

2021

Relatório de apps mobile de finanças

Apostando no futuro das fintechs



Índice

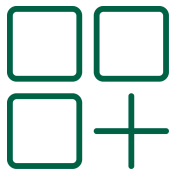
1	Destaques do relatório.....	3
2	Metodologia	4
3	5 tendências de finanças	5
4	Custos, taxas de conversão e ROAS.....	12
5	Tendências mensais de finanças.....	16
6	Desempenho por plataforma.....	20

Destaques do relatório

- Tendências de 2020:** as instalações de apps de finanças tiveram ótimo desempenho em 2020, com um aumento de 15% em comparação a 2019. Globalmente, os usuários instalaram 4,6 bilhões de apps de finanças e passaram 16,3 bilhões de horas usando os apps, 45% a mais do que no ano anterior.
- Sessões do app:** os apps de fintechs costumam ter melhores resultados na manutenção do engajamento dos usuários, com as sessões dos principais apps de fintechs superando em até 10,8 vezes o desempenho dos melhores apps de bancos tradicionais. Na Coreia do Sul, os melhores apps de fintechs têm uma média de cerca de 225 sessões por mês.
- Métricas de custo:** os custos de instalação (US\$ 2,45) e registro (US\$ 7,96) aumentaram em 2020. Houve uma queda de 5% nas ativações (US\$ 9,78) em comparação com o benchmark de 2019.
- Taxas de conversão:** os usuários demonstraram mais interesse em efetuar a ativação, o que é evidenciado pelas taxas de conversão (25,1%), que aumentaram um terço em relação ao ano anterior (19%). Enquanto isso, as taxas de conversão de registro (30,8%) caíram um terço em comparação com 2019 (46,2%).
- Plataformas:** o Android oferece aos profissionais de marketing uma boa oportunidade. O custo das instalações foi 4,5 vezes mais baixo do que no iOS, e o custo das ativações foi impressionantes 8 vezes mais baixo. Além disso, os usuários do Android têm uma probabilidade quase 2 vezes maior de efetuar uma conversão.

Metodologia

Período: 1º de jan de 2020 a 31 de dez de 2020



188

apps



57 bilhões

de impressões



816 milhões

de cliques



12 milhões

de instalações



20 milhões

de eventos inéditos

5 tendências de finanças

A combinação de inovações no mundo mobile com a COVID-19 causou uma revolução nas finanças



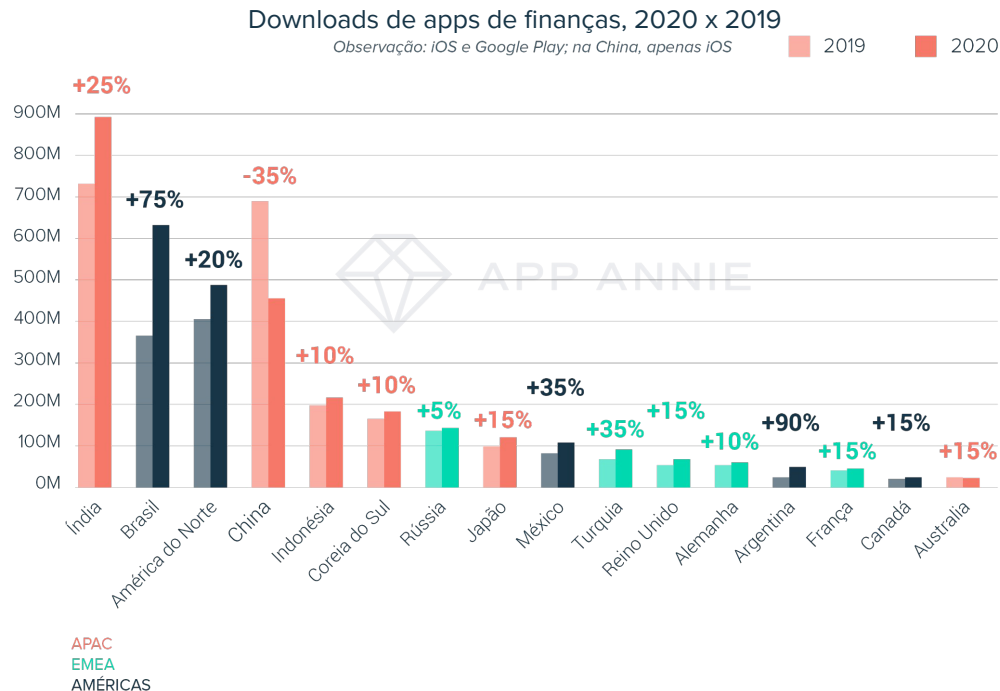
1

Aumenta a demanda por apps de finanças para investimentos, serviços bancários, transferências de dinheiro e auxílios do governo.

