

Estratégia de Atuação



Larissa Novais
Kamillo Tononi
Aglailton Soares
Josy Guedes
Murilo Palma

5º PRÊMIO IBEVAR-FIA de
INOVAÇÃO
do Varejo 2025



IBEVAR

FIA
BUSINESS SCHOOL

Estratégia de Atuação Rolê que Rende BB

Com foco em se conectar com as novas gerações, o Banco do Brasil desenvolveu uma estratégia de atuação ampliada abrangendo público de 0 a 40 anos através de ações de Educação Financeira.

Para tal, foi desenvolvido um vetor de relacionamento com match em negócios para o mercado varejo (jovens, universitários e famílias), agronegócios, corporate e segmento de educação.

O Rolê que Rende BB é um programa de Educação financeira que se apresenta como um circuito itinerante e ferramenta de estratégia comercial do Banco do Brasil, com cobertura de Norte a Sul do país, com foco no Público Jovem, contendo uma gama diversificada e lúdica de serviços e produtos especialmente pensados nas gerações mais novas.

As ações do Rolê que Rende BB já alcançaram mais de 2,5MM (dois milhões e meio) de jovens, resultando em expressivo crescimento de abertura de conta universitária por canal digital, duplicação da base de clientes da Conta BB Cash (produto para público de 8 a 17 anos), aumento relevante na quantidade de novos cotistas, aumento de 10 pontos na nota NPS do público universitário, e muitas outras conquistas alcançadas, comprovando que o BB é um banco completo, fíigital e presente em todos os momentos da vida das pessoas.



IBEVAR

FIA
BUSINESS SCHOOL

Estratégia de Atuação Rolê que Rende BB

Varejo

Rejuvenescimento

Estratégia

Educação Financeira

Inovação



IBEVAR

FIA
BUSINESS SCHOOL

Estratégia de Atuação Rolê que Rende BB

- Histórico de Antecedentes

O Banco do Brasil é uma empresa bicentenária, atenta nas novas tendências e focada na sustentabilidade dos nossos negócios. Observando a nossa base de cliente varejo, foi constatada a necessidade de se aumentar a porcentagem de clientes com faixa etária de 18 a 40, revelando que possuíamos uma base não rejuvenescida que, em uma estimativa de 20 anos, resultaria em significativa retração na receita média entre clientes de 41 a 70 anos.

Desta forma, foi estabelecido um indicador de rejuvenescimento de resultado e, junto com ele, a necessidade de criar uma estratégia para alcançar essa meta.

Ao focar nas gerações mais novas, sendo eles Millennials (Gen Y), Gen Z e Alphas, foi verificada a carência de conhecimento desse público no âmbito da educação financeira. Segundo dados da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), apenas 38% dos jovens brasileiros entre 15 e 24 anos têm algum conhecimento básico sobre finanças pessoais, e, de acordo com a pesquisa Raio X do Investidor Brasileiro 2023 (ANBIMA), 48% dos jovens entre 16 e 25 anos não fazem nenhum tipo de controle financeiro. Neste mesmo relatório, foi constatado que houve um vultuoso aumento de investidores da Geração Z na pós pandemia (Covid-19).

Estratégia de Atuação Rolê que Rende BB

- Histórico de Antecedentes: Continuação

Como instituição financeira, nosso compromisso vai além dos produtos e serviços bancários, acreditamos que a educação financeira desde cedo é essencial para formar adultos mais conscientes, preparados para tomar decisões responsáveis e construir uma relação saudável com o dinheiro e, com base em diversos estudos, foi determinado que a Educação Financeira seria o fio condutor ideal para conexão com as novas gerações. O BB tem como propósito “ser próximo e relevante na vida das pessoas em todos os momentos”, e nosso desejo como marca é maximizar conquistas, assim, o nosso objetivo é ajudar nossos clientes a conquistar o que é importante para eles.

Desta forma, investir em ações que desenvolvam habilidades como planejamento, consumo consciente e noção de investimento já na infância, adolescência e juventude colabora com a formação de uma sociedade mais consciente com gerenciamento financeiro e prevenção de endividamento futuro.

Com isso, foi desenvolvida uma estratégia multiplataforma de educação financeira, focada nas novas gerações, chamada Rolê que Rende BB.

