



SET/2024

MARCAS E PERCEPÇÃO DE SEGURANÇA NO SETOR FINANCEIRO

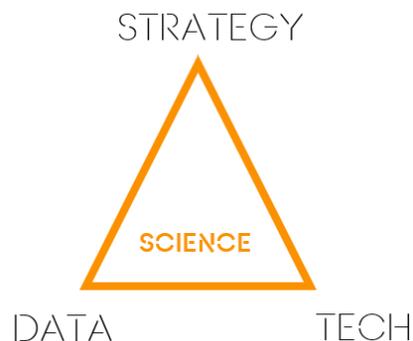
Este relatório foi elaborado pela ILUMEO, consultoria especializada em **MARKETING EFFECTIVENESS**.



A ILUMEO foi fundada em 2011 na USP e já realizamos mais de 700 projetos para grandes e médias empresas.

Usamos métodos científicos e desenvolvemos tecnologias para transformar dados em inteligência que impulsiona o crescimento dos nossos clientes.

Fazemos isso com base em três valores fundamentais: **Ímpeto pelo Conhecimento, Empreendedorismo e Espírito de Servir.**



**Um problema bem explicado
é meio problema resolvido**

Lideranças da ILUMEO



Diego Senise

Sócio e CEO

Professor convidado de Comportamento do Consumidor na USP

Autor do livro Retorno de Investimentos em Comunicação

Doutor em Comunicação (USP) estudando Economia Comportamental e Eficácia de Propagandas)

Pesquisador do LAB 4C – laboratório de Comunicação e Ciências Cognitivas da USP



Otávio Freire

Sócio e Chief Science Officer

Professor de Branding e Avaliação de Campanhas de Comunicação na USP

Autor do livro Retorno de Investimentos em Comunicação

Líder do tema MKT Analytics Data Science da ANPAD

Vice-Coordenador no CEBRAEV (Centro Brasileiro de Estudos de Varejo) e do B.R.A.N.D.S

Doutor em Comunicação (USP)



Felipe Senise

Sócio e Chief Strategy Officer

MBA em Finanças pelo INSPER

Formação em Publicidade (USP)

10 anos como Planejamento Estratégico em agências

Prêmios Internacionais de Eficácia em Comunicação a partir dos cases das marcas que atendeu:

- IPA Effectiveness Award
- Effie Awards
- Jay Chiat



EXPERIÊNCIAS NO SETOR FINANCEIRO



Bancos



Investimentos



Seguradoras



Benefícios +





PORTFOLIO – MARKETING EFFECTIVENESS

BRAND & MEDIA

DELFO

BRAND TRACKING + MANAGEMENT

COMO COMPROVAR E OTIMIZAR O IMPACTO ESTATÍSTICO DA MARCA NO NEGÓCIO?



MMM

MARKETING MIX MODELING

COMO REALOCAR OS INVESTIMENTOS EM MÍDIA E EVITAR DESPÉRDÍCIOS?



PERSONA

ANÁLISE DE CELEBRIDADES

QUAL É A CELEBRIDADE IDEAL PARA MINHA MARCA OU CAMPANHA?



TRENDS & CONSUMER INSIGHTS

HIDDEN INSIGHTS

MONITORAMENTO VIA WHATSAPP

QUAIS AS OPORTUNIDADES E RISCOS A PARTIR DO QUE ESTÁ SENDO COMPARTILHANDO NO WHATSAPP?



[Ver mais →](#)

KOSMOS

PRIORIZAÇÃO DE TENDÊNCIAS

QUAIS TENDÊNCIAS TEM MAIS CHANCE DE IMPACTAR O SEU MERCADO E NEGÓCIO?



[Ver mais →](#)

CUSTOMER JOURNEY

JORNADA E CLUSTERIZAÇÃO

COMO É O PROCESSO DE COMPRA E DECISÃO DE CADA UM DOS PERFIS DE CONSUMIDOR?



CX & BUSINESS OPTIMIZATION

RETENÇÃO

CX, LTV E REDUÇÃO DE CHURN

QUAIS OS IMPACTOS FINANCEIROS DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE?

COMO OTIMIZÁ-LA PARA AUMENTAR O LIFETIME VALUE?

[Ver mais →](#)

SATISFAÇÃO

MODELOS E NPS COMPETITIVO

QUAIS ALAVANCAS MAIS INFLUENCIAM A SATISFAÇÃO DOS CLIENTES?

COMO MENSURAR O RETORNO FINANCEIRO DAS AÇÕES DE CX E OTIMIZAR A SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR?

[Ver mais →](#)

PRICING

OTIMIZAÇÃO DE PREÇOS

QUAL ESTRATÉGIA DE PREÇOS UTILIZAR PARA POTENCIALIZAR A RECEITA?

COMO IMPLEMENTAR UM SIMULADOR DE PRICING OU UM MODELO DE PREÇOS DINÂMICOS?

[Ver mais →](#)

DATA CONSULTING & IMPLEMENTATION

ANALYTICS & DATA ENGINEERING

- DATA LAKE E WAREHOUSE
- PIPELINE DE DADOS
- ARQUITETURA DE DADOS
- GOVERNANÇA DE DADOS
- DASHBOARDS
- MODELOS ESTATÍSTICOS E PREDITIVOS
- SIMULADORES DE RESULTADOS

DATA SCIENCE

- MACHINE LEARNING
- DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL
- NATURAL LANGUAGE PROCESSING
- VISÃO COMPUTACIONAL
- MAPEAMENTO DO POTENCIAL DE DADOS DAS EMPRESAS

MARKETING DATA PLATFORM

PLATAFORMA PROPRIETÁRIA DA ILUMEO QUE INTEGRA OS DIFERENTES DADOS DE INVESTIMENTO, CONECTADOS COM MMM E BRAND TRACKING





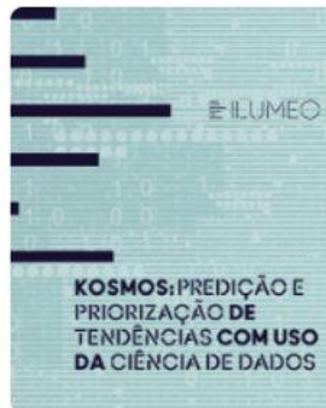
MAIS CONTEÚDOS NO SITE DA ILUMEO



Os 4 níveis para otimização do ROI com MMM

Hoje, cerca de 20% dos investimentos em mídia não impactam significativamente os resultados de negócio. Isso porque a maioria das empresas não utiliza métodos que respondam às perguntas como: Qual canal...

[acesse agora](#)



Predição e Priorização de tendências com o Kosmos

Baixe o e-book e entenda a metodologia que estima quais tendências têm mais chance de impactar seu negócio e tome decisões de inovação mais eficientes. Com o KOSMOS é possível...

[acesse agora](#)



Como mensurar o investimento em OOH

A publicidade está cada vez mais digital. Mas, algumas mídias tradicionais seguem trazendo bons resultados. Como saber se esse é o caso do Out Of Home (OOH)? Neste e-book você...

[acesse agora](#)



Como definir um parceiro de brand tracking

Neste e-book, você entenderá por que mensurar marca é algo importante e por que você deve contar com uma boa empresa parceira durante esta jornada. Veja o framework com os...

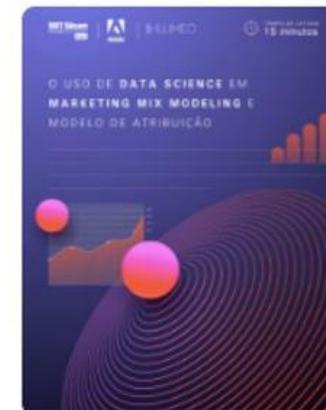
[acesse agora](#)



Case de estudos ILUMEO com Fintech

O case mostra como a ILUMEO impulsionou o crescimento de uma das maiores fintechs do Brasil ao longo de anos. Como consultoria especializada em Marketing Effectiveness, implementamos um framework com...

