

recargapay

Sobre la empresa

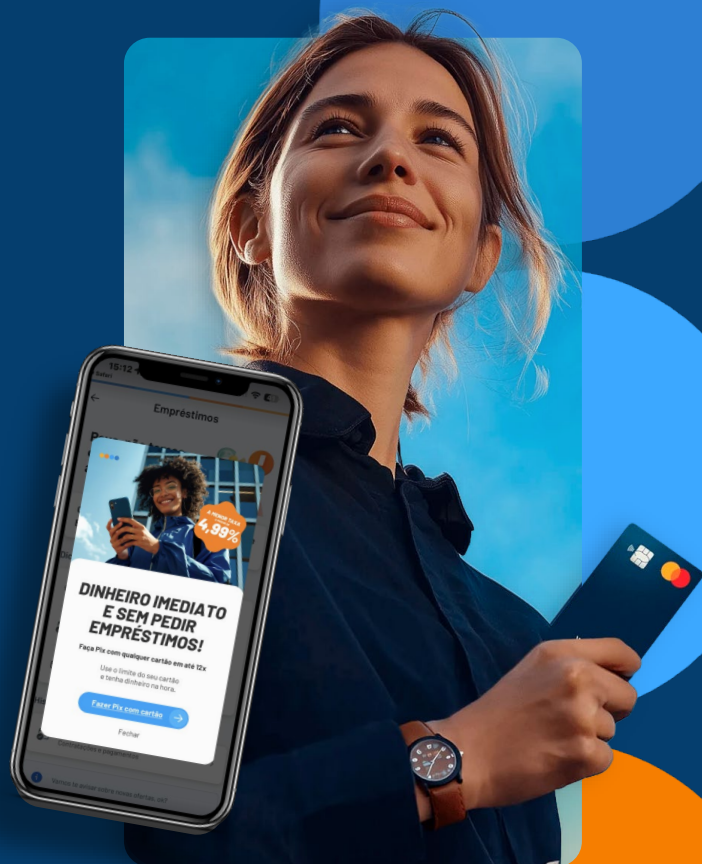
RecargaPay es una plataforma financiera digital completa, creada para democratizar el acceso a servicios financieros en Brasil a través de tecnología, simplicidad e inclusión. Fundada en 2010, la fintech se consolidó como uno de los principales super apps financieros del país, atendiendo a más de 10 millones de usuarios. Su diferencial radica en la innovación y el impacto social, ofreciendo un ecosistema amplio de soluciones que van desde pagos y Pix hasta crédito, tarjetas, recargas, préstamos e inversiones en CDB.

Con foco en conveniencia y autonomía financiera, RecargaPay atiende tanto a personas físicas como jurídicas, combinando un portafolio amplio de productos con una experiencia digital fluida y segura. Regulada por el Banco Central y con productos garantizados por el FGC, la empresa mantiene un fuerte compromiso con la confianza, la escalabilidad y la evolución continua del journey del cliente.

Escenario

Con el crecimiento acelerado de su base de usuarios y la diversificación de productos financieros, RecargaPay comenzó a operar journeys del cliente cada vez más complejos y no lineales. La experiencia dejó de ser únicamente transaccional y pasó a requerir interacciones relevantes, personalizadas y contextualizadas a lo largo de todo el marketing del ciclo de vida. Un ecosistema completo, junto con un alto volumen y diversidad de servicios, exige una gestión de comunicación extremadamente sofisticada. “La complejidad de nuestro portafolio requiere una segmentación y personalización quirúrgicas”, comenta Marcos Jaques, Head de CRM en RecargaPay.

En este contexto, el engagement del cliente en los primeros momentos después del registro se volvió crítico. La empresa identificó que las primeras horas del journey del cliente concentraban gran parte de las oportunidades de conversión, al mismo tiempo que presentaban los mayores riesgos de abandono y desinstalación.





Desafíos

Para sostener el crecimiento y maximizar el Valor del Tiempo de Vida del Cliente de su base de usuarios, RecargaPay necesitaba transformar datos en acción y evolucionar su estrategia de Engagement del Cliente. El desafío no era solo comunicar más, sino activar al usuario correcto, en el canal adecuado y en el momento ideal, sin comprometer la experiencia.



Alta concentración de conversiones y abandonos en las primeras horas después del registro (Golden Window).



Desinstalaciones concentradas en los primeros días, especialmente en las primeras 24 horas.