Estratégia de Atuação Rolê que Rende BB

- Descrição do Projeto

O Rolê que Rende BB compreende em uma estratégia completa, com atuação física e digital, que focou na percepção do Banco do Brasil não somente como uma instituição financeira sólida e confiável, mas como um parceiro para todos os momentos da vida, com atendimento diferenciado e digital. O planejamento desta estratégia abordou diversas áreas do banco e foi dividido em áreas de foco:

Atuação Varejo Físico

- Desenvolvimento e lançamento de Trilha de Capacitação na Universidade BB (UniBB) para os funcionários, focada em entendimento e atendimento do público jovem;
- Instrumentalização da rede de atendimento BB com equipamentos e brindes para atuação com o público alvo;
- Desenvolvimento e aplicação de novo modelo de indução, gerando desdobramento da estratégia na indução da rede, contribuindo com o engajamento dos funcionários no tema;
- Reformulação de todo merchandising, físico e digital, voltado ao público jovem;
- Criação de marca e comunicação focada em educação financeira para novas gerações;
- Desenvolvimento de circuito de eventos, contemplados com palestras de educação financeira, painéis de bate-papo, podcasts e atividades lúdicas voltadas às finanças como Roleta Premiada com Quiz, Memória que Rende (Jogo da Memória) entre outras atividades, atuando em de norte a sul no Brasil;
- Atuação com o Movimento Empresa Junior em universidades, ativando diretamente público priorizado;
- Promoção de Hackathons como ferramenta de atração no ecossistema de inovação, englobando jovens universitários, empresas juniores e startups;
- Desenvolvimento do primeiro Jogo de Tabuleiro de Educação Financeira com Realidade Aumentada, que impulsiona a cidadania trazendo inteligência financeira, integração de práticas sustentáveis e conscientização;
- Criação de ambiência em agências vocacionadas (espaços universitários), fornecendo um espaço de coworking aos estudantes e gerando atração do público das universidades;
- Lançamento do .BB em Recife-PE, um lugar para geração de valor por meio de parcerias estratégicas e comunidade local oferecendo uma experiência digital de atendimento de varejo;

Atuação Varejo Digital

- Otimização dos canais de onboarding e jornada de conversão, deixando-os mais ágeis e simplificando o processo, gerando alto grau de satisfação no atendimento desde o primeiro contato;
- Otimização do produto de porta de entrada – conta corrente – transformando-o em “conta rendeira”;
- Ampliação de portfolio de investimentos com foco no público jovem, oferecendo produtos alinhados com as preferências da geração;
- Lançamento da versão digital do Jogo de Tabuleiro de Educação Financeira em escala global através da plataforma Roblox durante a Febraban Tech 2025, multiplicando a acessibilidade a conteúdos de maneira lúdica e gratuita.

Estratégia de Atuação Rolê que Rende BB

- Descrição do Projeto: Continuação

Atuação Varejo Fígital

Nossa atuação prioriza iniciativas que apresentem a marca BB como provedor de soluções financeiras digitais e humanizadas, adaptando nossa linguagem e presença integrada nos canais físicos e digitais, a fim de proporcionar uma experiência FÍGITAL alinhada ao comportamento e anseio da nova geração de consumidores do varejo bancário. Estamos inovando tanto no formato quanto na interação com a nossa marca.

Desta forma, aplicamos nas ativações de eventos o Balcão de Negócios, o qual os funcionários orientavam e atendiam o cliente, que em sua conveniência, usava canais digitais para onboarding e, na sequência, era aplicada a assessoria financeira de investimentos de modo presencial, o que permitia o cliente se sentir confiante para contratar os serviços através do App BB.

A união dos serviços físicos e digitais possibilitaram um atendimento diferenciado que gera alta satisfação nos clientes.

A mesma atuação fígital ocorreu nas campanhas da Conta BB Cash, onde os responsáveis legais podiam abrir a conta digitalmente ou em agências e seus filhos, natos digitais, acabaram influenciando os pais a um comportamento digital mais maduro no consumo de produtos bancarizados.

Estratégia de Atuação Rolê que Rende BB

- Resultados do Caso

Essa série de ações geraram desdobramentos na sociedade, com a conscientização financeira, desde crianças e adolescentes a universitários, jovens adultos e famílias, democratizando o acesso à informação e impulsionando a cidadania financeira em escala nacional.

Além do impacto positivo na sociedade, gerando alcance de mais de 2,5 milhões de jovens, criando cidadãos conscientes com o seu dinheiro, as ações da Estratégia Rolê que Rende BB sucederam em resultados relevantes para o banco, que refletiram todos os esforços realizados durante a atuação:

- Com a otimização do onboarding, a abertura de contas online, pela primeira vez, **superou a abertura de contas em agências em 143%**, agilizando o atendimento e aumentando a satisfação das novas gerações, que têm preferência por atendimentos ágeis e digitais, e redirecionando a demanda de atendimento presencial nas lojas para novos negócios do core bancário;
- Conseguimos alcançar resultados expressivos referentes ao **rejuvenescimento do resultado, em um comparativo entre 1S24 e 1S25, aumentou em 211%** no público com idade entre 18 a 40 anos;
- Obtivemos um **incremento de 333% no engajamento do público jovem**;
- Um dos públicos abordados dentro da estratégia é o universitário, que é caracterizado por ser extremamente exigente na análise de satisfação de atendimento. Com as ações do Rolê que Rende BB, **o banco aumentou em 10 pontos a nota NPS (Net Promoter Score) deste público**, colocando-o em zona de qualidade de satisfação;