[acesse agora](#)



Data Science e Marketing Mix Modeling

Em parceria com a Adobe e o MIT Sloan Management Review, escrevemos um e-book sobre como usar ciência de dados e o Marketing Mix Modeling para aumentar a capacidade de...

[acesse agora](#)



Mercado: nos últimos anos, praticidade e presença digital se tornaram pré-requisitos para o setor financeiro





Mercado: por outro lado, o avanço dos golpes demanda investimentos cada vez maiores em segurança

TECNOLOGIA - FOLHA GRÁTIS · CRIMES VIRTUAIS

De olho em fraudes, bancos projetam investir R\$ 4,7 bilhões em cibersegurança em 2024

Do montante total que será aportado em tecnologia, as instituições financeiras esperam destinar 10% para essa finalidade

[DÊ UM CONTEÚDO](#)



Buscar

Valor EDIÇÃO | Tecnologia bancária

Entrar

Cresce o investimento em segurança

Orçamento dos bancos para a área aumenta em 29%, para R\$ 45 bilhões, segundo pesquisa da Febraban



Questões que nos motivaram a fazer o estudo

QUAIS EMPRESAS E CONSUMIDORES **MAIS AFETADOS** POR GOLPES?

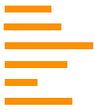
QUAIS AS PRINCIPAIS **CARACTERÍSTICAS** DAS ABORDAGENS?

QUAL A PERCEPÇÃO DE SEGURANÇA DAS **MARCAS**?

COMO O CONSUMIDOR AVALIA **FACILIDADE E SEGURANÇA**?

O QUANTO OS GOLPES IMPACTAM OS **INDICADORES DE NEGÓCIO**?

ONDE ESTÃO AS PRINCIPAIS **OPORTUNIDADES**?



Conteúdo presente no estudo completo

Demografia

- Gênero
- Idade
- Classe Econômica
- Estado
- Cidade
- Escolaridade

Características das tentativas de golpe

- Quantas vezes foi abordado(a) nos últimos 12 meses?
- Qual a frequência das abordagens?
- Quais os tipos de golpes?
- Por que tipo de empresa os criminosos se passaram?
- Qual o meio de pagamento?
- Como escapou da tentativa?

Características dos golpes em que foi vítima

- Quantas vezes foi vítima nos últimos 12 meses? Conhece alguém que foi vítima?
- Quais os tipos de golpes?
- Por que tipo de empresa os criminosos se passaram?
- Qual o meio de pagamento?

Análises realizadas a partir de pesquisa quantitativa com 650 brasileiros entre agosto e setembro de 2024

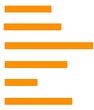
Estudo Sindicalizado

Percepção de Segurança no Setor Financeiro

Comportamento dos Consumidores
e Percepção sobre as Marcas



 ILUMEO



Conteúdo presente no estudo completo

Comportamento de prevenção

- Como você se previne de golpes financeiros?
- Avalie a importância dos recursos e procedimento contra golpes financeiros
- Quais recursos e procedimentos o seu banco principal possui contra golpes financeiros?

Resolução do último golpe e impacto na relação com a instituição financeira

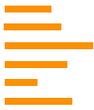
- Qual foi o resultado/impacto do golpe na sua vida?
- Qual instituição financeira foi envolvida na resolução?
- Relação com essa instituição financeira
- A instituição resolveu o problema imediatamente?
- Como/O que a instituição fez para resolver?
- O que você fez para resolver o problema?
- Após o ocorrido, sua relação com a instituição mudou?
- Variação da satisfação de acordo com o comportamento da instituição financeira

Estudo Sindicalizado

Percepção de Segurança no Setor Financeiro

Comportamento dos Consumidores
e Percepção sobre as Marcas





Conteúdo presente no estudo completo

Recall

- Lembra de ter visto propaganda sobre segurança de quais bancos?
- Lembra de ter visto notícia sobre golpes financeiros sobre quais bancos?

Qual a percepção de segurança da marca?

- Avaliação das marcas nos atributos (0-10):
 - Segurança
 - Segurança nas transações
 - Credibilidade
 - Parceria
 - Congruência
 - Simplificação
 - Tecnologia
- Qual das marcas abaixo você considera a mais segura?

Marcas estudadas: Banco BV, Banco do Brasil, Banco Pan, Bradesco, C6 Bank, Caixa, Inter, Itaú, Nubank, PicPay, Santander, XP Investimentos

Estudo Sindicalizado

Percepção de Segurança no Setor Financeiro

Comportamento dos Consumidores e Percepção sobre as Marcas





Conteúdo presente no estudo completo

Como a marca está posicionada na categoria?

- Menções espontâneas da categoria: Top of Mind e Awareness Espontâneo
- Funil de marca (Conhecimento, Familiaridade, Gosto, Consideração, Preferência)
- Brand Switch e Rejeição
- Clientes e Principalidade

O quanto marca é capaz de alavancar KPIs de Negócio?

- Mensuração do Brand Equity
- Modelo de impacto estatístico em:
 - Satisfação
 - Intenção de Compra
 - Intenção de Recomendação
 - Elasticidade de Preço

Marcas estudadas: Banco BV, Banco do Brasil, Banco Pan, Bradesco, C6 Bank, Caixa, Inter, Itaú, Nubank, PicPay, Santander, XP Investimentos

Análises realizadas a partir de pesquisa quantitativa com 650 brasileiros entre agosto e setembro de 2024

Estudo Sindicalizado

Percepção de Segurança no Setor Financeiro

Comportamento dos Consumidores
e Percepção sobre as Marcas



 ILUMEO



SET/2024

MARCAS E PERCEPÇÃO DE SEGURANÇA NO SETOR FINANCEIRO



Amostra: 650 brasileiros

Gênero

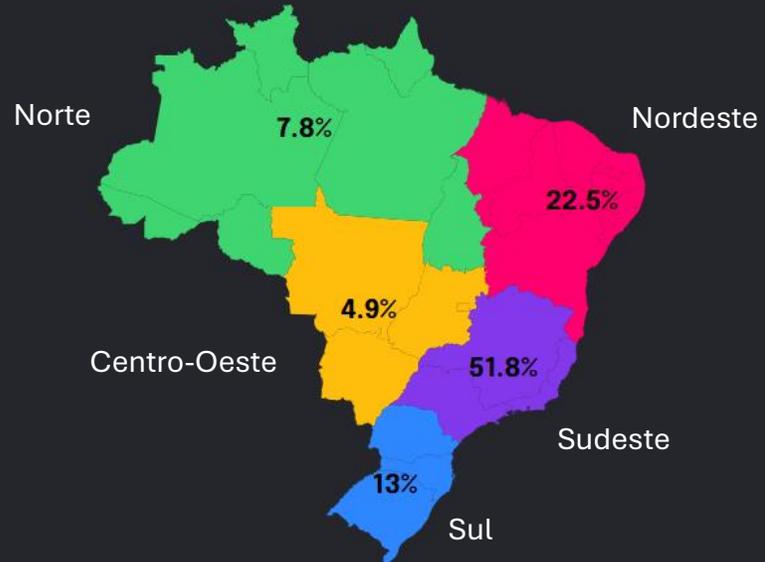


55%
Mulheres



45%
Homens

Região



Renda

A1



1.2%

A2



1.7%

B1



11.7%

B2



24.8%

C1



28.6%

C2



22.8%

D



9.2%

Idade

18 a 24 anos



10.2%

25 a 35 anos



35.4%

36 a 45 anos



35.8%

46 a 55 anos



15.2%

56 a 65 anos



2.8%

66 a 75 anos



0.6%

CARACTERÍSTICAS DOS GOLPES



A grande maioria dos brasileiros sofre com golpes e tentativas

nos últimos 12 meses:

