

Notificações *push* x SMS: descubra qual ferramenta pode ser mais efetiva para os bancos brasileiros

São Paulo, maio de 2023 - No Brasil, mais da metade da população tem um *smartphone*. Para as instituições financeiras, a possibilidade de se comunicar com seus usuários pelo meio onde eles passam boa parte do tempo é uma grande possibilidade.

Por este motivo, as notificações *push* e SMS são duas das formas mais escolhidas pelos bancos para se comunicarem com os seus clientes, tornando-os canais de comunicação fundamental.

No entanto, nos últimos anos, as notificações *push* vêm ganhando espaço sobre o SMS devido ao imediatismo que esta ferramenta oferece para chegar aos clientes sem a necessidade de envolver terceiros, como empresas de telefonia, custos e questões relacionadas à segurança, dada a vulnerabilidade do SMS.

Por isso, a Veritrans, empresa global de tecnologia, pioneira no desenvolvimento de soluções digitais para a indústria financeira, decidiu investir nas notificações *push* e nos seus principais benefícios.

Notificações *push* são mensagens *pop-up* que aparecem nas telas dos dispositivos móveis dos usuários. Essa poderosa ferramenta de comunicação capta a atenção do usuário, pois as notificações aparecem mesmo quando o aplicativo do banco não está aberto.

Geralmente curtas e diretas, as notificações *push* podem conter atualizações, lembretes, ofertas promocionais, emojis e links. Esse tipo de comunicação pode ajudar a aumentar o engajamento e as conversões do usuário. Ao contrário do SMS, que é uma mensagem unidirecional sem chamada direta para o aplicativo, as notificações *push* melhoram a experiência com o usuário ao viabilizar a interação com os clientes.

*“As notificações *push* são fundamentais para fidelizar seus clientes e fornecer um canal de comunicação seguro, eficaz, no momento desejado e sem atritos”, afirma **Wagner Martin, VP de Negócios da Veritrans no Brasil.***

De acordo com casos de sucesso da Veritrans, com a utilização das notificações *push*, um banco pode enviar mensagens antecipadas sobre as datas de vencimento de cartões de crédito e empréstimos, incluindo botões de pagamento para seus clientes. A partir dessa ação, o atraso nos pagamentos pode ser reduzido em até 45%. Dentre os benefícios do *push*, vale destacar que ele potencializa a venda de produtos e serviços, aumenta a conversão de clientes no *onboarding* digital, reduz custos em relação a outras soluções existentes no mercado, como e-mails ou SMS e, ainda, mitiga os riscos das operações associadas.

Existem diferentes tipos de notificações *push*: as associadas aos negócios, as transacionais e as de segurança.

As de negócios impulsionam as vendas e estão focadas em fornecer um melhor serviço. Sob esta abordagem, podem ser realizadas campanhas massivas ou segmentadas, e podem ser utilizadas para o envio de mensagens sobre oportunidades de produtos, novidades institucionais, benefícios específicos e reivindicações de informações relevantes, entre outros.

As notificações de transações promovem experiências simples e ágeis, pois fornecem informações valiosas no momento certo para os usuários, ajudando-os também a tomarem melhores decisões financeiras. Por exemplo, serem avisados sobre o recebimento de uma transferência ou pagamento de um terceiro ou quando um reembolso, prêmio ou produto é obtido da instituição.

Por fim, as notificações ligadas à segurança podem ser grandes aliadas dos bancos para ajudar a mitigar fraudes e reduzir custos. No caso de detecção de determinados eventos sensíveis ou suspeitos, respostas ou ações podem ser solicitadas aos usuários para validar as operações que ajudarão a prevenir possíveis crimes relacionados à segurança cibernética. Exemplo: quando for detectado um gasto num país diferente do país de residência do usuário ou o gasto de um valor muito elevado, poderá ser necessária sua intervenção para a aprovação.

“Um estudo realizado pela MoEngage mostra que o push têm um alto nível de eficácia porque 45% das notificações levam a um clique subsequente e têm 50% mais abertura do que SMS e e-mails”, explica Martin, que também explicou que a solução garante 88% de mais interações com os canais, de acordo com Invesp.

Hoje, as notificações *push* apresentam-se como a resposta perfeita às necessidades e desafios dos bancos, pois permite que eles estejam perto dos seus clientes à distância de um clique, disponibilizando todo o tipo de soluções de forma instantânea e sem entraves.

Sobre a Veritrans

Somos uma empresa global de tecnologia dedicada a simplificar as experiências bancárias. Através das nossas business solutions, inspiramos as instituições financeiras a elevarem sua digitalização para o próximo nível. Temos orgulho de ser o parceiro estratégico essencial de clientes renomados na América Latina, América do Norte e Europa, para ajudá-los a ser os bancos que seus clientes preferem. Criamos produtos inovadores com foco no cliente final, permitindo mais de 50 milhões de pessoas a autogerenciar suas finanças. Para mais informações visite www.veritrans.com