

FINANCE & FINTECHS

Temas, movimentos e tecnologias que impulsionam inovação no setor e apontam oportunidades e desafios para os próximos cinco anos.



yahoo!

APRESENTAÇÃO

Neste paper, analisamos os processos de inovação na indústria financeira no contexto da plataformização das jornadas de consumo e da crescente demanda por mais inclusão e autonomia para os clientes.

O setor se reconfigura com base em Open Banking, ESG e consolidação de ecossistemas, explorando tecnologias emergentes para ampliar acesso e oferecer experiências cada vez mais ágeis e sem atrito, contemplando, inclusive, serviços de tradicionais concorrentes. Esse relatório foi construído a partir de curadoria e social listening realizados no Cannes Lions 2021, D&AD 2021 e SXSW 2021, três dos principais festivais de criatividade e inovação do mundo (que aconteceram de forma virtual neste ano, devido à pandemia de Covid-19), além de pesquisas e entrevistas com futuristas, institutos e consultorias especializadas no setor.



CONTEXTO

Autonomia do cliente impulsiona inovação Indústria reconfigura serviços com base em inovação aberta, compartilhamento de dados e ecossistemas digitais.

A hiperconectividade e a adoção do Open Banking, que deve estar completamente implantado no Brasil até dezembro, têm reconfigurado significativamente o comportamento do consumidor e estão entre as principais forças de inovação no setor financeiro. A esses movimentos se soma um crescente – e urgente – compromisso com sustentabilidade ambiental, social e corporativa, levando ESG (Environment, Social and Governance) para a essência das estratégias de negócios.

“Hoje a competição é muito mais fluida, muito maior, porque vem de outros setores e players, como big techs, fintechs e novos bancos digitais”, analisa Sergio Biagini, líder de indústria de serviços financeiros da Deloitte. Nesse ambiente em que a concorrência se amplia e se diversifica, inovação é palavra-chave.

Pesquisa da Adobe com cinco mil consumidores norte-americanos e europeus revela que atendimento digital e mobile representam um grande diferencial na hora de escolher um banco, sendo apontados por 61% das pessoas.

Prioridades dos clientes



69%

Isenção de taxas e tarifas



40%

ampla rede de agências e ATM



40%

responsabilidade sobre dados pessoais



35%

e limites flexíveis para cartão de crédito



Bancos e fintechs terão que se capacitar para oferecer atendimento de altíssima qualidade, ter foco no cliente e agilidade para construir o que ele precisa. Quem não tiver esses três elementos estará praticamente fora do jogo

Max Gutierrez, Head de Produtos do C6 Bank



Inovação aberta

O Open Banking permite que o cliente compartilhe suas informações entre diferentes instituições financeiras e movimente suas contas bancárias a partir de diversas plataformas. Quando os dados bancários passam a ser controlados por seus titulares – e não pelas instituições financeiras –, conquistar a preferência do cliente final, pessoa física ou jurídica, torna-se um desafio ainda maior e mais relevante.

Nesse cenário, a inovação aberta se expande, parcerias inéditas se estabelecem e o uso da tecnologia amadurece. Em Portugal, por exemplo, a Caixa Geral de Depósitos (CGD) lançou o aplicativo Dabox, que funciona como gestor de finanças pessoais e agregador de contas de diferentes bancos. Os clientes de outros bancos, aliás, representam cerca de metade dos usuários do app.

INSIGHTS

Finance Data Storytelling: potência do vídeo

A indústria de Finance & Fintechs demonstra maturidade na abordagem de conteúdo, cada vez mais orientado por dados. Nesse contexto, a efetividade está diretamente condicionada a contexto e segmentação, com o vídeo se consolidando como formato líquido. Análise da última edição do festival Cannes Lions revela que 80% dos trabalhos premiados nessa vertical têm o vídeo como principal formato de conteúdo e ativação.

Finance Innovation: (re)design de experiências

A indústria mira a inovação a partir da criação de experiências que surpreendem os clientes e geram conversas relevantes. Tecnologias emergentes são adotadas com foco nas relações via interfaces conectadas, com destaque para UX/UI Design. O marketing atua de forma mais próxima às áreas de desenvolvimento de produtos.