83%

dos brasileiros sofreram
tentativas de golpes

35%

dos brasileiros foram
vítimas desses golpes



Grande parte, golpes em que os criminosos se passaram por bancos

Golpistas se passando por Bancos e Instituições Financeiras



68%



Grande parte, golpes em que os criminosos se passaram por bancos

Golpistas se passando por Bancos e Instituições Financeiras

68%

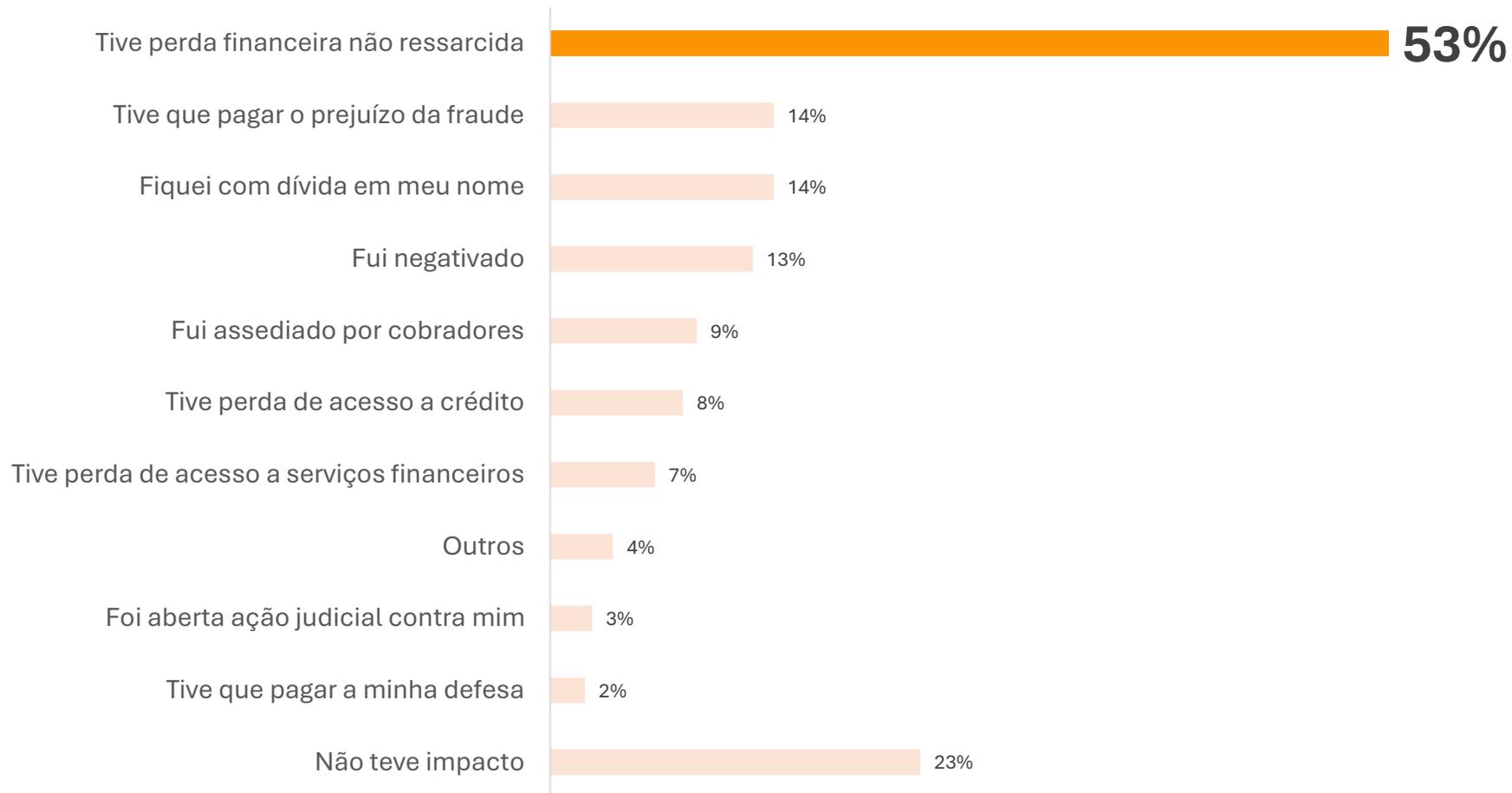
40%

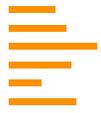
Não foi solucionado de maneira imediata pela instituição



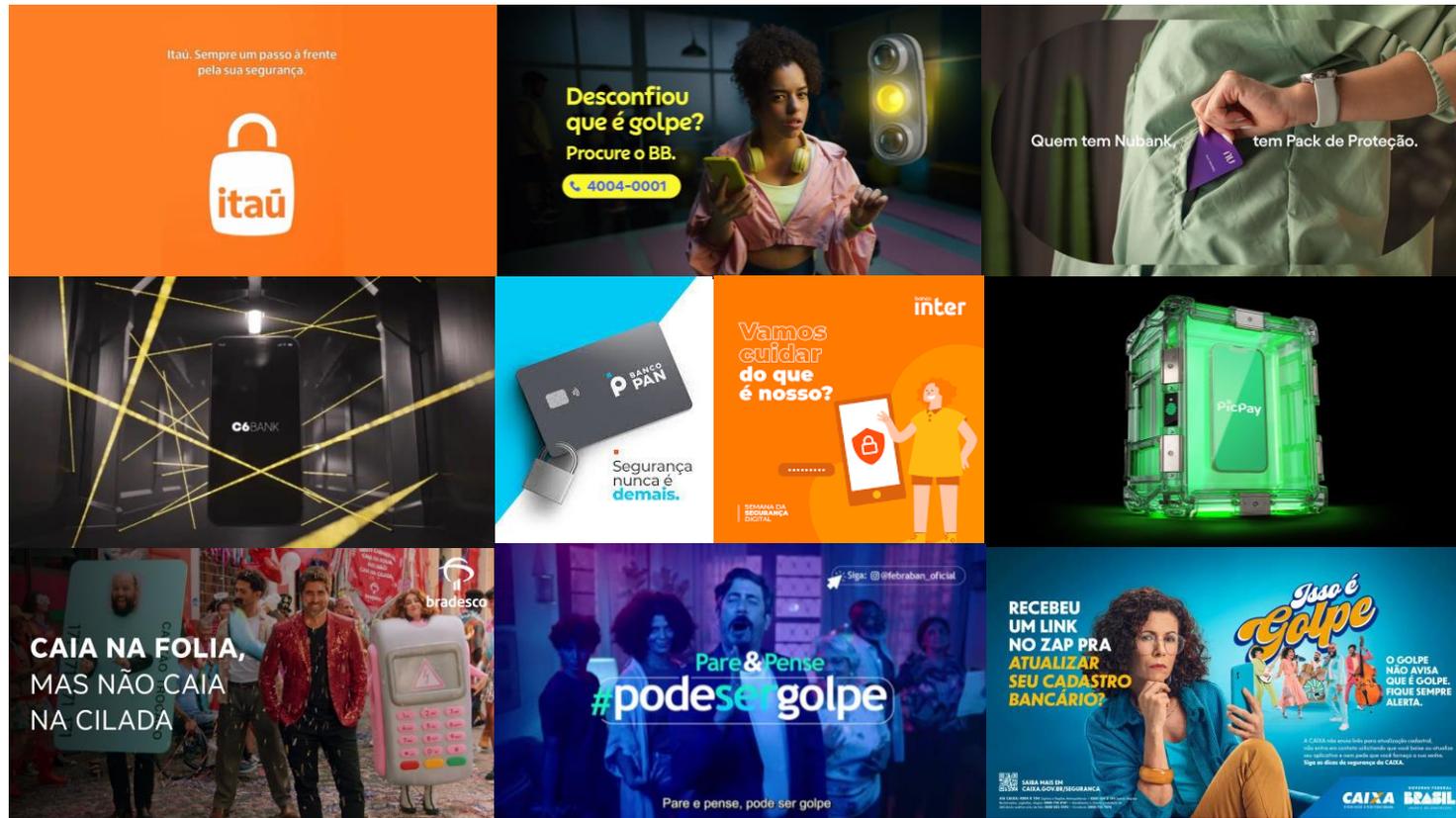
Tendo como resultado, para o consumidor, principalmente perda financeira

