

Objetivo

Com o avanço do Open Finance no Brasil, o objetivo é dar às pessoas maior controle sobre suas vidas financeiras — ajudando-as a planejar, se organizar e entender o impacto de seus hábitos financeiros. O Bella tem como propósito analisar o comportamento dos usuários e fornecer sugestões personalizadas para incentivar decisões mais inteligentes de economia e gastos.

Soluções

Para explorar a fundo a economia comportamental, entrevistamos usuários para entender melhor como eles gastam e economizam dinheiro. Como equipe de design, identificamos que o design comportamental poderia ser uma ferramenta poderosa para influenciar as pessoas a adotarem hábitos financeiros mais saudáveis. Percebemos que toda ferramenta de Gestão Financeira Pessoal (PFM) depende de mudança de comportamento — por isso, focamos nossos esforços nesse ponto para gerar impacto significativo.

Problemas

O Brasil enfrenta desafios econômicos e sociopolíticos de longa data. Após a pandemia, muitas pessoas passaram a ter dificuldades até para suprir necessidades básicas, quanto mais economizar dinheiro. Barreiras adicionais incluem tabus culturais em torno do tema finanças, falta de educação financeira e hábitos amplamente prejudiciais — como gastar consistentemente mais do que se ganha.

Em que atuei

Este projeto teve duração de um ano e meio, embora tenha sido descontinuado posteriormente. Toda a pesquisa à qual contribuí está apresentada nesta página. Nossa equipe era composta por 5 designers e pesquisadores de UX.

- Pesquisa exploratória (desk research)
- Jornadas de usuários para diferentes personas
- Análise de benchmark
- Relatórios finais de pesquisa

Processo

Benchmark | Desk Research

Nossa pesquisa começou com três estudos exploratórios (desk research) com o objetivo de entender os principais desafios econômicos do Brasil e seu impacto na vida das pessoas.

Investigamos comportamentos dos usuários, atitudes em relação ao dinheiro e como o Open Finance funciona em escala global.

Em seguida, realizamos um estudo de benchmark das ferramentas de gestão financeira pessoal (PFM) mais eficazes do mundo, além de aplicativos que utilizam o design comportamental como princípio central — como o Duolingo e o Nike Training.

Isso nos ajudou a identificar lacunas no mercado e definir a visão para a nossa própria solução.

Personas | Jornada do usuário aplicada no nível de maturidade do produto

Criamos quatro personas distintas com base nos segmentos de usuários que queríamos atender, cada uma com objetivos e necessidades únicas.

Para cada persona, mapeamos uma jornada do usuário a fim de identificar como o Bella poderia gerar valor ao longo de toda a sua experiência financeira.

Para aprofundar nosso entendimento, também introduzimos uma escala de maturidade financeira. Isso nos permitiu avaliar o nível de conhecimento financeiro de cada persona, ajudando a alinhar os recursos do Bella com seu contexto atual e seus objetivos de longo prazo.

Prototipação

A prototipação foi realizada e validada com o time durante as sprints. Além disso, foi conduzido um design critique em colaboração com a equipe de design do banco, visando aprimorar ainda mais o desenho da experiência.