Arenaplan Consultoria

Por Márdel Cardoso

Sistema de Fidelização e Cashless (Sem Fila/Sem Dinheiro)

Sistema de Fidelização e Cashless
Tópicos

1. O que é *Cashless*
2. Open Loop e Closed Loop
3. Arenas Closed Loop
4. Arenas Open Loop
5. Pesquisas
6. Modelo de Implantação
7. Como funciona na prática
8. Como Diminuir o Custo de Implantação?

1. O que é Cashless?

- ***Cashless*** é um sistema de pagamento e fidelização onde os clientes usam cartões recarregáveis para pagar o que consomem. O gestor utiliza um sistema central para monitorar e gerir o sistema.
- Os cartões são recarregados pela internet ou em máquinas locais.
- Leitores especiais checam o saldo e efetuam o pagamento **sem senhas**.
- Os cartões mais comum são "Contactless" como o RFID ou NFC.
- Na Alemanha, o primeiro estádio ***Cashless*** com RFID foi no Veltins Arena, em 2001. Até 2012, já haviam 13 estádios com a tecnologia.
- Na Ucrânia e Polônia, 6 das 8 arenas da Euro 2012 eram ***Cashless***.
- São 2 modelos de sistema ***Cashless***: O **Open Loop** e o **Closed Loop**.

1. O que é Cashless?
Integração, Serviço e Fidelização

2 - Open Loop / Closed Loop

- O termo ***Open Loop*** é dado para um **sistema aberto** e integrável com cartões **fornecidos pelos bancos**, integrado às bandeiras de cartões de crédito. O banco faz a gestão do sistema.
- O termo ***Closed Loop*** é aplicado às soluções voltadas ao **projeto do clube ou da arena** e gerenciado pelo gestor do local, carregado por cartão de crédito ou débito.

2 - Open Loop ou Closed Loop Comparativo

Modo	Open Loop	Closed Loop
Benefícios	• Melhor aceitação do cartão no interior e no exterior do estádio • Base de argumentação mais fácil para o clube antes da introdução do sistema	• Alto grau de confiabilidade do sistema • Alto grau de flexibilidade
Desvantagens	• Forte dependência técnica, operacional e financeira do banco parceiro • É possível refinanciar o sistema por meio de patrocínio	• A aceitação um pouco mais difícil • Aceitação do cartão em apenas um ou dois locais (arena e ginásio)

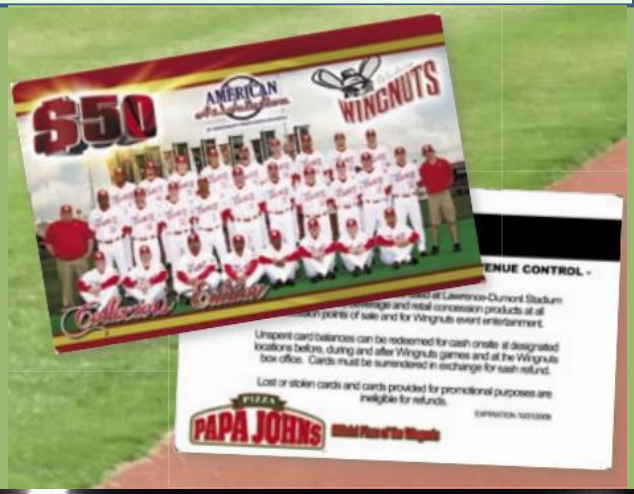
3 – Arenas Closed Loop

CLOSED

LOOP

Wichita Wingnuts Stadium (EUA)
Closed Loop

- Em 2008, o **Wichita Wingnuts** (Baseball) abriu a temporada de 2008 como *Cashless*.
- Os fãs podem usam seus cartões para comprar itens.
- **Resultados**:
  - Nas três primeiras semanas mais de 42.000 transações com o cartão.
  - O gasto por pessoa **aumentou** mais de 30% se comparado ao ano anterior.



Amsterdam Arena (Holanda)
Closed loop

- 52.000 lugares. Usa cartões inteligentes desde o final da década de 1990.
- Valores pré-fixados (E$10, E$20, E$50...) no carregamento dos cartões.
- Ele é a única forma de comprar qualquer coisa na arena.
- **Resultados**:
  - Aumento do processo de compras
  - Renda extra, com dinheiro deixado nos cartões (Parte do dinheiro não é usado. Os cartões têm um tempo de vida limitado).