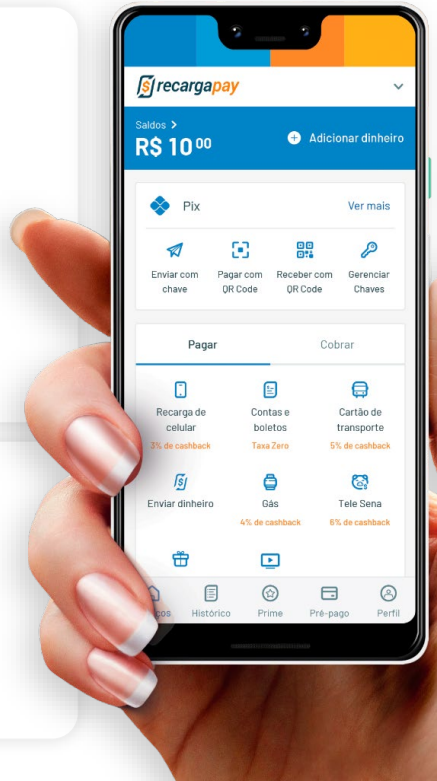
Pérdidas relevantes en el funnel de Onboarding y creación de cuenta.



Necesidad de orquestar múltiples canales sin generar saturación o ruido.



Escalar la personalización considerando intención, producto de interés y canal de adquisición.



Soluciones y resultados

“La CleverTap es el motor de hiperpersonalización y automatización que sostiene nuestra estrategia de engagement del cliente a escala. No se trata solo de una herramienta de envío, sino de una plataforma basada en datos de comportamiento. La funcionalidad central utilizada por RecargaPay es la creación de journeys del cliente robustos, garantizando cadencia y frecuencia ideales en la comunicación Multicanal. La funcionalidad más crítica es la Inteligencia de Timing, o Drops, que utiliza IA para identificar el momento ideal de activación. Esto maximiza la conversión al garantizar que el mensaje correcto llegue en el momento adecuado”



Marcos Jaques

Head de CRM en RecargaPay



Soluciones implementadas con CleverTap



MAPEO COMPLETO DEL FUNNEL

e identificación de los principales puntos de drop.



USO DE IA PARA OPTIMIZACIÓN DE TIMING

priorizando la Golden Window.



JOURNEYS DEL CLIENTE DE ONBOARDING

y activaciones personalizadas, basadas en comportamiento y eventos.



ORQUESTACIÓN OMNICANAL

(push, In-app, WhatsApp, email y SMS) con control de saturación.



MODELOS DE PROPENSIÓN

para enfocar esfuerzos en usuarios con mayor potencial de conversión.



CAMPAÑAS AUTOMÁTICAS

de recuperación de abandono y ofertas contextuales.



PRUEBAS A/B/C CONTINUAS

para optimización de la experiencia In-app.



Resultados alcanzados

+50%

Aumento en la conversión de registros.

EVOLUCIÓN CONSISTENTE DEL FUNNEL

con más del 100% de crecimiento en conversiones a lo largo del período analizado.

REDUCCIÓN SIGNIFICATIVA

de abandonos al actuar en el momento más relevante del journey del cliente.

ESTRATEGIA DE ENGAGEMENT DEL CLIENTE

más eficiente, personalizada y escalable.



Próximos Pasos

01

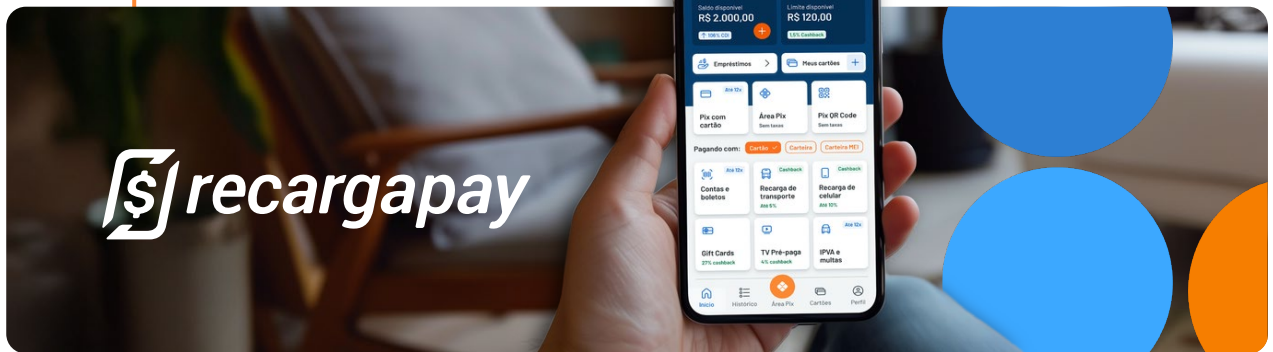
EXPANDIR EL USO DE MODELOS PREDICTIVOS

Expandir el uso de modelos predictivos

02

PROFUNDIZAR LA PERSONALIZACIÓN

con datos de Open Finance y comportamiento en tiempo real.



03

EVOLUCIONAR CONTINUAMENTE LOS JOURNEYS DEL CLIENTE

y canales con base en performance e intención.

04

ESCALAR LA ESTRATEGIA DE ENGAGEMENT DEL CLIENTE

para nuevos productos y verticales de la plataforma.