

La Generación Z, banca y finanzas personales



La vida digital es la vida misma, y la tecnología, representa una parte fundamental de ser humano. Por ello, desde nuestro Digital Experience Research Centre en el everis LivingLab, queremos conocer a las personas, siendo la investigación un factor clave para comprenderlas.



Como parte de la serie "Users in Tech", este estudio explica las motivaciones que presenta la Generación Z a la hora de interactuar con la banca digital y gestionar sus finanzas personales.



¿Qué hemos descubierto?

LA DUALIDAD DE LA GENERACIÓN Z

Una generación digital por nacimiento, vanguardista y ultramoderna, pero que sin embargo se encuentra marcada por el contexto de la postcrisis, que define su comportamiento con los bancos.

Aventurero

- **Son idealistas por naturaleza:** quieren tener un impacto en su entorno.
- **Quieren romper con los modelos:** "status quo" para proveer de esperanza los nuevos modelos bancarios.
- **Exigen una modernización de los servicios:** servicios y canales de comunicación digitales.
- **Demandan servicios sin fricciones:** exigen flexibilidad, inmediatez, eficiencia.

Defensores

- **Se sienten indefensos y frustrados:** piensan que hay cosas que nunca van a cambiar.
- **Pertenecen a bancos tradicionales:** vinculan la confianza con compañías de larga trayectoria.
- **Son cautelosos en aguas desconocidas:** falta de confianza en funciones y servicios nuevos.
- **Anhelan interacciones humanas entre banco y cliente:** necesitan una experiencia personalizada.

Pensamientos e inquietudes de la Generación Z



1

LA GENERACIÓN Z SE SIENTE PERDIDA ENTRE LOS NUEVOS Y VIEJOS MODELOS

Quieren **romper con los bancos tradicionales**, sin embargo, son cautelosos con los **nuevos modelos bancarios**.

Ambos modelos bancarios deberían expresar su "fortaleza": la banca tradicional es más transparente, mientras que la nueva banca cuenta con credenciales insuperables.

2

LA GENERACIÓN Z NO MUESTRA LEALTAD HACIA LOS BANCOS

Cambian de **banco con facilidad** pero anhelan un banco en el que confiar.

Los bancos deben responder a un comportamiento volátil con servicios que sean flexibles y competitivos y generar recomendaciones de clientes.

3

LA GENERACIÓN Z DEMANDA INFORMACIÓN CLARA

Crean que los bancos ocultan información y no se comunican bien.

Sin embargo, asumen el hecho que estos **"no son transparentes"**.

Se debe explicar la información y condiciones sobre servicios de una forma clara, con un lenguaje y estilo sencillos.

4

LA GENERACIÓN Z QUIERE SENTIRSE ACOMPAÑADA

Esperan **servicios completamente digitales**, pero exigen asistencia personal 24/7, sobre todo para casos urgentes.

Un buen sistema de comunicación es clave para transmitir la capacidad de resolver problemas y que los usuarios se sientan escuchados. Quieren interactuar libremente con servicios digitales, pero a su vez pedir asistencia cuando lo necesiten.

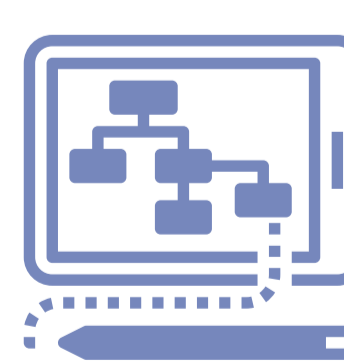
¿Y ahora qué?

CONSTRUIR UN NUEVO MODELO DE BANCA DIGITAL BASADO EN 3 PILARES



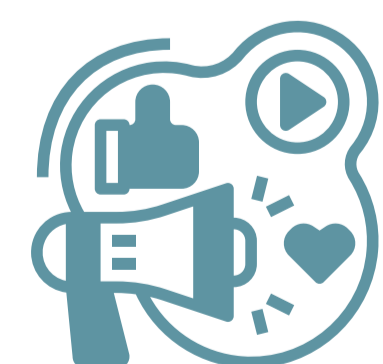
TRANSPARENCIA

- Comunicación abierta y clara**
- ✓ Utilizar un lenguaje natural y sencillo.
 - ✓ Demostrar lo que decimos con hechos.
 - ✓ Recomendar servicios basados en las puntuaciones de otros usuarios.



ASISTENCIA

- Ofrecer un servicio cercano y humano**
- ✓ Disponer de un profesional para realizar consultas.
 - ✓ Aprovechar la visualización de datos.
 - ✓ Habilitar notificaciones *push* personalizadas.



FLEXIBILIDAD

- Diseño modular e innovador**
- ✓ Construir un dispositivo y aplicación que sea "todo en uno".
 - ✓ Ser modular y adaptable.
 - ✓ Ofrecer métodos de pago P2P.