“Qual impacto esse golpe teve na sua vida?”





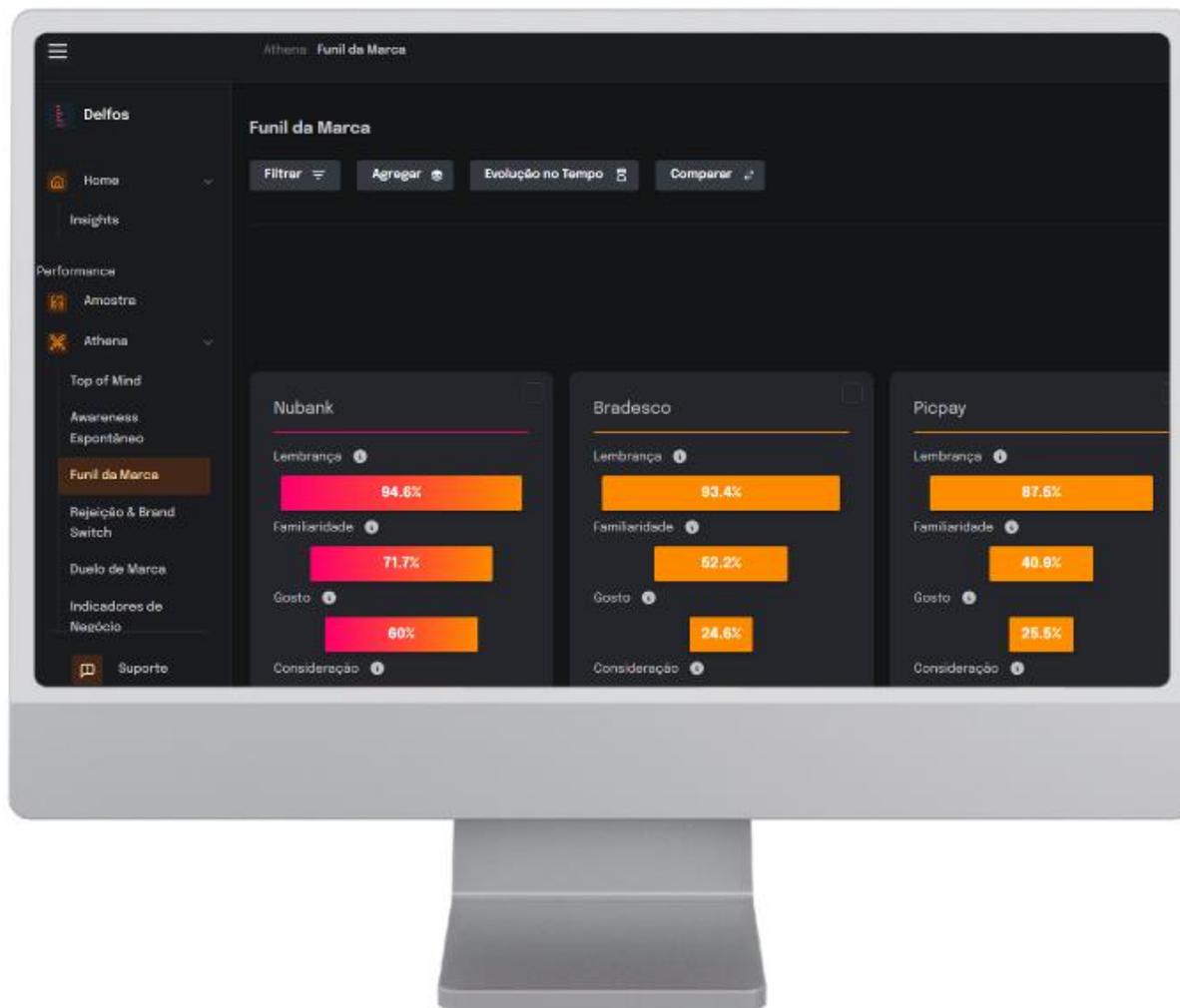
Consumidores e Instituições financeiras atenção cada vez maior para o tema



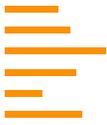
**COMO ISSO ESTÁ
IMPACTANDO AS
MARCAS?**



É preciso acompanhar o pulso do mercado e das marcas



Dados disponíveis na plataforma de mensuração de marca da ILUMEO, o Delfos



Quais as marcas percebidas como mais seguras?

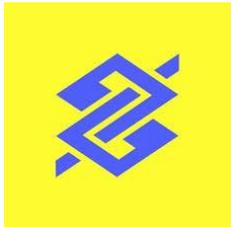
“Qual das marcas abaixo você considera a MAIS SEGURA?”



33%



29%



27%



As consideradas mais seguras também são a com maior Recall de Propaganda sobre Segurança

“Qual das marcas abaixo você considera a MAIS SEGURA?”

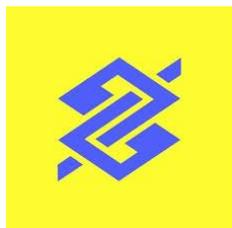
“Você lembra de ter visto propaganda com foco em segurança de quais das marcas abaixo?”