American Express Community Stadium (Inglaterra) Closed loop

- Os fãs pagam pelos produtos com cartões modelados pelo *Oyster Card System* no metrô de Londres.
- Valores pré-fixados para carregar os cartões.
- O acesso é automático para quem tem bilhetes de temporada.
- Os fãs inserem créditos nos cartões da mesma forma que nos telefones celulares.
- O sistema armazena dados de fidelização: como o número de jogos que eles estiveram presentes, alocando-os em jogos menos atrativos automaticamente .

Allianz Arena (Alemanha)
Closed loop

- Todas as compras devem ser feitas por um cartão que pode ser adquirido no estádio e creditados com valores 10, 20 e 50 Euros.
- A arena oferece um mecanismo para receber o crédito restante ao deixar o local.
- As taxas de estacionamento devem ser pagas com o cartão.
- A arena oferece seis estações de carregamento automático.
- Ela vende os cartões com de vendas que circulam dentro e fora do estádio

Dortmund Stadium (Alemanha)
Closed Loop

- É o maior estádio da Alemanha (80.225 lugares).
- Começou a usar *Cashless* em 2010/11 com RFID .
- Os fãs virtuais podem criar um perfil online antes de entrar no estádio.
- Sistemas semelhantes existem em mais 4 arenas no país:
    - Rhein-Neckar Arena (Hoffenheim)
    - RheinEnergieStadium (Colónia)
    - Fritz-Walter-Stadium (Kaiserslautern)
    - Commerzbank-Arena (Frankfurt);
- E também na Ucrânia, na Suíça e Inglaterra;
- **Resultados**: Aumento médio das vendas em 20%

4 – Arenas Open Loop

OPEN

LOOP

FC Internazionale (Itália)

Open Loop

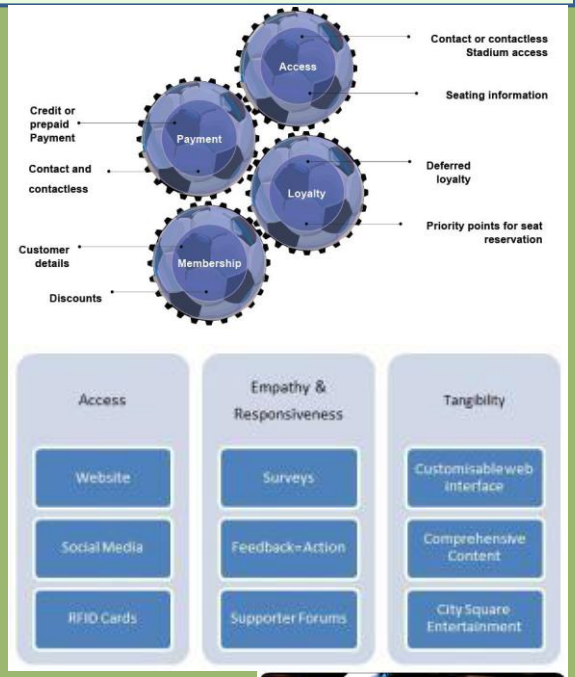
- Parceiro: ***Banca Popolare di Milano***.
- Começou com cartão RFID em 2009 (“Siamo Noi”).
- Gratuito para bilhetes de temporada,mas tem custo se usado ocasionalmente.
- Validade de 5 anos
- O cartão oferece descontos em mercadorias
- Resultado: No primeiro ano houveram 100 mil cartões emitidos.

KKS Lech Poznan (Polônia)

Open Loop

- Parceiro: ***Gospodarczy Bank Wielkopolski***
- Cartão RFID e Bandeira Mastercard.
- Além de pagamento o cartão funciona para bilhete de temporada e pode ser usado para estacionamento.

