



Ticket reestrutura portal e proporciona nova experiência digital para 6 milhões de usuários mensais

Nova plataforma otimiza e facilita a navegação, agiliza o acesso à informação e considera necessidades específicas de empresas, comerciantes e trabalhadores

A Ticket, marca de benefícios de refeição e alimentação da Edenred Brasil, reformulou completamente seu [portal de relacionamento com trabalhadores](#), comerciantes e empresas contratantes de benefícios. A novidade completa o ciclo de atualização e melhoria contínua das plataformas da marca, com foco em seus três principais públicos: comerciantes, empregados e empresas.

De janeiro a agosto, o portal foi acessado, em média, por 6 milhões de usuários por mês. A expectativa é de que, com a reformulação, esses indicadores registrem um crescimento de 10% nos próximos meses.

A nova versão do portal foi desenhada levando em consideração necessidades detectadas em uma pesquisa focada na jornada do cliente (*customer journey*), nas melhorias indicadas nos contatos dos canais de atendimento e na cultura de inovação e digitalização que faz parte do DNA da marca. A otimização de processos se consolidou com dois principais pilares: SEO (*search engine optimization*) e experiência do usuário (UX/UI).

Com layout mais leve, o principal destaque da reestruturação está na navegabilidade, na construção de uma arquitetura da informação mais eficiente e na melhoria dos mecanismos para explorar os conteúdos, que passam a estar segmentados e focados no perfil de cada um dos públicos com os quais a marca se relaciona. Com isso, o usuário é direcionado aos ambientes com conteúdos mais aderentes ao seu perfil, já na página inicial do portal.

“Com a reformulação da plataforma, queremos melhorar as experiências diárias que proporcionamos, combinando tecnologia e uma navegação mais rápida a uma identidade visual ainda mais moderna, leve e simples, valores que fazem parte de



nossa essência e estão relacionados à comodidade, à economia e à paixão por inovação”, ressalta Felipe Gomes, Diretor-Geral da Ticket.

Além de favorecer uma comunicação mais direcionada e focada nas necessidades e nas demandas de cada público, o novo portal foi pensado de acordo com os conceitos de performance de carregamento via *mobile first*.

Outra mudança é com relação ao novo visual da assistente de inteligência artificial EVA (Edenred Virtual Assistant), que ficou mais leve e agradável. Além disso, todas as informações demandadas ficarão totalmente disponíveis na tela, para facilitar o acesso e compreensão do usuário, no desktop ou via acesso móvel.

Com a otimização do SEO, além de melhorar a performance da plataforma nos sites de busca, a Ticket tem como objetivo garantir maior rapidez na navegação, com redução de até cinco segundos no tempo de carregamento das principais páginas do site, o que foi possibilitado por um código mais limpo e organizado para os mecanismos de busca.

Melhorias também para empresas

A [área destinada exclusivamente às empresas](#) que contratam benefícios aos seus trabalhadores, também foi atualizada. As mudanças trazem melhorias especialmente às pequenas e médias empresas, uma vez que simplificaram o passo a passo e aprimoraram a navegabilidade desses clientes. Em 30 dias de testes, a nova plataforma já se mostrou 35% mais eficiente.

Entre as principais inovações com foco neste público estão a possibilidade de filtro dos benefícios, de acordo com a necessidade; a simulação acompanhada de informações mais completas a respeito de cada produto e a visualização de imagens dos cartões, o que auxilia na tomada de decisões. Além disso, destaca-se o suporte dado aos administradores dos benefícios, com orientação em todas as etapas do processo, tornando a contratação mais fácil e rápida.



A partir de agora, também é possível realizar o compartilhamento das simulações por e-mail, imprimir ou realizar o download em PDF, de modo que o decisor possa avaliar com calma as alternativas, selecionando a opção mais adequada às suas necessidades.

Outra novidade é a possibilidade de realizar o upload da lista de beneficiários por meio de arquivo, um dos aspectos que contribuiu com a redução e simplificação das etapas de contratação dos benefícios. Com isso, em apenas três minutos é possível concluir a compra dos cartões. “Em linha com as necessidades de nossos clientes, incluímos também a funcionalidade de retorno à simulação, melhorando a experiência nos casos em que é necessário retornar à última simulação para concluí-la ou realizar alguma alteração, sem que para isso seja preciso refazer todo o processo”, completa Gomes.

A navegação das empresas também foi aprimorada no acesso via mobile, com modificações que agregam mais fluidez à experiência. Como exemplo, houve a inclusão de uma linha do tempo, que indica a etapa atual do processo, bem como os passos faltantes para a finalização do pedido.

App Ticket para usuários

Após uma reformulação completa, o app Ticket para trabalhadores, com versões para Android e iOS, recebeu feedbacks positivos especialmente pela incorporação da funcionalidade “lista de compras”. Em três meses, foram mais de 300 mil acessos e uma audiência média de 2,3 milhões de usuários únicos por mês.

O aplicativo foi desenvolvido com uso de metodologia de *design thinking* e traz o usuário para o centro da experiência. Com isso, opera de maneira muito mais leve e ocupa menos espaço nos dispositivos, o que permite a gestão de múltiplos benefícios em um único lugar, com mais agilidade e velocidade.



Informações Ticket

RPMA Comunicação

Carina Eguia

Kelly Queiroz

edenred@rpmacomunicacao.com.br

RPMA Comunicação

Tel.: 11 5501-4655 | 5102-4146

www.rpmacomunicacao.com.br