

Insatisfação com a experiência digital foi o principal motivo, mas clientes também reclamam de falta de integração de serviços, interação humana e de assessoria financeira



O relatório Connected Financial Services Report, desenvolvido pela Salesforce, líder global em CRM, revela que as instituições financeiras têm encontrado dificuldades para fidelizar os seus clientes. De acordo com a pesquisa, 40% brasileiros trocaram de banco no último ano, 45% de seguradora e 44% de gestores de patrimônio. Globalmente, as taxas foram de respectivamente 25%, 35% e 34% – os brasileiros foram os que mais trocaram de banco entre todos os 12 países pesquisados e ficaram na segunda colocação na troca de seguradoras e gestoras de patrimônio, atrás apenas de Reino Unido e Alemanha, respectivamente.

Entre os brasileiros, o motivo mais citado para trocar de instituição financeira foi a experiência digital, fator listado por 70% no caso dos bancos, 54% nas seguradoras e 67% em gestores de patrimônio. A média global foi de, respectivamente, 51%, 30% e 45%.

Contudo, além da experiência digital, outros fatores foram decisivos para a mudança. A integração com outros serviços foi um exemplo, listado por 49% dos que trocaram de banco, 43% de seguradoras e 47% de gestores de patrimônio. Por sua vez, a qualidade do serviço prestado apareceu em patamares similares, com 48% para bancos, 50% para seguradoras e 53% para gestoras de patrimônio. O último fator decisivo na lista foi a distância física do prestador de serviços, citada por 19% dos brasileiros clientes de bancos, 22% para seguradoras e 25% para gestores de patrimônio.

O relatório também constatou que os clientes do setor financeiro buscam experiências cada vez mais personalizadas e abrangentes de suas instituições financeiras, além de mais interação humana no atendimento. Mais de dois terços (68%) dos brasileiros alegaram que mudariam de prestadores de serviços financeiros se o atendimento fosse muito impessoal.

“Seja no ambiente físico ou digital, o que vai importar é a experiência. Ela precisa ser conveniente, relevante, rápida e personalizada para conquistar e fidelizar clientes. As instituições que não conseguem aproveitar o máximo de ferramentas como IA, dados e CRM – que são fundamentais para elevar o patamar do atendimento e do serviço –, estão sob o risco de perder terreno para concorrentes”, avalia Karin Picinini, Diretora de Conta de Serviços Financeiros na Salesforce.

Os clientes também ressaltaram a importância de ter aconselhamento e orientação de suas instituições, sobretudo em tempos incertos para a economia. Metade dos respondentes brasileiros alegou que não sente que o seu prestador de serviços financeiros os ajudou a se preparar totalmente para uma recessão econômica. A taxa, apesar de alta, foi a menor entre todos os países pesquisados.

Metodologia

A Salesforce consultou 6 mil clientes de instituições financeiras de 12 países, incluindo 500 brasileiros. A pesquisa foi realizada de 7 de março de 2023 a 12 de abril de 2023. Informações adicionais podem ser encontradas no [relatório](#).

Fonte: Salesforce, em 16.01.2024.