6 - O caso Manchester City
Open Loop



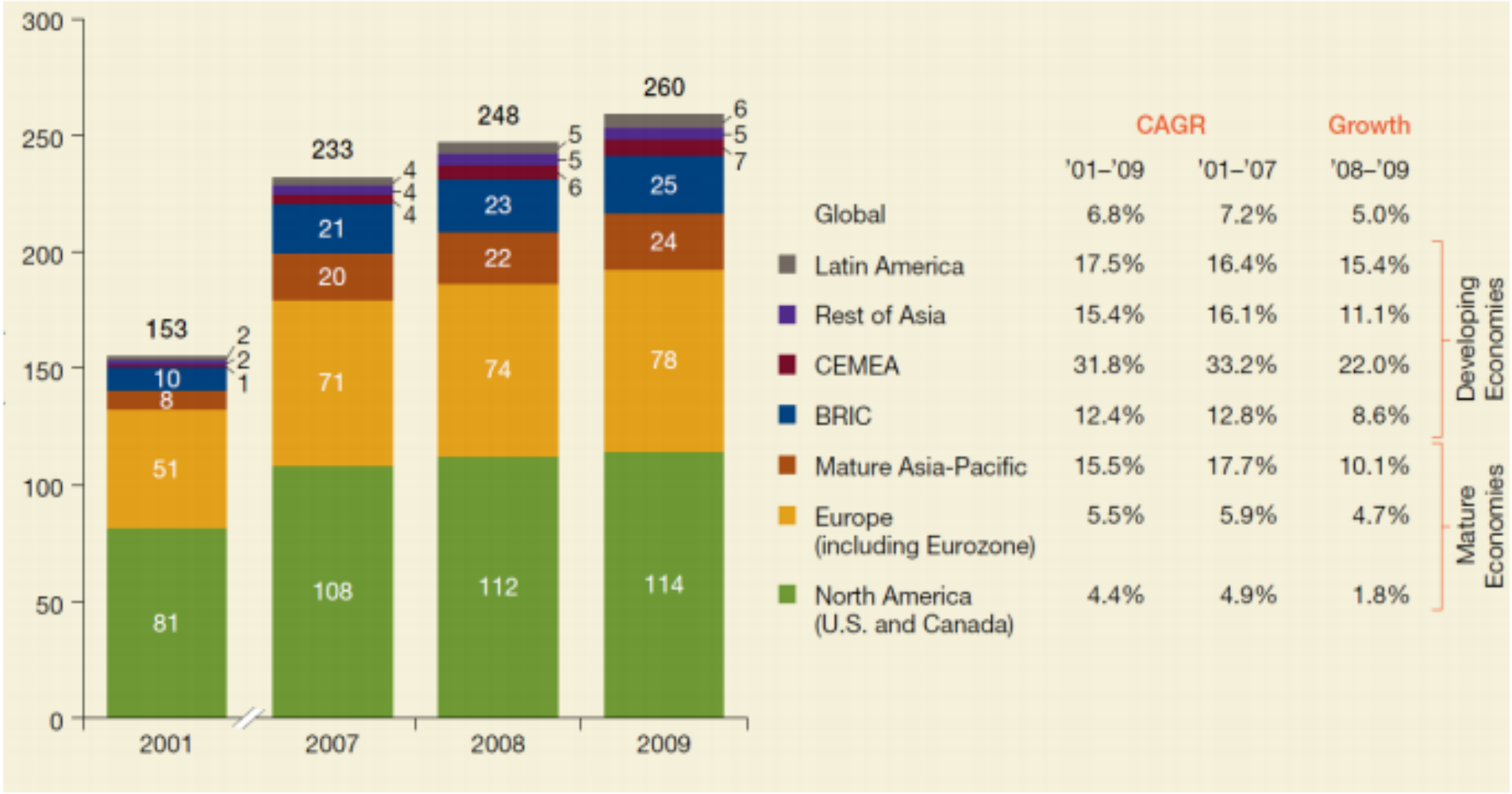
- Parceiro: MBNA Cartões a partir de 2008.
- Ao comprar o ingresso, os fãs recebem apresentação do ponto de vista. Possuem um aplicativo interativo integrado ao Facebook e Twitter para se localizar no local.
- Site completo (dados, estatísticas, informações).
- Cartão RFID funciona para acesso, pagamento, comprar ingressos (reservas para temporadas).
- A estratégia CRM dividiu os torcedores alvo em 33 grupos, cada um sistema personalizado de serviço.
- **Resultados**: No projeto piloto, 86% usaram o cartão para acesso. E 40% dos torcedores usaram o cartão no pagamento. Houve 30% no aumento no consumo interno.

O caso Manchester City
Resultados

Fans	Comerciantes/Catering
. Conveniência: Um cartão faz tudo. . Ampla aceitação do cartão . Filas mais curtas . Mais rápido e mais seguro (limites verificados)	. Maior Velocidade de Pagto/Redução das Filas . Aumento das Vendas . Menor Custo nas Transações . Menor uso de dinheiro (Higiene) . Menos perdas e fraudes
MBNA	**Adquirente Cartões**
. Maior afinidade com parceiros . Aumento da base de clientes . Relações com clientes mais rígidas . Cartão padrão nas transações	. Adicional volume de transações . Uso do processamento de pagamento nas redes existentes

PESQUISAS

Número de Transações Sem Dinheiro



Number of Non-Cash Transactions by Region (Billion), 2001, 2007-2009[2]

2010 Federal Reserve Payments

Hábito de Pré-Carregar Valores no Brasil

- Quase 30 milhões de jogadores online na faixa de 10 a 40 anos tem hábito de carregar valores em sua conta para consumo. O ticket médio gira em torno de R$40,00.
- Somente nos 6 maiores centros urbanos do país temos mais de 16 mil escolas particulares. Nas melhores escolas de cada cidade os pais já usam cartões pré-pagos (código de barras e fita magnética) para pagar o lanche dos seus filhos.
- Quase 5 milhões de usuários de metrô no Brasil. Uma parte destes usuários já utilizam o bilhete único.

