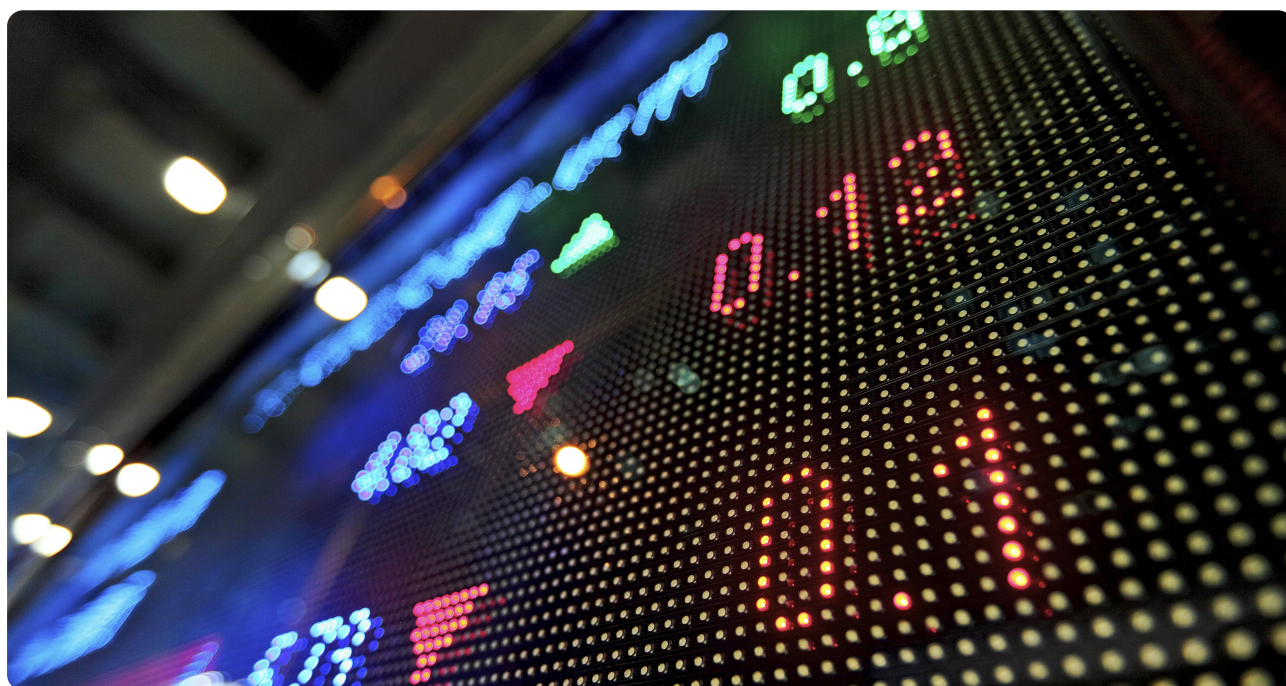


NEWS

Um banco brilhante assenta numa confiança valiosa

Porque é que o consultor mais moderno do seu banco é um ecrã

10 de abril de 2026, Tobias Engl



Numa era em que o smartphone se tornou a principal agência bancária, as instituições financeiras físicas enfrentam um desafio existencial. As estatísticas mostram que, hoje, em mais de 80 % do tempo, os clientes não encontram nenhum consultor presente no local, sobretudo nas zonas de autoatendimento ou nas horas de maior afluência. É aqui que entra o Digital Signage moderno: é muito mais do que um simples ecrã na parede – é o rosto digital do banco, que faz a ponte entre o mundo online anónimo e a competência especializada pessoal. Através da utilização direcionada de ecrãs inteligentes, a ScreenWay transforma a agência num espaço de experiência interativo, que reforça de forma duradoura a fidelização dos clientes e aumenta substancialmente a eficiência no local.

O primeiro ponto de contacto começa muitas vezes logo na montra. Ecrãs de alto desempenho com luminosidade extrema atraem os transeuntes com conteúdos dinâmicos que vão muito além dos cartazes estáticos. Em vez de cartazes de papel desatualizados, os bancos apresentam aqui informações em tempo real: taxas de juro atuais, câmbios ou ofertas imobiliárias de curto prazo são atualizados ao segundo. Esta agilidade é uma vantagem competitiva decisiva no setor financeiro. Graças a interfaces automatizadas e a sistemas profissionais de gestão de conteúdos, o esforço manual para a

substituição dos materiais publicitários desaparece por completo. Isto não só poupa custos de impressão e protege o ambiente, como garante também que cada agência – seja uma sucursal regional ou a sede – comunica sempre em conformidade com a marca e atualizada do ponto de vista legal.

Quando o cliente entra na agência, o Digital Signage assume o papel de um anfitrião inteligente. Painéis digitais de boas-vindas criam uma atmosfera profissional, enquanto sistemas interativos de orientação e placas de porta digitais ajudam a encontrar o caminho. É sobretudo nas zonas de espera que a tecnologia revela todo o seu potencial psicológico: através de uma mistura de infotainment, notícias regionais e conhecimentos financeiros úteis, o tempo de espera percebido é drasticamente reduzido. Em vez de frustração, surgem aqui pontos de contacto valiosos para cross-selling e upselling. Vídeos explicativos curtos e concisos sobre produtos complexos, como o crédito à habitação ou a poupança para a reforma, despertam necessidades e preparam da melhor forma a conversa de aconselhamento que se segue.

Um marco técnico é, neste contexto, a integração de inteligência artificial e de tecnologia de sensores. Os leitores multimédia modernos conseguem hoje adaptar os conteúdos em tempo real com base na demografia de quem os observa – de forma totalmente anónima e em conformidade com a proteção de dados. Assim, o jovem que inicia a vida profissional recebe informações sobre a primeira carteira de títulos, enquanto ao futuro proprietário de casa são apresentados os modelos de crédito hipotecário atuais. Esta personalização cria relevância e mostra que o banco compreende as necessidades individuais dos seus clientes. Ao mesmo tempo, quiosques interativos e terminais de self-service oferecem a possibilidade de aprofundar informações de forma autónoma ou de marcar diretamente uma reunião por toque, o que alivia o pessoal e promove a autonomia digital dos clientes.

A comunicação interna também beneficia enormemente desta transformação digital. Nas zonas reservadas aos colaboradores, os ecrãs funcionam como um «quadro de avisos digital», que informa sobre notícias internas, formações ou diretrizes de segurança. No essencial, porém, trata-se do bem mais valioso do setor: a confiança. Através de uma apresentação consistente, transparente e moderna das informações, um banco sinaliza capacidade de inovação e fiabilidade. Com as soluções da ScreenWay, as instituições financeiras apostam numa infraestrutura segura e escalável que, graças ao armazenamento local em cache, se mantém estável mesmo em caso de interrupções da rede. Assim, o Digital Signage torna-se uma ferramenta indispensável para dar forma à agência do futuro – como um lugar que informa, entusiasma e complementa de forma valiosa o contacto pessoal.