Estratégia de Atuação Rolê que Rende BB

- Resultados do Caso: Continuação

- As ações realizadas de norte a sul com atendimento especializado e a personalização de portfólio de produtos também impactaram no crescimento de jovens investidores: superando a marca de crescimento em mais de 1000% na base de cotistas da geração Z. Esse avanço reflete o engajamento de uma geração atendida, que busca conhecer e participar ativamente do mercado financeiro.
- A atuação do BB no ecossistema das universidades resultou em aumento de abertura de contas alcançando uma marca de inédita de 2,1 milhões de universitários ativos;
- O lançamento de games educativos no Roblox gerou repercussão em diversos canais de mídia, sendo recomendado como ferramenta de educação financeira por influencer de finanças e alcançando mais de 30 mil usuários e nota de aprovação de 95%, votada pelos jogadores, o que é um excelente indicador de sucesso e aceitação do público jovem.
- Duplicamos a quantidade de contas da base BB Cash, produto específico para menores de idade, desde o início da estratégia Rolê que Rende BB, consolidando o produto como facilitador do cotidiano aos responsáveis e ferramenta de educação financeira para crianças e adolescentes;

Estratégia de Atuação Rolê que Rende BB

- Extensões e Desdobramentos

A partir dos resultados obtidos, a Estratégia Rolê que Rende BB vai continuar atuando em todo território nacional e expandir, desenvolvendo desdobramentos focados em públicos estratégicos relacionados às novas gerações. Um dos desdobramentos é a criação das marcas “Rolê que Rende Agro”, focado nos jovens empreendedores da área ou nos filhos dos agricultores que ingressarão no mercado agropecuário, e a marca “Rolê que Rende Pró”, focada em jovens recém formados ou públicos de profissões estratégicas, como médicos, advogados, policiais e demais setores com audiência priorizada.

A estratégia também terá desdobramentos relacionados à produção de conteúdo para a população, utilizando-se de canais em redes sociais para ampliar e democratizar o acesso a conteúdos de educação financeira. A criação de perfis em redes como Instagram, youtube e a presença do Rolê que Rende no Blog BB serão um reforço na multiplicação de conhecimento, alcançando as novas gerações através de canais de sua preferência com conteúdos sobre saúde financeira, carreira, futuro e empregabilidade jovem.

Também houve um desdobramento em relação à capacitação dos funcionários: foi criado o Programa Mestres do Rolê, o qual, em conjunto com parceiros, funcionários recebem um treinamento completo de capacitação para se tornarem Mentores e Palestrantes do Rolê que Rende, atuando como multiplicadores de conhecimento e atendimento especializado ao público jovem.

Estratégia de Atuação Rolê que Rende BB

- Extensões e Desdobramentos: Continuação

O circuito Rolê que Rende também teve ampliação em sua atuação com a inclusão da estratégia dentro das Carretas BB, criando mais um serviço de comunicação e democratização ao acesso à informação financeira rodando de norte a sul do país. A rede varejo aciona a Carreta BB como ferramenta de Estratégia Comercial e retroalimenta ações direcionando o itinerário conforme o potencial negocial junto ao ecossistema de inovação, universidades e feiras especializadas em todo o Brasil.

O BB, um dos principais agentes de apoio ao agronegócio do país, responde por 45% do volume desembolsado no mercado, de acordo com Relatórios de resultado divulgados à imprensa. Por isso, a instituição vem atuando de forma próxima ao público jovem agro, por meio de diversas ações. Para se ter uma ideia da relevância do Banco do Brasil nesse setor, de acordo com a Confederação dos Engenheiros Agrônomos do Brasil, foram disponibilizadas em 2024 cerca de 112 mil vagas para o curso de Agronomia em todo o país. Desse total, 37% dos estudantes já fazem parte da base de clientes do BB.

Estratégia de Atuação Rolê que Rende BB

- Conclusões

A Estratégia de Atuação Rolê que Rende BB é um caso de sucesso com resultados que beneficiam a sociedade, tornando-a mais consciente com finanças desde a infância e ressaltando aos jovens e universitários a importância de se planejar, gerenciar e investir, gerando adultos com uma relação saudável com o dinheiro e que entendam a importância da prevenção de endividamento futuro, cumprindo nosso compromisso social com a população brasileira.