33%



29%



27%

51%

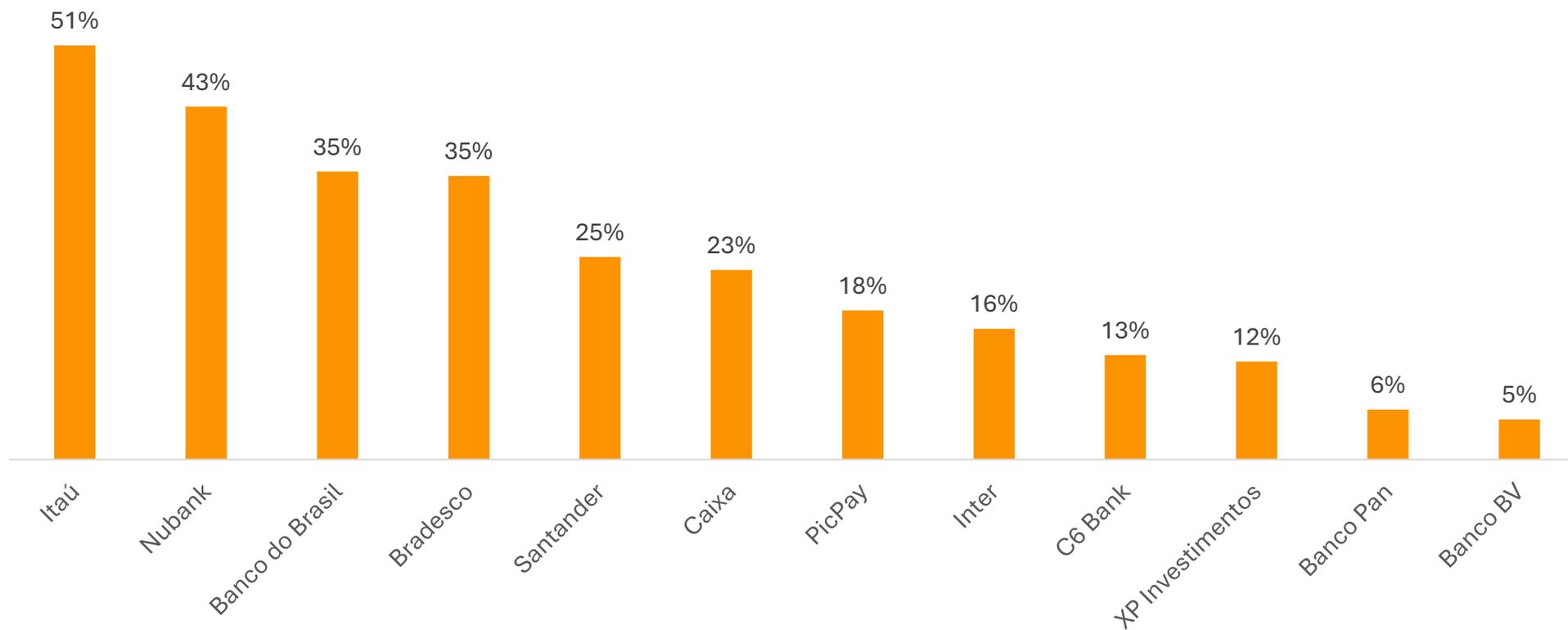
43%

35%





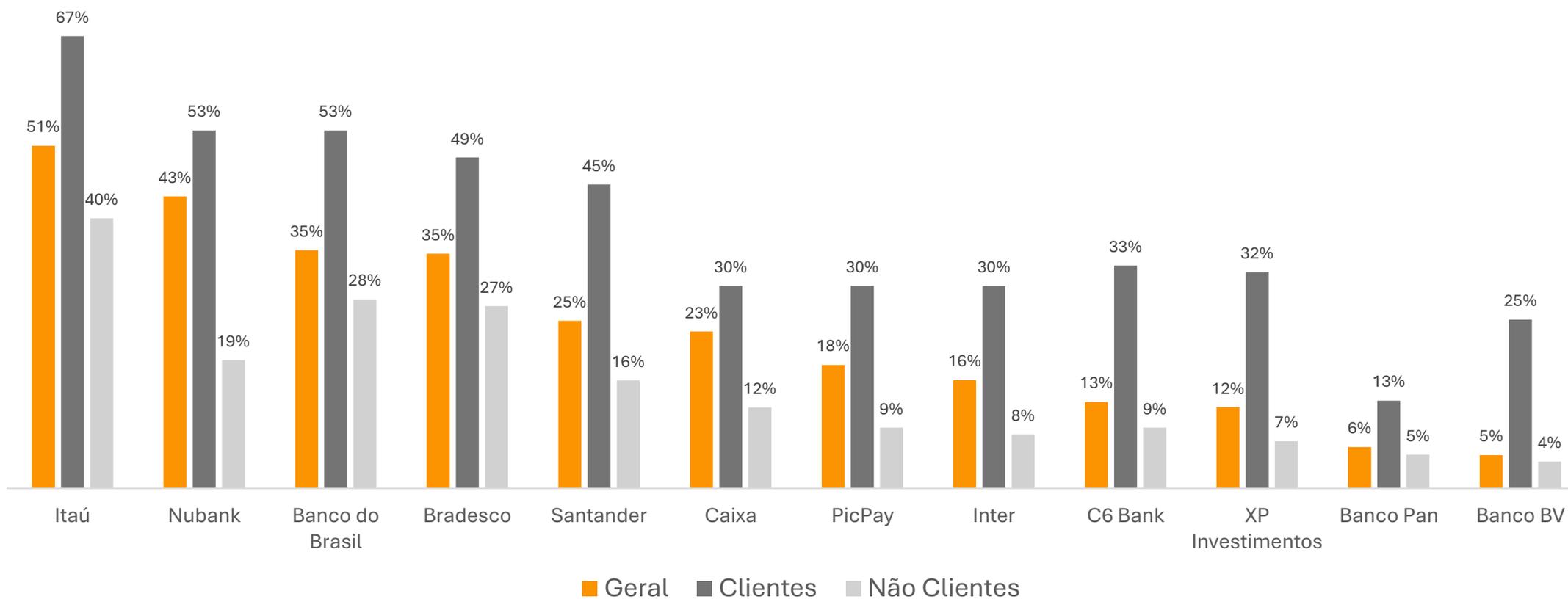
Demais marcas lembradas no Recall de propaganda sobre segurança





Recall é maior para clientes, possivelmente impactados por outros meios e formatos de comunicação

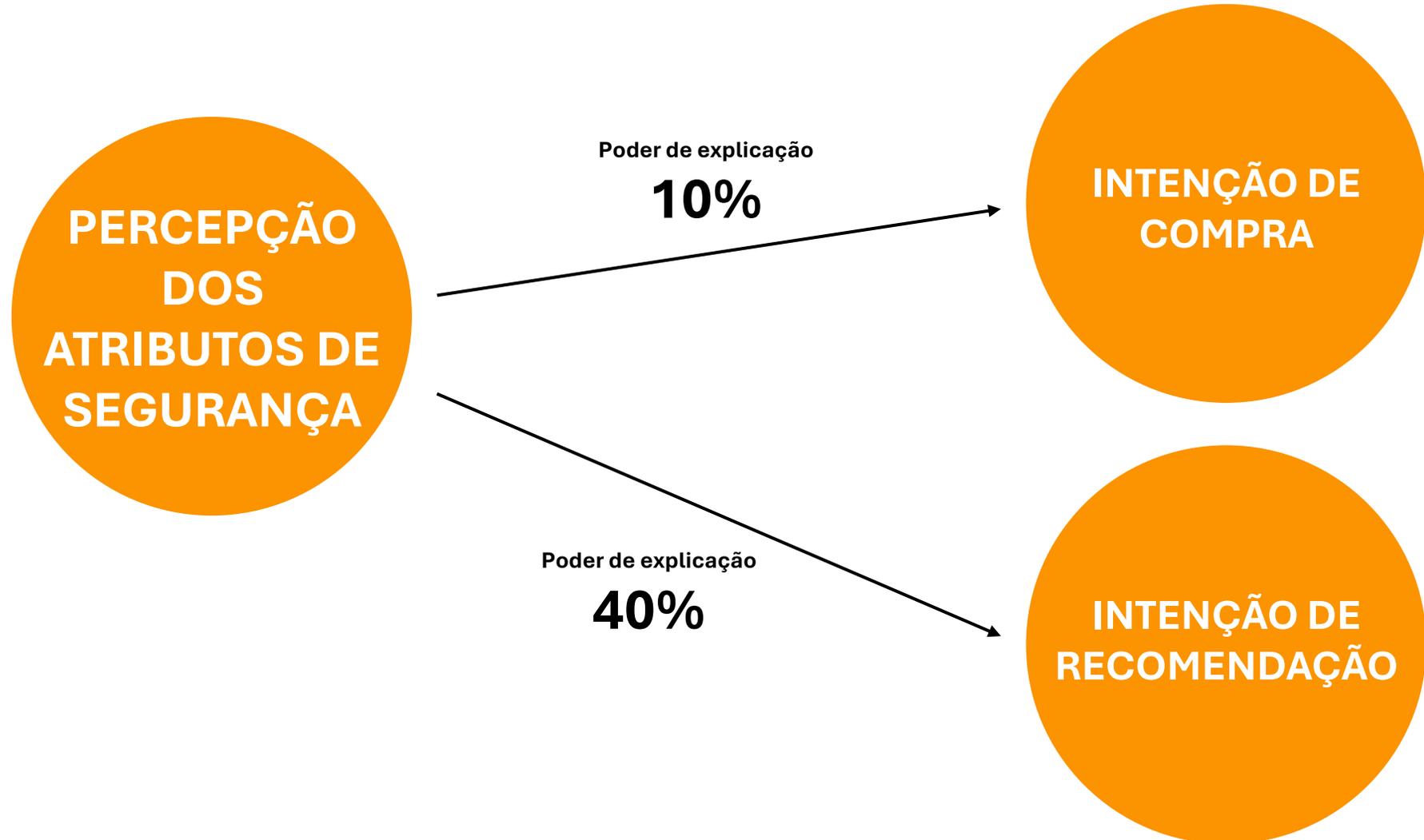
Você lembra de ter visto propaganda com foco em segurança de quais das marcas abaixo?