MODELO DE IMPLANTAÇÃO

Ciclo de Vida do Projeto Cashless

Apoio Estratégico	Desenvolv. Dos Sistemas de Apoio	Desenvolv. Do Programa	Busca dos Clientes	Ativação e Utilização	Valor Agregado
Tamanho do Mercado Segmentalção e Perfil do Mercado Avaliação da Capacidade e da Estratégia Revisão da Análise Competitiva Capacidade de Integração e Estratégia Mobile	Business Case dos Parceiros Confirguração do Patrocínio e Plano do Projeto / Apoio Definição da Forma de Monitoramento Identifição dos Bancos Parceiros	Identificação dos Parceiros para Pré-pago: Patrocinador / Programa de Gerenciamento / Desenvolvim. da Proposta para Cartões de crédito Solicitação de Propostas para Desenvolvim. e Gestão Especificação do Produto Business Case do Desenvolvim./ Financiamento	Definição e Revisão das Melhores Práticas Treinamento de Vendas Treinamento em Rede Configuração e implementação do Processo	Estratégia e implementação de CRM Revisão das Melhores Práticas CRM Treinamento e Otimização do Call center Ofertas de Programas de Ativação e Vendas Análise e Modelagem de Dados	Desenvolvim. Programa de Fidelidade / Revisão / Reforço Desenvolvim. Estratégia de Análise do Ativação e Consumo Seleção de Parceiros Apoio e Estratégia e de Vendas Cruzadas

8. Como Funciona na Prática

Como Funciona

Na Prática?

Um exemplo de um sistema

Closed Loop

com cartão RFID e

plataforma Mobile

com sistema em Nuvem

8. Como Funciona na Prática
Passo 1 e 2

Download
Do Aplicativo

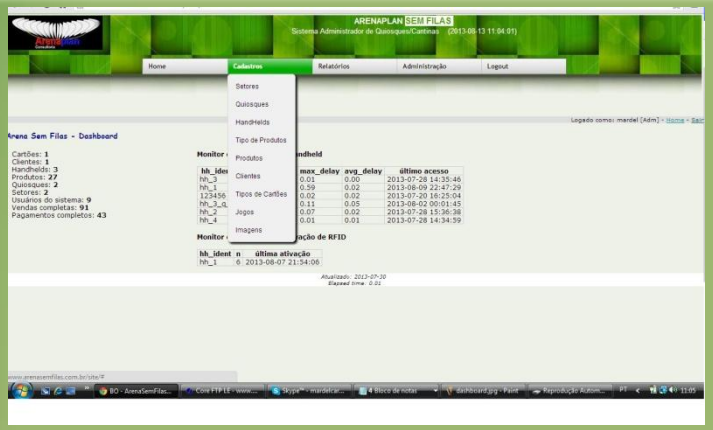
PASSO 1
Downloads

PASSO 2
Cadastro

Dados do
Cadastro

DATA CENTER EM NUVEM
(Cresce de acordo com a demanda)

ARENAPLAN
SEM FILAS



Pelo BackOffice analisamos a mobilização dos clientes e os resultados a nível de cadastro.

8. Como Funciona na Prática
Passo 3

Clientes

ARENAPLAN SEM FILAS
Cartão RFID da Empresa

ARENAPLAN SEM FILAS
Cartão RFID da Empresa

ARENAPLAN SEM FILAS
Cartão RFID da Empresa

PASSO 3
Ativação

DATA CENTER EM NUVEM
(Cresce de acordo com a demanda)

ARENAPLAN
SEM FILAS

Atendente

PDV Portátil

Tela De Ativação

8. Como Funciona na Prática
Passo 4

Saldo é Incrementado R$100 (1 minuto) Recomenda-se 24h antes

Cliente solicita Carga/Débito Automático BB (Conexão Segura SSL) Ex. $100,00

PASSO 4
Carregamento

Saldo Atualizado 48h depois

DATA CENTER EM NUVEM
(Cresce de acordo com a demanda)

