



Transformação digital eleva em 38% número de comerciantes credenciados pela Ticket

Nos últimos três anos, a marca transformou o relacionamento com estabelecimentos com tecnologia e processos paperless

A Ticket, marca de benefícios de refeição e alimentação da Edenred Brasil, transformou o contato com os estabelecimentos parceiros ao longo dos últimos três anos, e incluiu mais tecnologia nos processos de credenciamento, o que gerou mais agilidade e reduziu o uso de papel. O esforço da companhia neste período resultou em um ganho de escala de 38%. Em 2021, a marca já disponibiliza aos seus 7 milhões de trabalhadores beneficiados um total de 455 mil estabelecimentos credenciados.

A transformação digital, que sustentou o crescimento do número de estabelecimentos credenciados, foi realizada com mais de uma frente de atuação no atendimento aos negócios, com objetivo de facilitar o acesso a informações precisas e fundamentais para o credenciamento, e agilizar o processo de cadastro e formalização do contrato. O portal que atende às necessidades dos estabelecimentos foi reformulado, com experiência planejada para facilitar a navegação, e se tornou responsável aos ambientes mobile, de forma a deixar o cadastro disponível a poucos cliques na tela dos smartphones.

Para dúvidas durante todo o processo de credenciamento, uma equipe foi criada para suporte aos estabelecimentos em relação ao credenciamento, além de um chat online 24h que foi criado e disponibilizado aos estabelecimentos. Por mês, são realizados aproximadamente 2500 auxílios por meio do chat e canais online, e mais de 3000 via telefone. A marca possui, também, a EVA, inteligência artificial que realiza contato com os interessados.

“Uma iniciativa importante foi a digitalização do processo de credenciamento, em 2017, que transformou o mecanismo tradicional de envio de documentação. Antes, os estabelecimentos precisavam compartilhar os documentos físicos, o que tornava a mecânica mais complexa para eles. Desde então, os estabelecimentos contam com o atendimento *paperless*, ou seja, sem o uso de papel, de forma 100% online. Isso simplificou o processo, tornando-o muito mais ágil e totalmente digital”, destaca Jean Castro, Superintendente de Rede da Ticket.



Ao aplicar as tecnologias que permitiram a transformação digital, a Ticket garantiu ganhos ao meio ambiente, como a redução do consumo de 400 mil folhas de papel por ano, um total de 2 toneladas. E isso não mudou a postura da marca em relação à qualidade dos estabelecimentos credenciados. A preocupação com a nutrição e saúde dos usuários, por exemplo, se manteve, bem como o seu comprometimento em garantir que as instruções do PAT (Programa de Alimentação do Trabalhador) para uma alimentação saudável fossem cumpridas pelos novos cadastrados.

Uma das normativas desse programa visa assegurar que a refeição servida em restaurantes seja saudável, sendo obrigatória a oferta de uma fruta diariamente. A Ticket passou a receber digitalmente os cardápios dos restaurantes antes do credenciamento, e confirmou, por exemplo, que todos os estabelecimentos credenciados façam a oferta de frutas nas refeições, por meio do uso de ferramentas de RPA (Robotic Process Automation) para compilação e confirmação das informações de cardápio.

“No primeiro ano da iniciativa *paperless*, registramos um aumento de 92% no volume de credenciamentos realizados num período de 12 meses. Fomos a primeira empresa do setor a ter esse processo totalmente digital, com todo o processo realizado em até 7 dias úteis. Ou seja, reduzimos o procedimento em 23 dias, eliminamos envios de documentos e a presença de um credenciador”, completa Castro.

Iniciativas nos espaços físicos dos estabelecimentos também impactaram no aumento dos números. Antes da pandemia, a Ticket realizou um trabalho de aproximação com negócios com potencial para credenciamento. As frentes de atendimento foram realizadas também em cidades com menor densidade populacional, especialmente nas Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

“Também realizamos ações para garantir a satisfação dos estabelecimentos credenciados, exercendo a paixão pelo cliente, valor corporativo praticado diariamente pelos colaboradores da Ticket. Tivemos o destaque para a criação do Ticket em Casa, ferramenta que facilita a consulta dos usuários beneficiados Ticket aos estabelecimentos que estão funcionando via delivery, nos 27 estados brasileiros, além da integração com plataformas de delivery, que apresentaram uma adesão rápida no contexto da pandemia e do aumento do volume de entregas de refeições. O crescimento do volume de transações nessas plataformas foi significativo, o que inspira cada vez mais estabelecimentos a se credenciarem”, pontua Castro.



Informações Ticket

RPMA Comunicação
Carina Egua
Kelly Queiroz
edenred@rpmacomunicacao.com.br

RPMA Comunicação
Tel.: 11 5501-4655 | 5152-4146
www.rpmacomunicacao.com.br