**E QUANTO IMPACTA
OS INDICADORES DE
NEGÓCIO?**



Atributos de Segurança têm impacto significativo nos KPIs de negócio





Quando o golpe se concretiza, como afeta a relação com a instituição?

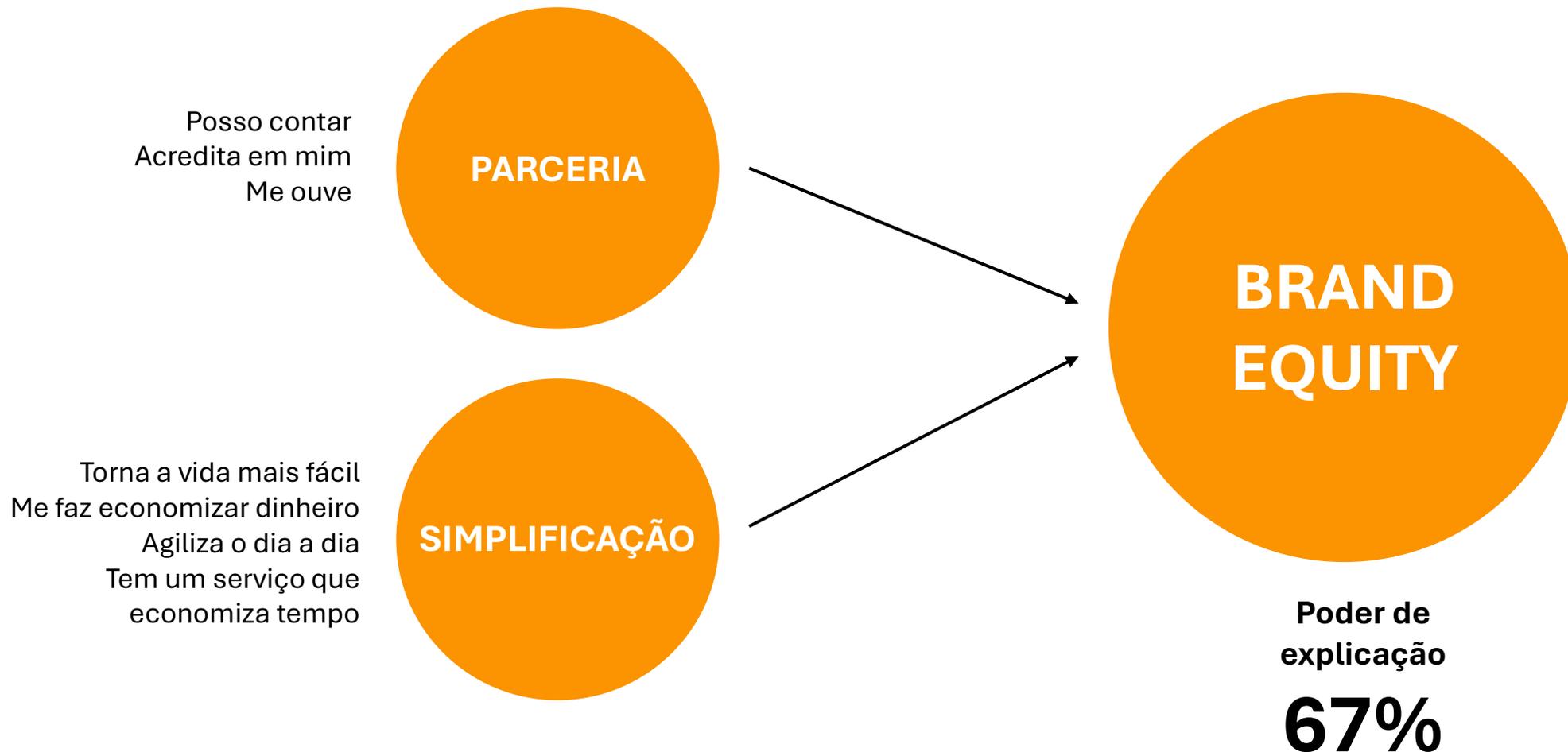
“Marque **todas** as atitudes que você tomou em relação a empresa após o desfecho do golpe”

	Jamais contrataria produtos e/ou serviços	Deixei de ser cliente	Deixou de ser minha escolha principal	Minha atitude com a empresa não mudou	Passou a ser a minha escolha principal	Passei a contratar mais produtos e/ou serviços	Passei a ser cliente
Resolveu imediatamente	7%	9%	16%	58%	16%	13%	9%
Não resolveu imediatamente	19%	15%	49%	34%	1%	1%	1%

