

A evolução das conversas sobre pagamentos sem contato nas mídias sociais.



Durante a pandemia, muitas pessoas têm procurado maneiras de evitar contato com indivíduos e superfícies. Uma das soluções que está sendo utilizada com frequência é o “pagamento sem contato”. Compras com dinheiro ou cartões geralmente envolvem grande manuseio dos mesmos objetos por muitas pessoas, com forte potencial para espalhar vírus. Os pagamentos remotos e sem contato ajudam a mitigar esses riscos.

Embora os pagamentos sem contato vêm ganhando força nos últimos anos, a atual situação acelerou esse crescimento. A partir de meados de março, quando parte da população foi colocada em quarentena, nossa **Escuta Social** detectou um aumento significativo nas conversas sobre estes meios de pagamentos.

Este movimento influenciou também a atuação de empresas especializadas na oferta do serviço. Como por exemplo, o PayPal, um dos maiores provedores de transferências de dinheiro por meio de sua plataforma, obteve na quarentena um incrível de aumento de visibilidade. Mesmo fato ocorreu no seu desempenho financeiro, o preço de suas ações quase que dobrou de meados de março para hoje.

O drástico acréscimo das conversas sobre a modalidade deu-se em função de dois grandes vetores: pessoas priorizando o uso do serviço para pagamento de pedidos on-line e doações para instituições de caridade. Será interessante ver se essa forma de pagamento permanecerá tão popular depois da pandemia.

Conversas sobre *pagamentos sem contato*

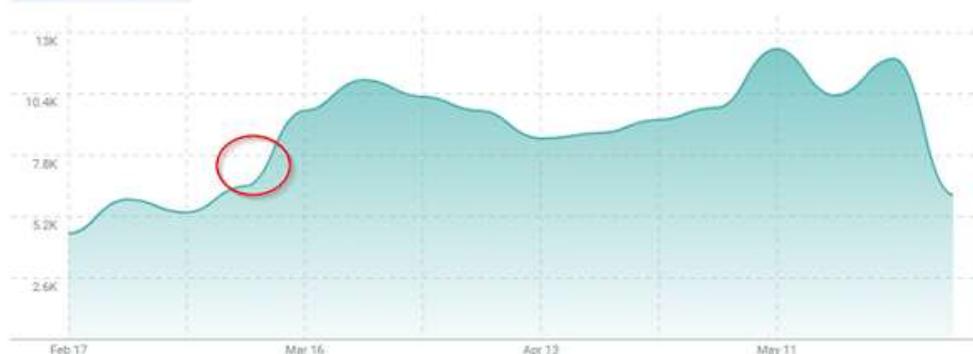
MENTIONS

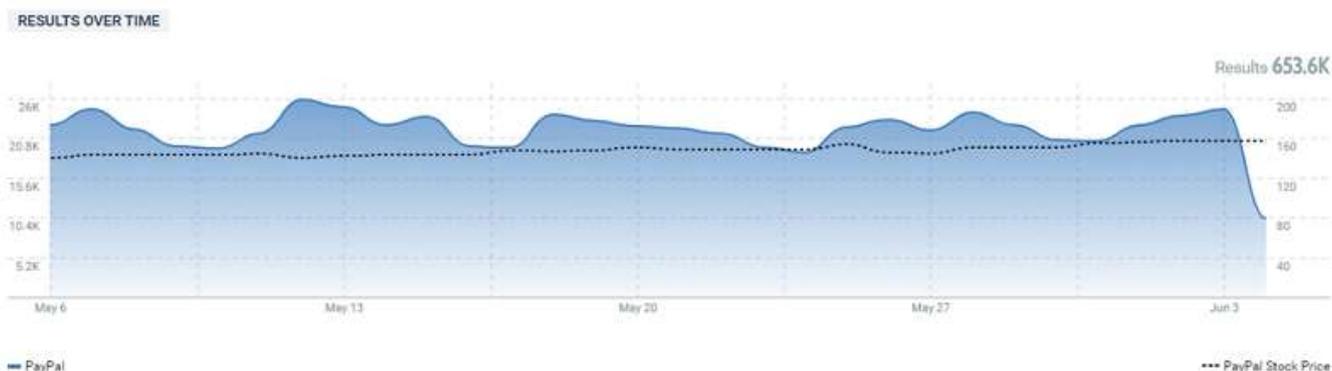
139.8K

ENGAGEMENT

3.9M

MENTIONS OVER TIME





Fonte: TalkWalker

Sobre NewsStats



A plataforma **NEWSSTATS** cria soluções multicamadas personalizadas voltadas para a gestão de comunicação dos clientes. Análises por marca, produto, setor, região, entre outros parâmetros.

Os resultados das iniciativas de comunicação corporativa são analisadas em tempo por meio de múltiplos gráficos e de índices customizados, como **ROI-C**, que mostra o valor individual de cada notícia, **IPC-C**, que identifica o resultado do cliente frente aos seus concorrentes, **IPR**, que dá o valor de reputação da companhia e mostra as variáveis que criam este valor, além de índices comparativos externos como volume de vendas ou mesmo índices setoriais.

São mais de **15 KPIs** que indicam os resultados da comunicação e ajudam descobrir oportunidades para redução de custos e riscos.

Assista ao vídeo ilustrativo



www.businessnews.com.br / atendimento@businessnews.com.br / (11) 4115-7063

A **Business News** é uma rede de distribuição de notícias, especializada na entrega de *releases* corporativos, divulgações financeiras e conteúdo.

Copyright 2016 © Business News. Todos os direitos reservados.