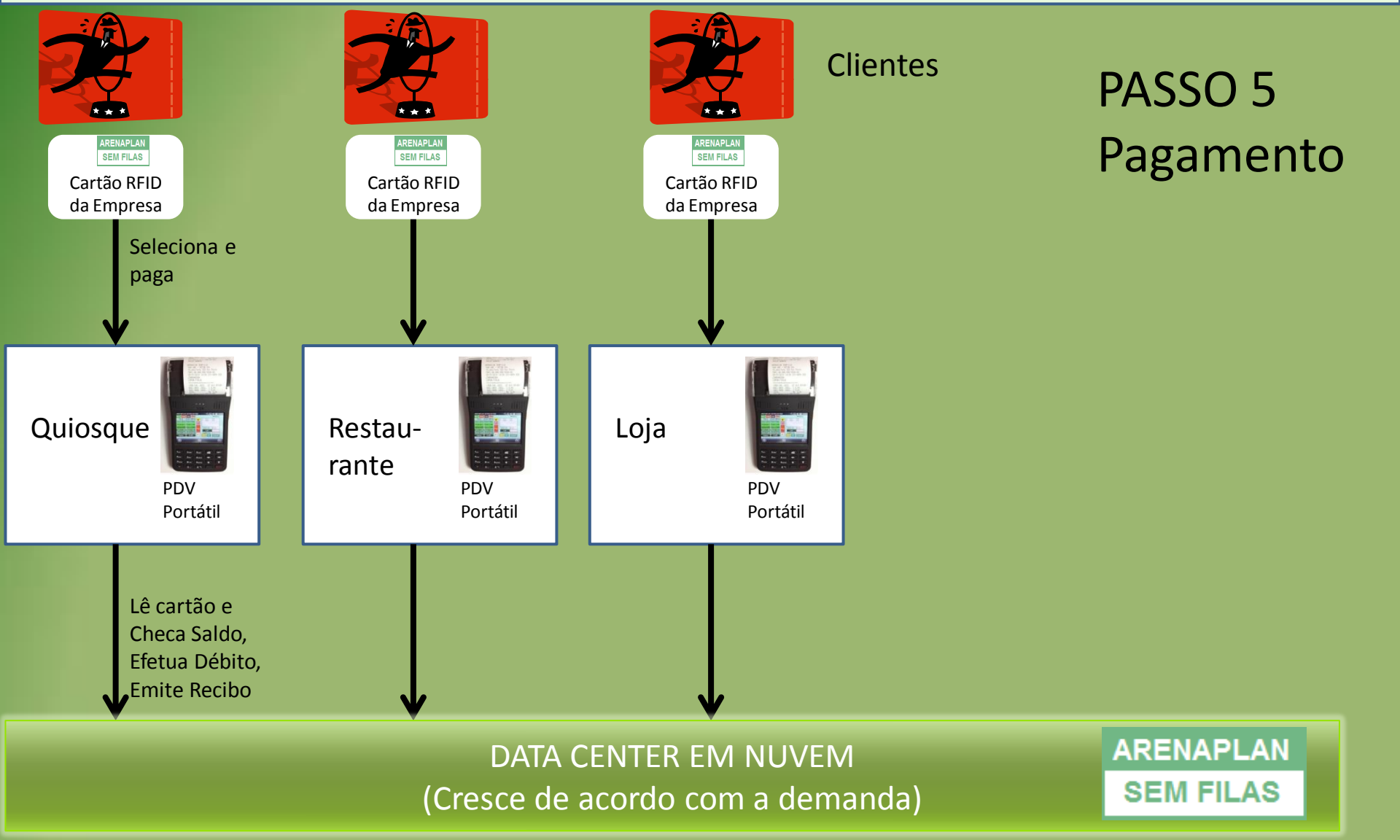
ARENAPLAN
SEM FILAS

Sistema Abre conexão Segura c/BANCO

Sistema Abre conexão Segura c/CIELO

Meios de Pagamento Possíveis

8. Como Funciona na Prática
Passo 5



9 - Como diminuir o custo de Implantação?

Tipo	Opção 1	Opção 2	Vantagens
Sistema	**Centralizado** (Servidores na Arena)	**Em Nuvem** (Servidores Remoto)	• **Custos Menores** - Implantação - Manutenção - Infraestrutura • Maior Segurança • Maior Integração Cliente • Mais satisfação e serviços • Receitas com SMS • Maior Mobilidade • Mais Vendas •Menos Fraudes
Carregadores	**Fixos / Internet**	**Móvel / Internet**	
Terminais PDV	**Fixos**	**Sistema Comum + PDV Portátil**	
Financiamento	**Parceiro**	**Caixa Econômica Federal**	Maior Autonomia, Lucratividade e Flexibilidade

OBRIGADO

Márdel Cardoso

Diretor

Arenaplan Consultoria

mardel@arenaplan.com.br

55(11)99449-4606