

Chega ao mercado um programa de fidelidade transparente e com foco no consumidor

No sistema da Zimp cada ponto vale um real, e os pontos não expiram

18/10/2016 15:03:57

Chegou ao mercado a Zimp, uma startup que veio revolucionar o mercado de programas de fidelidade em favor do consumidor e do lojista. Diferentemente das soluções que existem hoje, a Zimp opera com mais transparência: cada ponto do programa equivale a exatamente um real, e eles nunca expiram.

Os programas atuais adotam duas práticas que em conjunto são nocivas tanto para o consumidor e quanto para o lojista:

- * Abstração do valor dos pontos: a pontuação é intencionalmente mascarada de maneira que o usuário não seja capaz de calcular/converter o valor monetário real dos pontos.
- * Expiração de pontos: se o usuário não usar os pontos dentro de determinado período, eles são perdidos.

Juntas, essas práticas permitem ao programa especular com os pontos de acordo com seu interesse, lucrando com a falta de transparência. Também permite direcionar o resgate dos pontos a parceiros “privilegiados”, que lucram às custas do restante da rede de parceiros. Por fim, com a expiração dos pontos, os programas lucram com a própria ineficiência: o cliente não consegue resgatar os pontos, que foram pagos pelo lojista, e a operadora embolsa todo o dinheiro: o dela e o que o lojista pagou para gratificar o cliente.

A sociedade já não aceita essas práticas. Um exemplo é o projeto de lei 4.015/2012, já aprovado na Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania da Câmara dos Deputados, que proíbe a expiração de pontos. O mesmo assunto é tema de ações civis públicas contra diversos programas de fidelidade.

A proposta da Zimp é totalmente diferente. Com pontos que não expiram e cada ponto valendo um real, ela traz vantagens ao consumidor e ao lojista. Para o consumidor, o valor de seu ponto é transparente, não há prazo para resgate e o processo é simples, tornando a experiência do uso próxima a do dinheiro.

Já para o lojista o programa oferece risco zero/baixo risco, uma vez que é baseado em performance: não existem custos indiretos como taxa de adesão, mensalidade, licença ou taxa de instalação, não tem o risco do seu investimento ser perdido com expiração e só paga os pontos quando efetua a venda. Isto significa que a Zimp só ganha se o lojista ganhar.

A Zimp foi fundada pelos empreendedores Julia Canalini (CEO), Sérgio Keller (CMO) e Luan Muniz Teixeira (CTO). Julia tem experiência com business development em empresas como iMusica, Samba Tech, Conspiração Filmes e foi sócia da consultoria Venta. Sérgio já passou por empresas como a agência Frog e a Giesecke & Devrient, pioneira na produção, fabricação e processamento de cédulas, documentos de segurança e sistemas de identificação. Luan já atuou como developer em empresas como Trii, Dizain, Extraball e Scalable Path.

Em sua chegada ao mercado, a Zimp já permite acumular pontos nos principais e-commerces brasileiros. Basta que o cliente se cadastre no site <http://zimp.me> e se conecte ao e-commerce por meio deste site. A partir daí, as compras realizadas no parceiro contam para pontuação na Zimp. O resgate dos pontos também é feito diretamente pelo site. A rede de parceiros já está crescendo e o próximo passo é também atender as lojas físicas.