Ao mesmo tempo, conseguimos alcançar resultados expressivos diante os desafios e metas do banco. O rejuvenescimento do resultado, em um comparativo entre 1S24 e 1S25, aumentou em 211% no público com idade entre 18 a 40 anos; obtivemos um incremento de 333% no engajamento do público jovem; aumentamos em 10 pontos o NPS dos clientes universitários, alcançando a zona de qualidade; Crescemos 56% da receita média das audiências priorizadas da geração Z, entre 18 e 26 anos de idade.

Todos esses feitos e resultados confirmam a excelência de atendimento varejo desenvolvida para o público jovem e o acerto na estratégia desenvolvida para comunicação, atendimento e satisfação das novas gerações.

Estratégia de Atuação Rolê que Rende BB

- Banco de Imagens



Ativação em evento no .BB, em Recife - PE



Gamificação Pais e Filhos Produtores Rurais
Expointer, em Esteio - RS



Ativação Novos Cadetes da Polícia
Militar, em Limeira - SP



Hackathon de Inovação durante a BB Digital
Week, em Brasília - DF



Ativação na Feira de Recrutamento e Carreira
- RC25, na FEA-USP em São Paulo - SP



Lançamento do Rolê que Rende BB no Roblox
durante a Febraban Tech 2025, em São Paulo - SP

IBEVAR

FIA
BUSINESS SCHOOL

Estratégia de Atuação Rolê que Rende BB

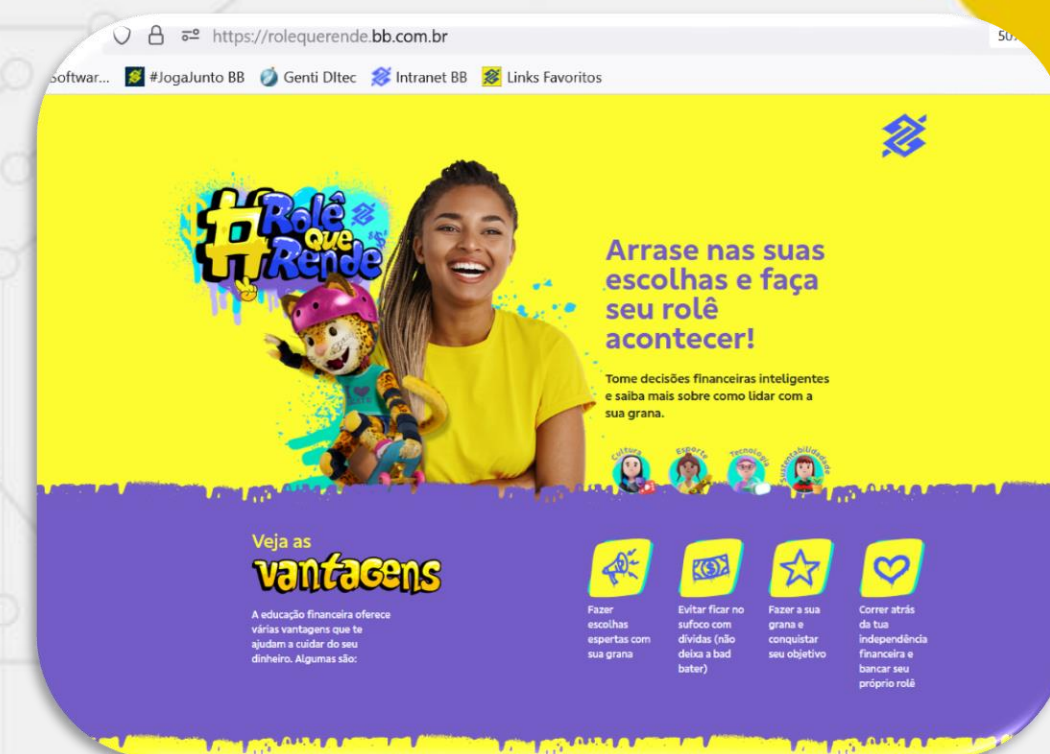
- Banco de Imagens



Ativação na Feira Agro Cotrijal, em Não-me-toque - RS



Carreta BB – Atuação Itinerante de Norte a Sul do Brasil



Rolê que Rende Web



Atuação na Feira Construa Sua Carreira, da UnB, em Brasília - DF



Ativação na ExpoCIEE – a maior feira de empregabilidade jovem da América Latina, em São Paulo - SP



Inovathon na Tecnoshow, em Rio Verde - GO

IBEVAR

FIA
BUSINESS SCHOOL

Estratégia de Atuação Rolê que Rende BB

- Banco de Imagens



Ativação no Hospital de Amor, em Barretos - SP



Ativação em Escola Técnica em Recife - PE



Ativação na Escola Montessori, em Brasília - DF



Lançamento do Brablox na plataforma Roblox, em São Paulo - SP



Ativação no Hacktown, em Santa Rita do Sapucaí - MG



Ativação na Agrotins, em Palmas - TO