Os 4,6 bilhões de novos downloads de apps de finanças em 2020 (+15% em relação ao ano anterior) representam um ritmo 2 vezes maior do que o dos downloads em geral

- A América Latina teve o crescimento mais significativo na demanda por apps de finanças em 2020, com um aumento de 75% no Brasil e 90% na Argentina em relação a 2019.
- Os downloads aumentaram em abril no mundo todo, com o pico mais significativo em dezembro. Esse efeito indica que o impacto duradouro da pandemia ajudou a aumentar a utilização.
- A queda nos downloads de apps de finanças na China veio depois que entrou em vigor a nova legislação relacionada ao espaço de empréstimos entre pessoas (P2P).

Use [estimativas de mercado para entender](#) quais recursos estão cultivando a permanência dos usuários. Os apps mobile são o elo comum na tomada de decisões financeiras: desde a pesquisa até a avaliação e a compra ou o investimento.



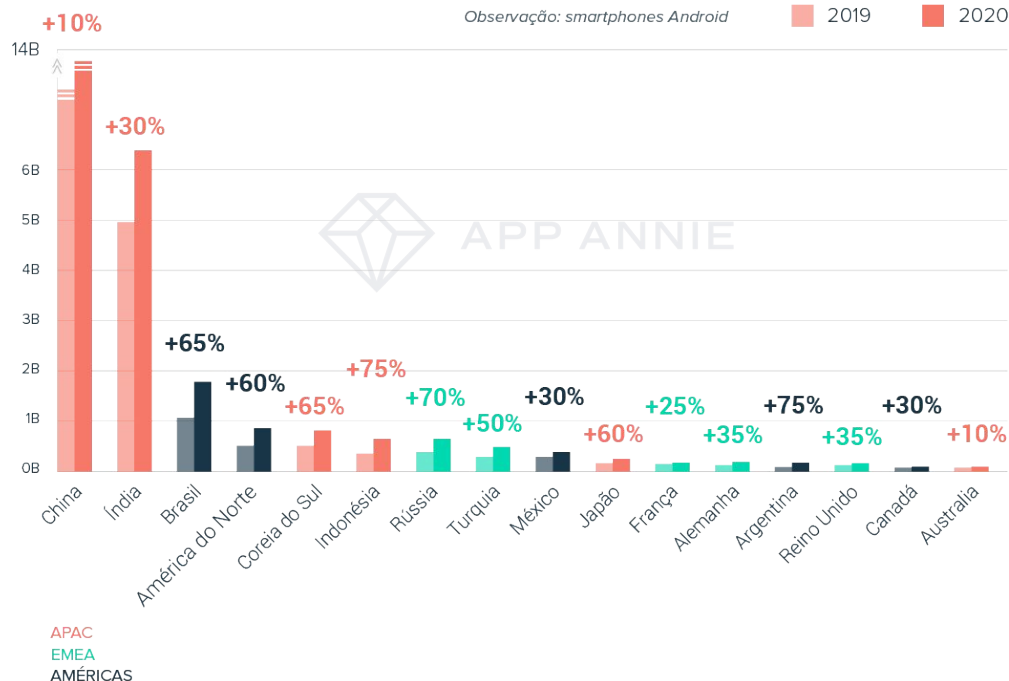
2

Com o crescimento da utilização de apps no mundo todo, os dispositivos móveis são o canal para influenciar decisões financeiras.

Mais 16,3 bilhões de horas de uso dos apps de finanças em 2020; +45% em relação ao ano anterior (não incluindo a China)

- Os apps de investimento e negociação de ações foram as principais áreas de crescimento: o tempo de uso dos cinco principais apps de investimento e negociação de ações cresceu 55% em comparação com o ano anterior.
- A participação em apps de investimento foi particularmente alta nas Américas: aumento de 135% no tempo de uso nos EUA e de 115% no Canadá e no México em relação ao período anterior. A Coreia do Sul teve o maior crescimento na região APAC: 120%.
- Mudanças semelhantes ocorreram no espaço de crédito, com os apps de empréstimo entre pessoas em alta na Indonésia e a modalidade de "crédito reverso" atraindo consumidores das gerações Z e do milênio nos EUA e na Austrália.

