

Por Ricardo Zanini (*)

Historicamente, a estratégia de atuação dos bancos brasileiros apoia-se em plataformas tecnológicas robustas, o que deu condições para atingir a maturidade atual. Há alguns anos atrás, os clientes se relacionavam com seus bancos por meio de agências e caixas automáticos, assim como os cheques eram populares e os cartões eram usados na maioria das vezes na função de saque.

Atualmente, aproximadamente metade das transações bancárias são feitas por meio da internet e mobile banking, conferindo mais fluidez, comodidade e satisfação para o cliente. Para chegar a esse estágio, os bancos aprimoraram seus investimentos em computação em nuvem, big data, plataformas sociais, computação cognitiva e carteiras digitais. Tudo com o objetivo de melhorar a experiência do cliente de ponta a ponta por meio de uma visão mais empática e centrada no usuário. E a inovação não para por aí, pois tecnologias mais recentes já estão ganhando muito espaço e devem ser consideradas, como a inteligência artificial, por exemplo.

Com a migração das transações para o celular, os bancos devem investir em novos serviços digitais que melhorem a experiência do cliente e tragam lucros consistentes para o futuro dos negócios. O canal mobile abre a possibilidade de o cliente executar transações bancárias em qualquer hora e lugar, gerando um aumento considerável na quantidade de transações e, consequentemente, uma necessidade maior de segurança, performance e escalabilidade por parte dos bancos. Outro item relevante perpassa sobre a necessidade de criar uma interface focada em usabilidade por meio do redesenho das jornadas atuais para a entrega de uma melhor experiência e capacidade de transformar esses serviços em omni-channel, preservando a fluidez da jornada em qualquer dispositivo utilizado.

Outras tecnologias que são essenciais para essa mudança são as plataformas de gestão de processos (BPM) para gerir regras, prioridades e estabelecer controles adequados, além do analytics e do big data para a análise e ofertas. O papel dessas tecnologias na migração para o banco digital refere-se aos silos organizacionais e processos legados, que são apontados como grandes barreiras à transformação digital. É aí que as plataformas de gestão de processos se encaixam, criando metodologias digitais. Para transformar um processamento legado em um recurso digital temos que repensá-lo a partir da ampla utilização das tecnologias digitais, tornando-o mais rápido, mais barato e amigável. Tornar um processo digital não é digitalizá-lo e dar continuidade a fluxos de trabalho existente, mas sim reinventá-lo por completo.

Já o big data e analytics são tecnologias poderosas para melhorar a relação com o cliente. Transformar dado em informação é fundamental para qualquer negócio, além de ser um dos pilares da transformação digital para os bancos. O obstáculo que essas instituições enfrentam hoje é de internalizar os dados vindos de outros sistemas, como as redes sociais e a IoT. A integração desses dados não é uma tarefa simples, mas é fundamental. Quanto mais dados conseguirmos armazenar e quanto mais inteligente for a análise desses dados, maior será a capacidade de conhecer o cliente e ter uma postura mais propositiva e assertiva.

Estamos apenas no começo da revolução digital, outras tecnologias e plataformas, como os DLTS (Deep Level Transient Spectroscopy), surgem para intensificar essa transformação e quebrar cada vez mais velhos paradigmas. As tecnologias que estão surgindo são muito importantes para a evolução do banco digital, mas a chave nesse processo continua sendo a empatia, ou seja, não podemos esquecer que o objetivo final é facilitar a vida do usuário, melhorar experiência do cliente bancário e para isso temos que pensar na tecnologia como um meio, e não como o fim. O astro principal na transformação digital é o ser humano.

(*) **Ricardo Zanini** é senior manager & head digital transformation da [GFT](#), companhia de

Tecnologia da Informação especializada em Digital para o setor financeiro

Fonte: IMAGE, em 06.12.2016.