**ONDE ESTÃO AS
OPORTUNIDADES?**

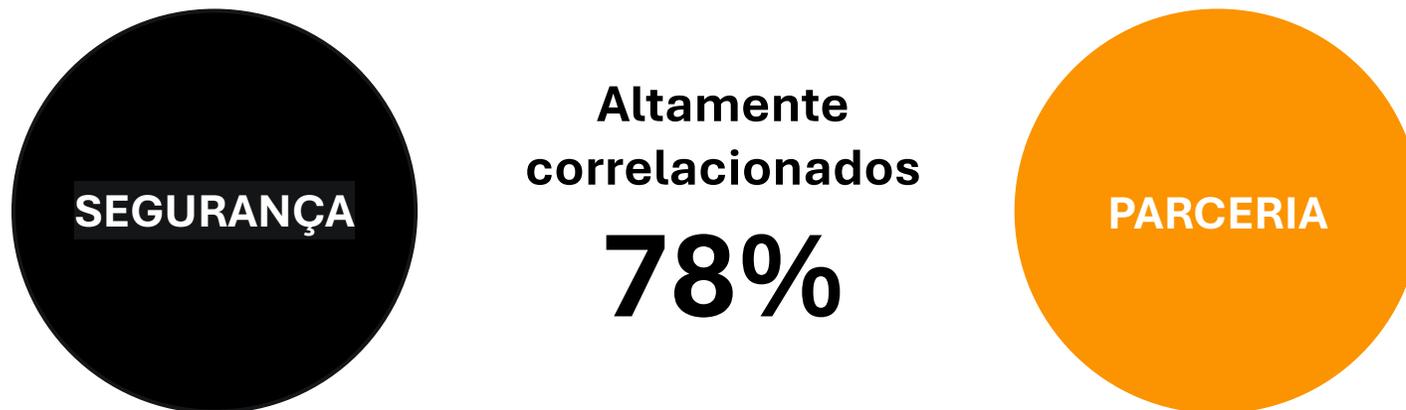


Parceria e Simplificação explicam mais da metade da força de marca da categoria



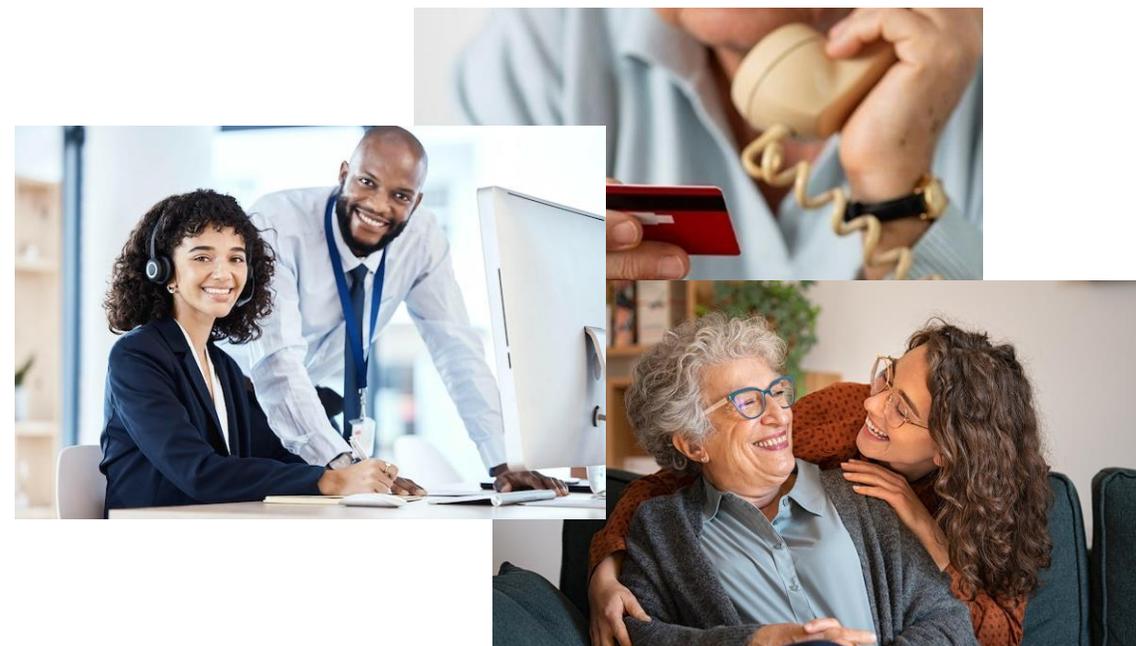


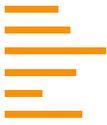
Parceria e Segurança estão correlacionadas, uma oportunidade de enquadramento





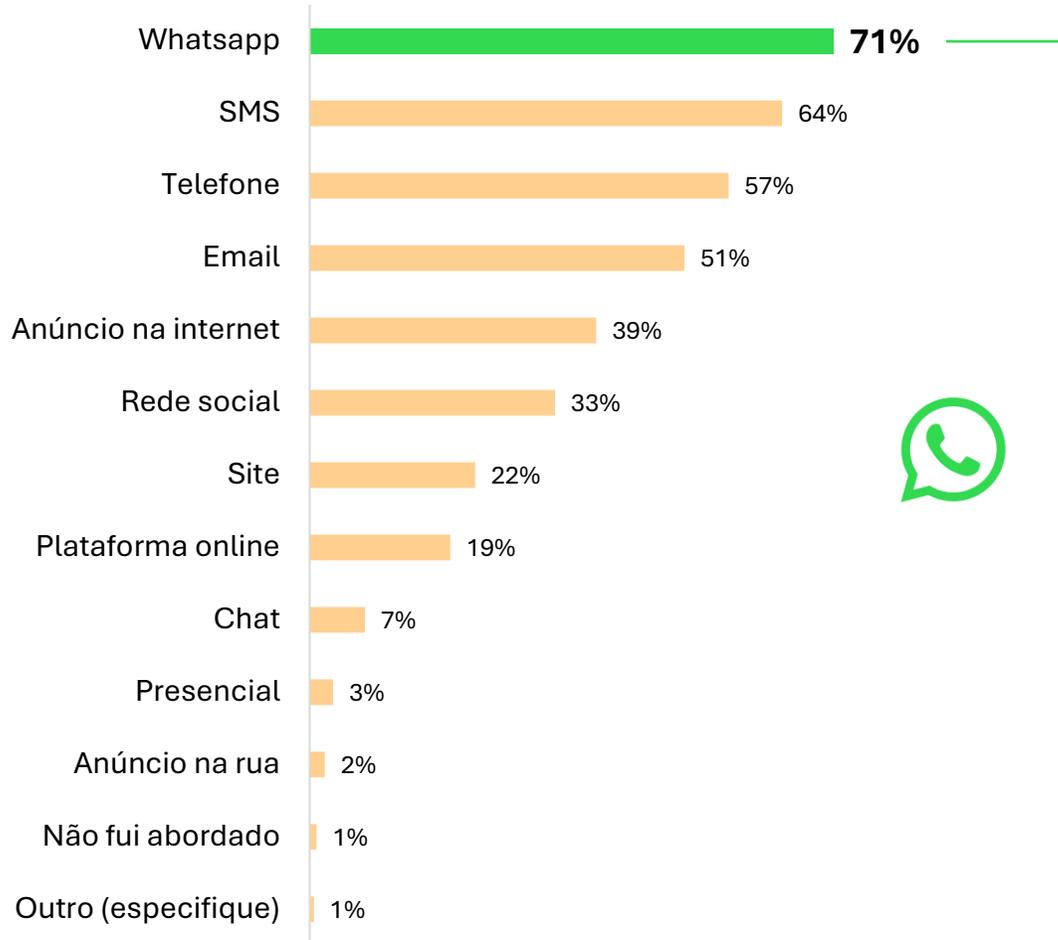
Oportunidade: segurança como proximidade, cuidado e parceria.