Horas de uso de apps de finanças (em bilhões), 2020 x 2019



[Sem o monitoramento adequado das movimentações do mercado, você pode não perceber indicadores-chave da mentalidade financeira em evolução dos consumidores.](#)



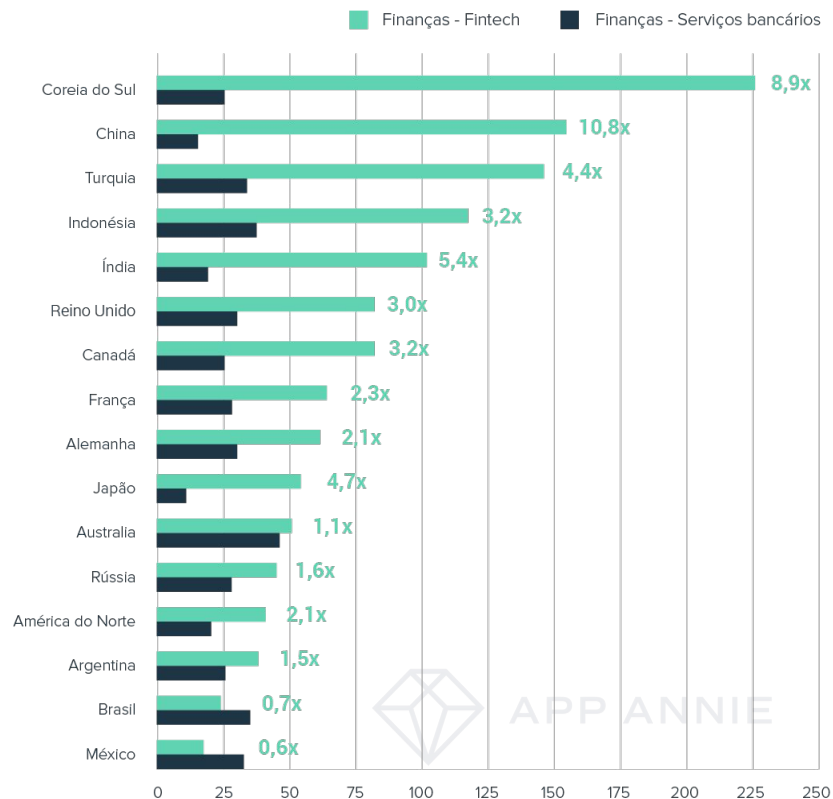
3

Por sessão, os principais apps de fintechs superam em até 10,8 vezes o desempenho dos melhores apps de bancos tradicionais.

- A menor diferença entre os apps foi observada na Austrália, onde a média de sessões mensais por usuários nos apps de fintechs foi apenas 10% mais alta do que nos apps de bancos tradicionais. Parte disso deve-se ao fato de que os bancos do país foram pioneiros na adoção do recurso de transferências peer-to-peer.
- Coreia do Sul e China lideram o grupo, com o número médio de sessões mensais de cada app chegando à casa das centenas. Na Coreia do Sul, isso significa que os usuários verificaram apps de fintechs, em média, mais de 7 vezes por dia a cada mês.

As estimativas do mercado mobile revelam as verdadeiras diferenças no comportamento dos consumidores por segmento de mercado e região. [Aprofunde-se](#) em quais são os indicadores de sucesso para as fintechs e os apps de bancos tradicionais no contexto mobile e use essas informações para orientar suas estratégias de roadmap de produtos, aquisição de usuários e reengajamento.

Média de sessões mensais por usuário nos 5 principais apps em 2020, bancos tradicionais x fintechs



Observação: smartphones Android; top 5 apps por tempo de uso

4

Os apps de bancos de varejo continuam populares na América do Norte e na Europa, enquanto as fintechs chegam ao topo na região APAC.

Apps de finanças em alta de 2020 por crescimento no tempo de uso



Observação: smartphones Android; crescimento acumulado em tempo de uso total

- Bancos de varejo tradicionais
- Fintechs (incluindo bancos exclusivamente digitais)
- Outros

[Monitore os apps em alta](#) para saber quais apps estão ganhando espaço com os usuários e podem interferir no seu mercado.