Gaming Finance: exponencialidade do entretenimento

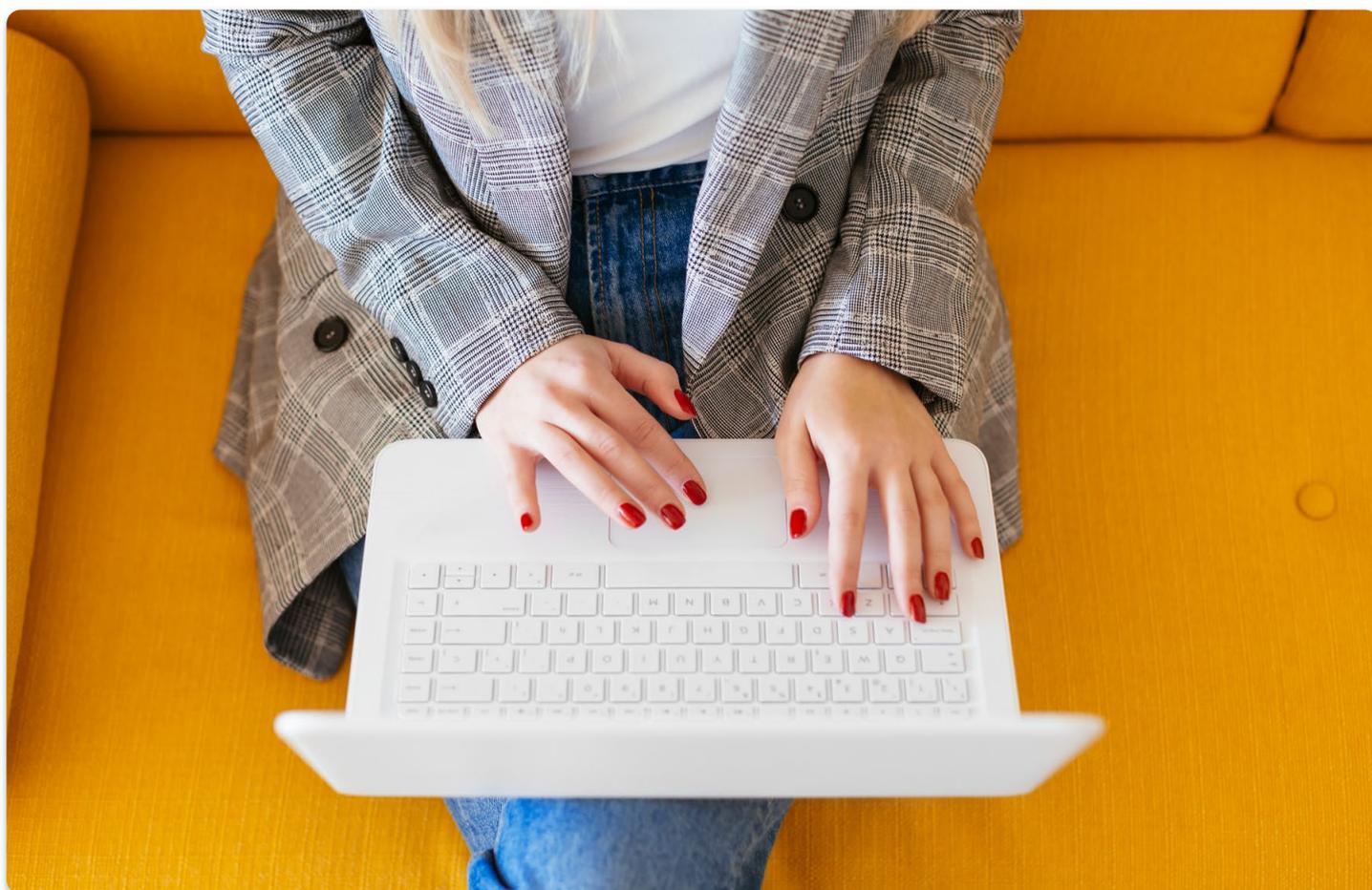
O poder dos games para conectar serviços financeiros a uma nova geração de clientes e consumidores é explorado com mais propriedade pelo setor, criando nova fronteira de valor para as marcas. A indústria cresce na esteira do entretenimento virtual, mas, para ser efetiva, a abordagem do consumidor no metaverso precisa ser trabalhada com muita criatividade e contextualização.