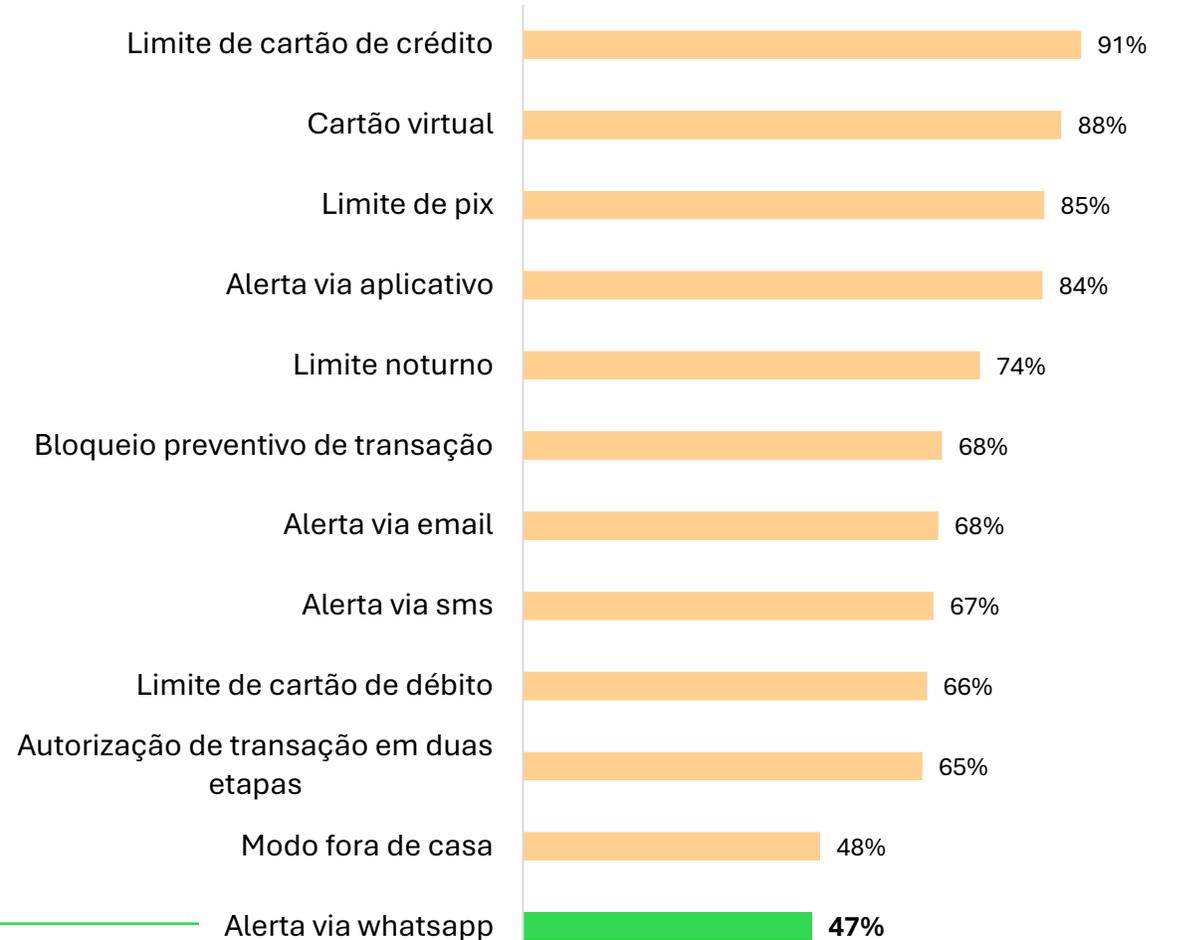


WhatsApp é um dos caminhos a serem explorados

“Considerando os últimos 12 meses, indique quais os meios usados por criminosos ao te **abordarem** para aplicar golpes financeiros:”



“Indique abaixo quais procedimentos seu **banco principal possui** para prevenir golpe financeiro.”





Como construir parceria contra golpes via WhatsApp?

Dicas para público de risco (CRM)



Nunca
anote sua senha
junto ao cartão.

Sempre
memorize
sua senha.

Entenda o golpe

- Tudo começa com uma armadilha conhecida como phishing. O golpista envia aos alvos mensagens com links maliciosos. Temas como ofertas imperdíveis, pontos de fidelidade a expirar ou alertas financeiros são lidas enviadas por SMS, WhatsApp ou e-mail.
- A pessoa clica no link da mensagem, que leva a uma página falsa, muito parecida com site das instituições, solicitando dados confidenciais, como agência, conta, número do cartão, e senhas.
- Já com essas informações, o golpista envia o SMS solicitando o retorno do cliente pelo 0800 ou ele mesmo realiza a ligação para a vítima.
- Na ligação, o golpista fala de uma movimentação estranha na conta, compras suspeitas, atualizações de segurança no aplicativo. Em seguida, o criminoso convence a vítima a realizar as transações que ele deseja.

Conheça dicas do WhatsApp sobre como evitar cair em golpes

"Troquei de número, me faz uma transferência?"

Você sabe o que fazer quando alguém entra em contato pedindo dinheiro?

A gente te explica o que você pode fazer para não cair em golpes.

Tenho confiança e identidade de pessoa que está falando, com quem quero um acordo, um vídeo, tenho uma empresa de nome e endereço, solicito um contato com o número que está falando.

Depois de identificar que não é a pessoa que você conhece, lembre-se de bloquear a identidade e bloquear o número.

Se você é a pessoa que está sendo a foto, envie suas imagens e vídeos para que nenhum deles seja arguado e informe as autoridades competentes.

Como se proteger

Deixe sua foto de perfil visível apenas para os seus contatos.

Clique em Configurações > Conta > Privacidade > Foto de Perfil > Meus contatos.

Se alguém te pedir dinheiro de forma inesperada, confirme a identidade da pessoa antes de transferir. Use sempre o número que você já tem de sua foto de contatos.

Alguém solicitou o seu número de ativação do WhatsApp.

"Será que estão tentando me aplicar um golpe?"

Como eu me protejo?

Nunca compartilhe seu código de ativação.

Ative a confirmação em duas etapas, é como ter um extra que te deixa ainda mais protegido.

Cai no golpe e agora?

Prepare a ajuda do WhatsApp

- Envie um e-mail para support@whatsapp.com
- Na mensagem descreva o problema. E não esqueça de informar seu número de telefone completo (código do país e DDD)
- Aguarde a resposta. O WhatsApp retornará seu e-mail em até 48 horas

WhatsApp

© 2019 Meta



Como construir parceria contra golpes via WhatsApp?

Escuta ativa para antecipar ondas de golpes



Hidden Insights | ILUMEO | Feed | Analysis | Brands | Favorites | Tutorials | Curatorship | Admin | Daniel Dias

Busca por termos: 01/10/2022 23/09/2024 **BUSCAR** Busca avançada

Assuntos em alta no período

ASSUNTO	QUANTIDADE
mobizapsp	91
por que i... i cai mesmo com queda da inflação	9
alerta golpe do pix	9
motorista emocionado	9
oferta camisa netshoes	9
plataforma de aposta esportiva fanáticos sports	9
dica de investimento em ações	9
maior paulada que o magalu já recebeu	9
meme fatura cartão de crédito	9
motorista dando em cima	9

Elementos mais utilizados

TAG	QUANTIDADE
investir	997
lca	99
ge globo	98
infomoney	98
vivo	98
euro	98
meta	98
@magazineluiza	98
seudinheiro	98
black friday	98

Ranking de intenções

INTENÇÃO	QUANTIDADE
criticar	96
compartilhar	795
chocar	721
anunciar	7095
depreciar	68
comover	67
descontrair	6426
divulgar	619
rcelamar	6
posicionar	5

Temas mais compartilhados

TEMA	QUANTIDADE
Comida	8
Arte	8
Humor de Whatsapp	7
Música	69
Moda e Beleza	67
Viagem	6
Golpes ou correntes	592
Cotidiano	5419
Humor geral	5387
Humor Brasileiro	45

Comparar termos

Termo 1

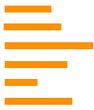


Como construir parceria contra golpes via WhatsApp?

Canal seguro para checagem rápida



INSIGHTS E **APRENDIZADOS**



GRANDE PARTE DOS GOLPES ENVOLVEM INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

MARCAS COM MAIOR RECALL DE PROPAGANDA SÃO PERCEBIDAS COMO MAIS SEGURAS

PERCEPÇÃO DE SEGURANÇA IMPACTA SIGNIFICATIVAMENTE KPIS DE NEGÓCIO

TEMPO DE RESOLUÇÃO DO GOLPE É RISCO DE PERDA DE PRINCIPALIDADE

PARCERIA E SIMPLIFICAÇÃO SÃO MELHORES ENQUADRAMENTOS PARA CONSTRUÇÃO DE MARCA

WHATSAPP É UM CAMINHO AINDA POUCO EXPLORADO PARA CONSTRUÇÃO DE PARCERIA

ILUMEO

senise@ilumeo.com.br
Linkedin: Diego Senise

daniel.dias@ilumeo.com.br
Linkedin: Daniel Madeira