5

Compare os apps em ascensão com base nas pontuações de desempenho deles.

- Analisando mais a fundo os principais apps em alta de 2020, o [PayPay](#) do Japão teve uma pontuação de desempenho de 100, superando os principais apps de bancos e fintechs dos EUA e do Reino Unido.
- O [Chase Mobile](#) foi o único app a superar o desempenho do PayPay em alguma métrica, com uma pontuação de sentimento de 97 em comparação com 93 do app japonês.
- Utilize a pontuação de desempenho para estabelecer um comparativo com a concorrência, capturando uma combinação de métricas de sentimento, aquisição, monetização e engajamento.

Quando os downloads por si só não bastam: uma métrica multifacetada e exclusiva baseada em mais de nove métricas de desempenho distintas permite que você compare seu sucesso no contexto mobile independentemente do ciclo de vida do app, do modelo de negócios ou do setor. Disponível no [App Annie Pulse](#).

Pontuações de desempenho para principais apps em alta por tempo de uso do app, 2020

	SERVIÇOS BANCÁRIOS			FINTECH		
	América do Norte	Reino Unido	Japão	América do Norte	Reino Unido	Japão
	Chase Mobile 	NatWest 	Rakuten Card 	Robinhood 	Trading 212 	PayPay 
Pontuações de desempenho	90	88	90	93	84	100
Aquisição	93	92	97	100	96	100
Noivada	95	96	94	91	84	100
Sentimento	97	87	94	50	84	93

Observação: semana de 14 a 20 de fevereiro de 2021; apps em alta por tempo de uso em smartphones Android



APP ANNIE PULSE



LIFTOFF

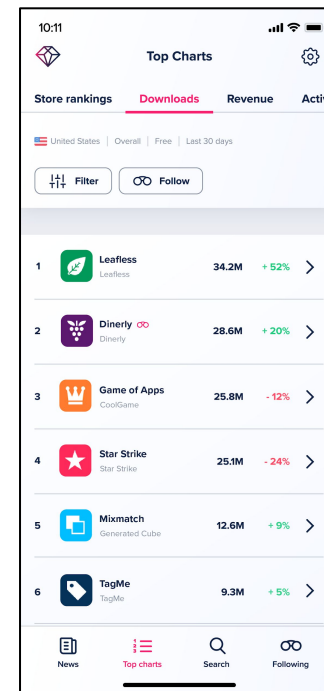
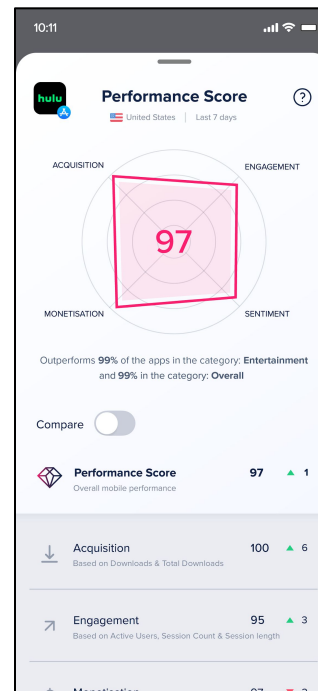
+



APP ANNIE

A economia mobile na palma da sua mão

- Acesse insights do mercado mobile obtidos pela App Annie em um novo e elegante ambiente para dispositivos móveis.
- Os usuários podem seguir apps ou mercados para receber **atualizações personalizadas** no feed de notícias.
- Explore os destaques de downloads, receita, uso e sentimento entre os apps da concorrência.
- Tome decisões sobre crescimento e produtos em qualquer lugar, com o conhecimento na ponta dos dedos.
- **Crie um benchmark** da sua concorrência com a Pontuação de desempenho da App Annie, uma combinação de várias métricas mobile baseadas em ciência de dados.





