

DESAFIO

GPA
LABS

STARTUPS - ESSE DESAFIO É PRA VOCÊS

VENHA PENSAR COM A GENTE COMO POTENCIALIZAR AS VENDAS DIGITAIS DOS **CARTÕES EXTRA E PÃO DE AÇÚCAR**

O mundo está mais digitalizado e os(as) clientes adotam, cada vez mais, o perfil multicanal e multiformato. A aceleração digital no País, ocasionada pela **pandemia, tem impulsionado as compras de supermercado pela internet (e conseqüentemente a demanda por eficiência e rapidez nas entregas)**, o uso de aplicativos, o uso de novos meios de pagamento e a expansão dos *marketplaces*.

E o GPA tem acompanhado essa transformação com diferentes possibilidades em seu ecossistema: programas de fidelidade digitais, como Pão de Açúcar Mais, Clube Extra e Stix; modalidades de entrega para o *e-commerce* que atendem às mais diversas necessidades, como o Clique e Retire e Entrega *Express*, e os novos serviços de logística da GPA Log; presença de *self checkout* (totens de autoatendimento) e *Scan & Go* (escaneamento e pagamento dos produtos com o uso do celular) nas lojas; lançamento do *marketplace* nos *e-commerces* do Pão de Açúcar e Clube Extra; e parceria com *last-milers*. Além disso, por meio do GPA Labs, o Grupo integra uma rede de inovação de parcerias com *startups* e *scale-ups* para promover a melhor experiência de compra em todos os canais e evoluções nos processos de *backoffice*.



E, em meio a esse cenário phygital (união entre o físico e o digital), o GPA busca conectar os cartões FIC Pão de Açúcar e Extra ao seu ecossistema, desde a jornada de solicitação do cartão até a utilização dos benefícios pelos(as) clientes. Por isso, **EM PARCERIA COM O ITAÚ E A VISA, O GPA DESAFIA AS STARTUPS** de todos os segmentos, que estejam em fase de scale-up, a **TRAZER SOLUÇÕES QUE CONTRIBUAM PARA O AUMENTO DAS VENDAS DIGITAIS DOS CARTÕES PÃO DE AÇÚCAR E EXTRA.**



Nos últimos 12 meses, houve um crescimento expressivo de vendas desses cartões nos ambientes digitais, porém apenas 25% das conversões foram feitas dentro do ecossistema do GPA (lojas e e-commerces). A maior parte dos cartões foi emitida por meio de plataformas externas, como o Itaú e o marketplace de produtos financeiros.



COM BASE NESSA REALIDADE, COMO PODEMOS POTENCIALIZAR AS VENDAS DIGITAIS DE CARTÕES NO ECOSISTEMA GPA, CONSIDERANDO AS JORNADAS DIGITAL E/OU PHYDIGITAL?

PARA QUE VOCÊ POSSA PENSAR NESSA SOLUÇÃO, É IMPORTANTE CONHECER UM POUCO MAIS SOBRE A FIC (FINANCEIRA ITAÚ CDB), EMISSORA DOS CARTÕES.


A joint venture do GPA com o Itaú, fundada em 2004, tem o propósito de ofertar produtos financeiros para os(as) clientes GPA por meio da expertise financeira do Itaú Unibanco, em sinergia com o posicionamento estratégico do Grupo, sendo hoje uma das principais financeiras do Brasil.



Entre os produtos financeiros ofertados pela FIC estão os cartões de crédito co-branded das marcas Pão de Açúcar e Extra. Eles são comercializados digitalmente pelo site do Itaú e nos sites e aplicativos dos e-commerces do GPA. No caso dos cartões Extra, também contamos com venda em lojas físicas, em todas as unidades do Extra Hiper.

Os cartões, além de todas as vantagens de um cartão de crédito da bandeira VISA, possuem diversos benefícios, desde descontos exclusivos no GPA até programa de pontos. Por exemplo, os cartões Pão de Açúcar contam com descontos em vinhos, espumantes, queijos e marcas exclusivas do Grupo nas lojas físicas e site, além de vantagens como parcelamento diferenciado e frete grátis. Adicionalmente, os cartões Pão de Açúcar Gold e Platinum contam com um programa de pontos, que podem ser trocados por milhas aéreas ou descontos. Já os cartões Extra possuem descontos nos produtos da marca exclusiva Qualitá e descontos sazonais nas lojas e no site Clube Extra. O cartão Extra Gold também possui programa de pontos, que podem ser trocados por descontos nas lojas do Extra.

Os(as) clientes desses cartões também têm acesso à ampla gama de produtos financeiros oferecidos pelo Itaú Unibanco, como, por exemplo, crédito pessoal, parcelamento de fatura e diversos tipos de seguros.



A solução escolhida para impulsionar as vendas digitais dos cartões será contratada e implementada pela FIC, em um projeto piloto no ecossistema GPA.

A startup receberá ainda, todo o apoio e consultoria de um dos maiores varejistas do país, desde o desenho do piloto até a contratação.

E AÍ, TOPA O DESAFIO?

Para se inscrever, acesse a Página da Visa for Startups até 28/11!