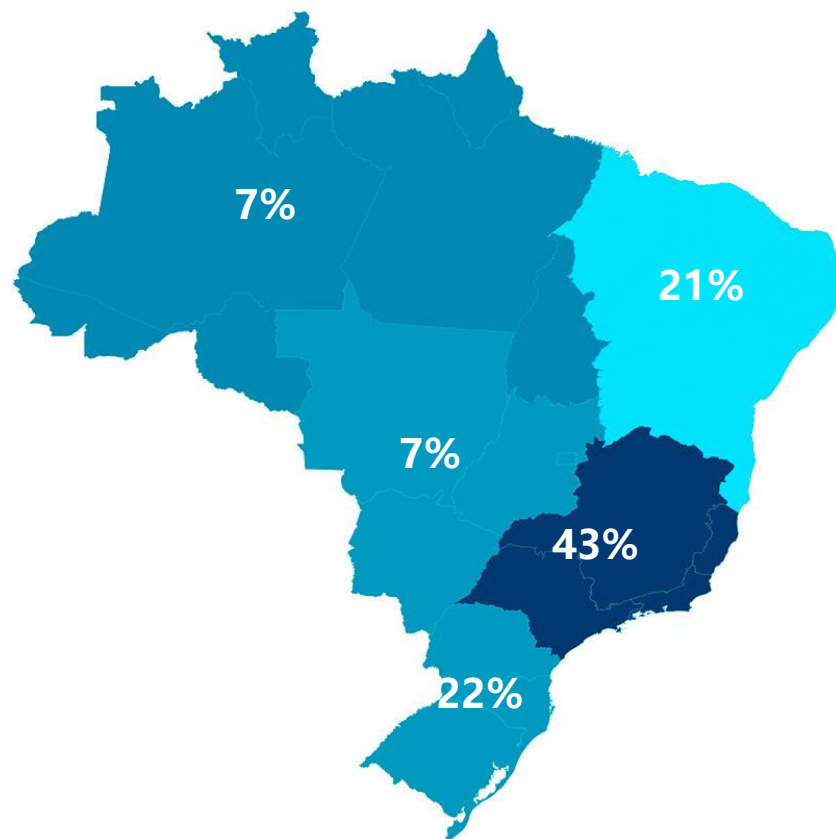
Distribuição

Pontos de Venda

75%

Dos Pontos de Venda estão fora das capitais, cidades onde há menor oferta de gift cards ou outras redes atuando.

Total: 5,300



E-PREPAG

Perfil de Clientes

Rede E-Prepag de Pontos de Venda

solucoes.e-prepag.com