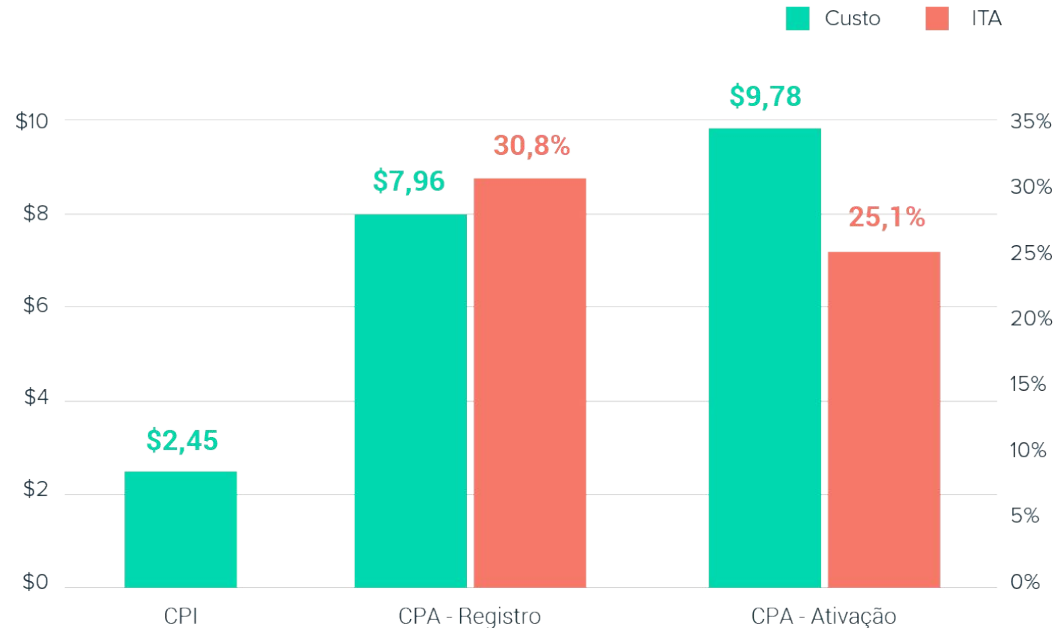
Custos, taxas de conversão e ROAS

Os novos usuários precisam ser convencidos, mas são uma fonte confiável de receita depois de efetuarem a conversão

Os CPIs aumentam, enquanto as taxas de ativação atingem um atraente pico.

- Instalação:** a US\$ 2,45, o custo por instalação (CPI) subiu 25,6% em relação ao ano anterior, quando os custos de instalação ficaram em torno de US\$ 1,95.
- Registro:** a US\$ 7,96, o custo para adquirir um usuário que registra seus detalhes (CPA - Registro) praticamente dobrou em relação aos níveis de 2019 (US\$ 4,22). E, se por um lado os custos de aquisição subiram, as taxas de conversão (30,8%) caíram um terço em comparação com o ano anterior (46,2%).
- Ativação:** as taxas de conversão (25,1%) apresentaram um impressionante crescimento de um terço em comparação com o ano anterior (19%). No entanto, a US\$ 9,78, o custo para adquirir usuários que realizam uma transação ou sincronizam seus detalhes bancários (CPA - Ativação) não foi nenhuma pechincha. Ainda assim, o preço caiu 5% em relação ao ano anterior (US\$ 10,25), a única métrica de custo a apresentar queda em comparação com 2019.

Custos e conversões gerais de apps de finanças, 2020



Os apps de finanças geram um ROAS positivo no início do ciclo de vida do cliente.

Os usuários de apps de finanças baixam apps com um objetivo específico. O retorno do investimento em publicidade (ROAS) relativamente alto reflete essa tendência.