Finance Journey: ubiquidade do comércio e dos pagamentos

A explosão dos pagamentos digitais encontra eco no comércio eletrônico, que ganha tração via interfaces conectadas, descentralizando as relações financeiras. Vendas diretas ao consumidor por meio de plataformas sociais trazem novas oportunidades e novos desafios para o setor financeiro.

Finance ESG: responsabilidade como estratégia

O setor integra pilares de responsabilidade ambiental e social e de governança corporativa às estratégias de negócios, inclusive com a criação de áreas e formação de equipes destinadas especificamente a esse tema. Essas iniciativas refletem demandas crescentes sobre o impacto das marcas na vida das pessoas e cria conexões significativas e mais confiáveis do setor com a sociedade. Isso exige posicionamento assertivo e proposição de soluções concretas para questões urgentes, como antirracismo, diversidade, inclusão e representatividade.



Para estar à frente da concorrência, será necessário manter esse investimento contínuo em novas tecnologias. A inteligência artificial (AI) ganha destaque nesse quesito, não apenas na questão do atendimento ao cliente, mas também em processos de middle e back office, para dar maior agilidade às operações e para entender melhor as necessidades das pessoas. É decisiva a capacidade de agregar e desagregar dados, desenvolver e construir data lakes e tratar essas informações com velocidade e precisão.

Consolidação de ecossistemas

No setor financeiro, cada vez mais os negócios serão orientados para plataformas baseadas em ecossistemas, verticais ou horizontais. Com a chegada de novos bancos digitais e fintechs, começa um movimento de novas tecnologias, sem legado. Em vez de desenvolver todos os produtos e serviços, os players estão formando parcerias com empresas que já oferecem a solução de que o cliente precisa.

O C6 Bank, por exemplo, lançou um marketplace em parceria com Magalu, Lojas Renner e Tok&Stok. Além de comprar em todas as lojas parceiras sem sair do aplicativo, o consumidor junta pontos no programa de fidelidade do banco e tem descontos exclusivos. “Esse sistema de parcerias, essa conexão, será cada vez mais importante”, afirma o head de produtos Max Gutierrez.

Compromisso com ESG

Há uma demanda cada vez maior e, conseqüentemente, um compromisso crescente do setor financeiro no sentido de integrar responsabilidade ambiental e social e governança corporativa diretamente às estratégias de negócios.

Essa tendência se observa por meio de esforços no sentido de refletir a pluralidade da sociedade, promover mais acesso aos serviços financeiros e dar mais poder aos clientes sobre o uso de seus dados e a escolha de serviços, além de reconfigurar a estrutura organizacional, com foco em diversidade e representatividade.

CASES INSPIRADORES

Descentralização das operações

NBnetwork – Novo Banco (Portugal)

Solução de assessoria digital para clientes empresariais e de negócios, que funciona como agregadora de contas e usa AI para analisar o potencial de transações futuras.

Novas jornadas de consumo

Hyundai EV Payments – Hyundai (EUA)

Sistema de pagamentos in-car será disponibilizado pela montadora no modelo Ioniq 5, contemplando toda a jornada de mobilidade do cliente.

Saúde financeira e soluções automatizadas

Save Money with Tally – Tally (EUA)

App ajuda a gerenciar os débitos financeiros, de forma automatizada. Empresa foi apontada pela revista Fast Company como uma das mais inovadoras de 2021, no setor de Finanças.