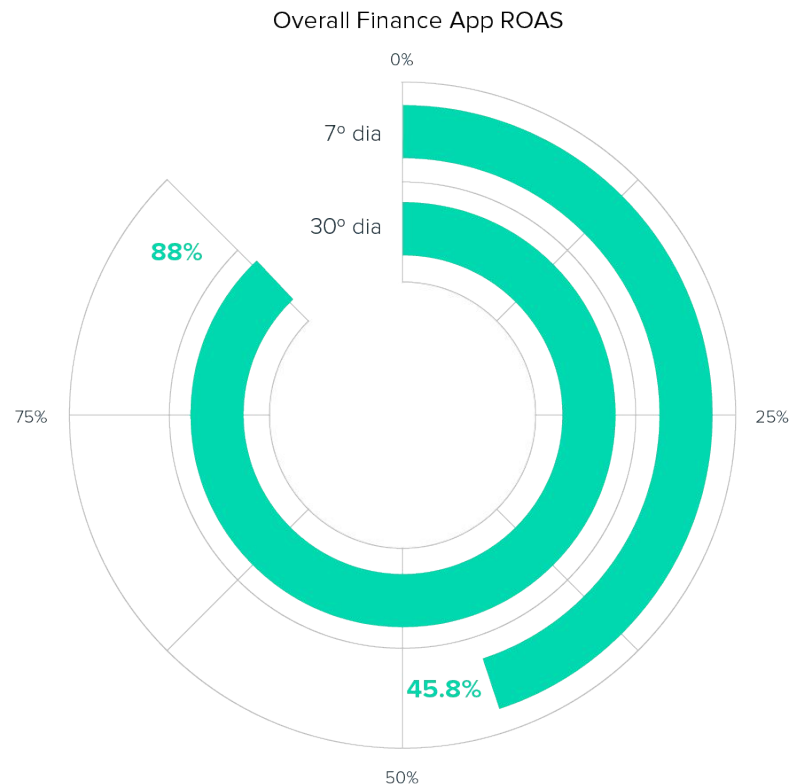
- No 7º dia, o ROAS atingiu a lucrativa marca de 45%.
- No 30º dia, esse índice praticamente dobrou, chegando a 88%.



"Na edição de 2020 do relatório de tendências de apps da Liftoff, o ROAS do 7º dia para todos os apps teve uma média de 18,8%. Os apps de finanças têm um desempenho muito superior ao benchmark."

Matt Hawes
Gerente sênior de business intelligence da Liftoff

ROAS geral de apps de finanças, 2020



“ Se o seu app se conecta a outros provedores, certifique-se de que isso fique visualmente óbvio nas páginas de detalhes do app, e não esteja apenas escrito em títulos ou descrições. ”

Iain Russell – Diretor de marketing de desempenho

Iain Russell, diretor de marketing de desempenho do Moneyhub, tem uma pergunta para os profissionais de marketing de fintechs: "Vocês se conectam com outros provedores?" Se a resposta é sim, é essencial deixar isso bem claro.

"Certifique-se de que qualquer parceria ou conexão fique visualmente óbvia nas páginas de detalhes das lojas de apps, e não esteja apenas escrita em títulos ou na descrição", afirma Iain. Qualquer ligação que você possa criar entre seu produto e um produto que o usuário em potencial já utilize pode ajudar a aumentar significativamente as conversões.



O Moneyhub oferece soluções de finanças e serviços bancários abertos para aumentar de modo permanente o bem-estar financeiro das pessoas, de suas comunidades e de seus negócios.