Finance Data Storytelling

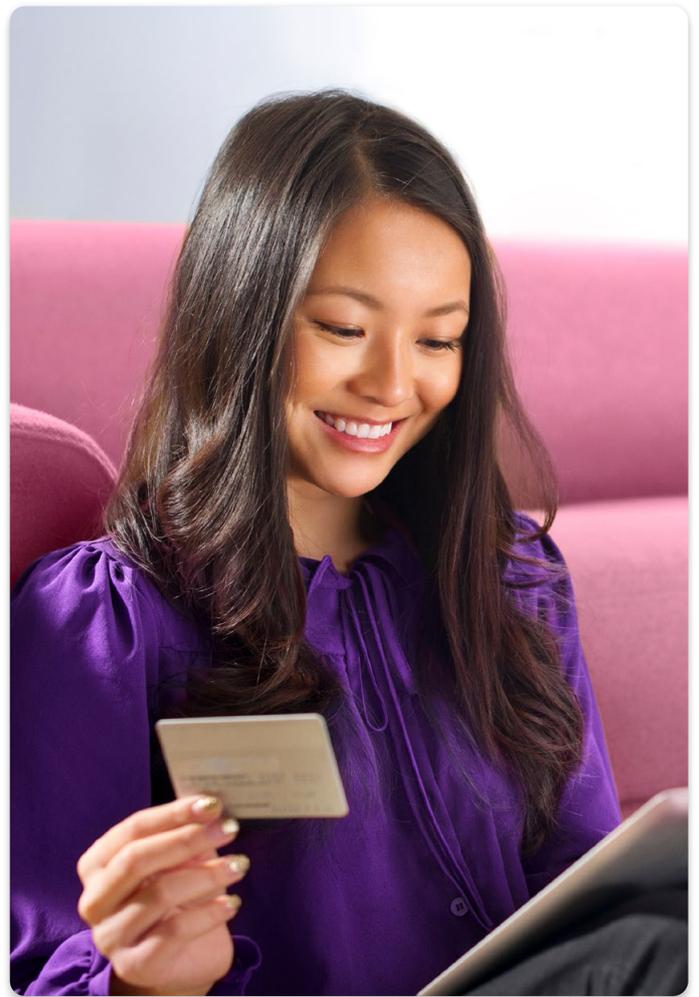
Film on 4 – Direct Line (Reino Unido)

Seguradora criou anúncios customizados de acordo com momentos específicos de filmes exibidos em canais da rede Channel 4, associando serviços da companhia a situações apresentadas em cada história.

(Re)design de experiências

Sound of Spending – Interac (Canadá)

Empresa mapeou tendências de consumo no Canadá e criou notas musicais para representá-las. Quanto mais altos os gastos, mais altas as notas.



Gaming Finance

#LiveFreshClub on Fortnite – DBS Bank (Cingapura)

Durante a pandemia, com bares e clubes sem funcionar, o cartão de crédito DBS Live Fresh criou uma versão virtual, no Fornite, de um icônico clube de Cingapura, oferecendo as mais diversas experiências virtuais para os consumidores.

Direct to Consumer

Roadside Market – Mastercard (Romênia)

Em parceria com o Waze, a Mastercard conectou pequenos produtores rurais a motoristas que usam o aplicativo, ajudando-os a ampliar seu alcance e, também, a receber pagamentos digitais.

Finance ESG

2030 Calculator – Doconomy (Suécia)

Ferramenta open source permite que marcas calculem o impacto de seus produtos na emissão de CO2 e forneçam essas informações nos rótulos, ajudando as pessoas a tomar decisões mais conscientes na hora de comprar.



Representatividade e inclusão

The Homeless Bank Account – HSBC (Reino Unido)

O banco passou a permitir que pessoas em situação de rua usem o endereço da ONG Shelter em seus cadastros, e assim possam abrir conta no banco, passando a ter mais facilidade de acesso a benefícios sociais e outros serviços.

Representatividade e inclusão

The Currency of Currency – Coin Cloud (EUA)

Estrelada e dirigida por Spike Lee, a campanha da Coin Cloud, operadora de moedas digitais, critica a desigualdade do sistema financeiro e defende o chamado “novo dinheiro”.

Antirracismo

A Bank for All of Us – Varo (EUA)

Campanha do banco digital Varo apresenta novas versões da nota de 20 dólares nos Estados Unidos, com imagens que representam a diversidade das comunidades norte-americanas. Iniciativa inclui uma ferramenta que usa AR para simular diferentes rostos na nota.

FUTURO: OS PRÓXIMOS CINCO ANOS



Mais maturidade no uso de dados e no desenvolvimento de soluções para sociedade hiperconectada.



Ressignificação da relação com o dinheiro, promovendo mais acesso a serviços financeiros e inclusão de grupos historicamente marginalizados.



Responsabilidade social, ambiental e corporativa na essência das estratégias de negócio.



Sofisticação do uso de tecnologias emergentes, em particular dos games, para se conectar a novas gerações de consumidores.



Fortalecimento da cocriação e de parcerias entre tradicionais empresas do setor e novos players digitais.



FALE CONOSCO

**Você achou esses insights interessantes?
Fale conosco para ver como o Yahoo pode
ajudá-lo a colocar em prática algumas
ações para alavancar seu negócio.
Entre em contato com seu representante
do Yahoo ou visite adtech.yahooinc.com.br.**

yahoo!