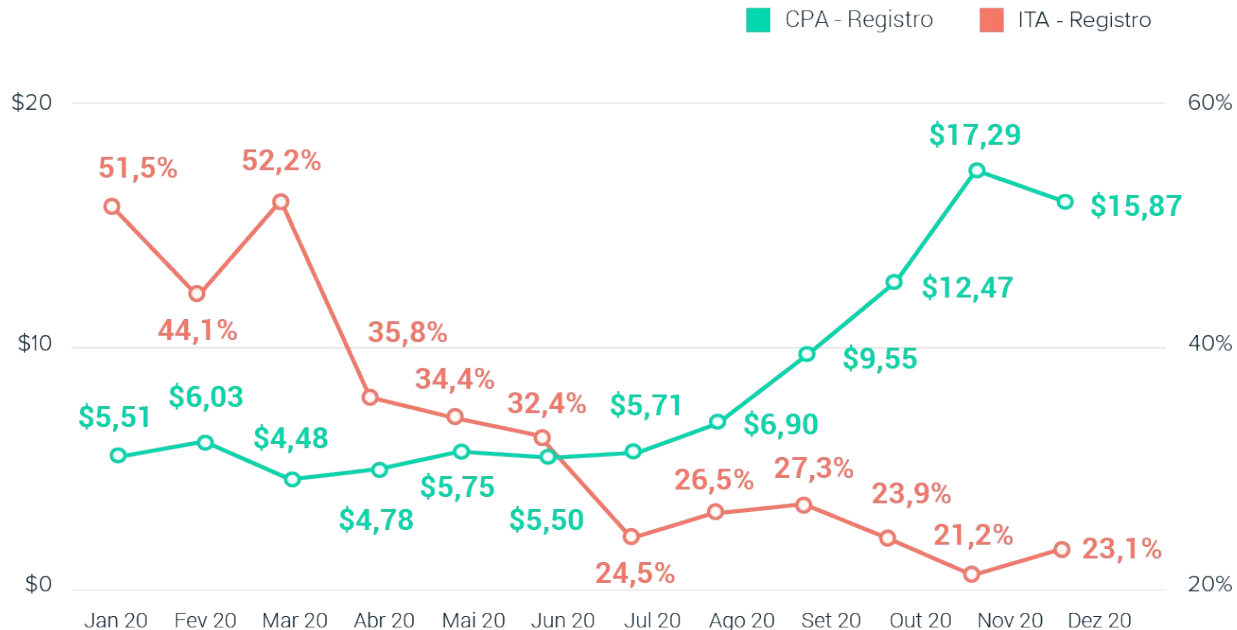
Tendências mensais de finanças

Não existe baixa temporada para os apps de finanças. Então, como eles se saíram em um ano histórico?



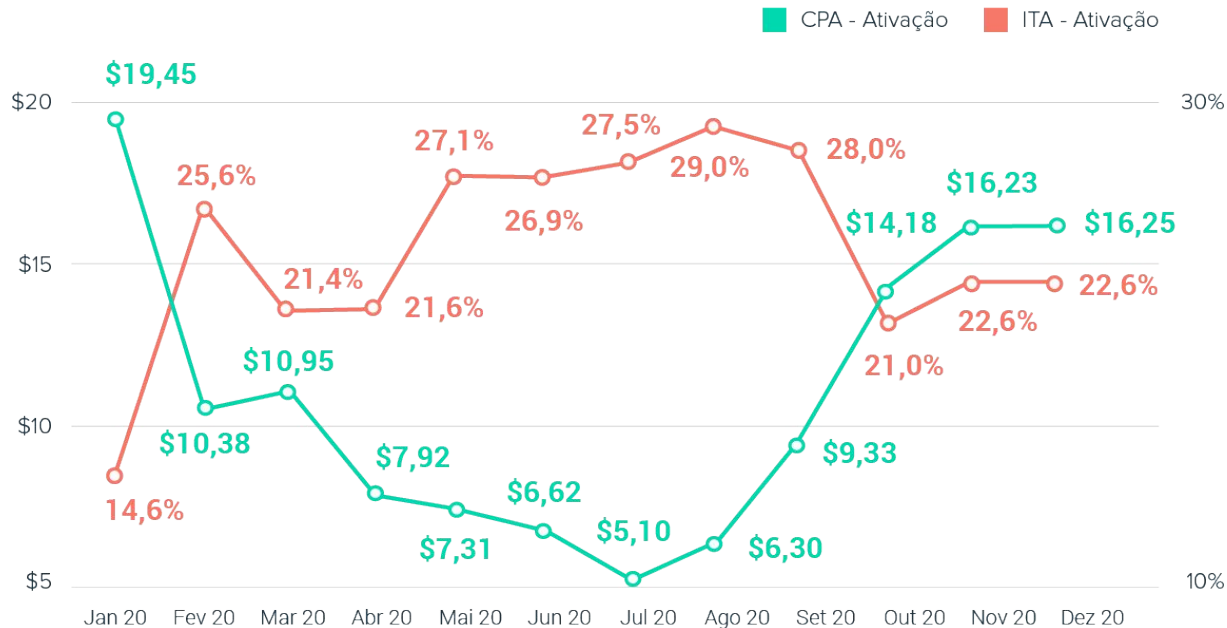
Motivado pelo choque inicial da pandemia, o engajamento dos usuários chegou ao pico em março, com 52% dos usuários registrando uma conta. Os custos se estabilizaram por boa parte de 2020, mas dispararam nos últimos meses do ano.

Custos e taxas de conversão de registros de apps de finanças por mês



Os custos de ativação chegaram a seus índices mais baixos, com os usuários recorrendo aos apps para administrar seu dinheiro. Em novembro, os preços já haviam voltado a níveis próximos aos de 2019. As conversões caíram em março, mas depois chegaram a uma média de 27,7% entre maio e setembro.

Custos e taxas de conversão de ativações de apps de finanças por mês





“ Isso não é nenhum segredo, mas você terá os mais altos níveis de sucesso se testar criativos o máximo possível. ”

Kate Varadinova – Diretora de aquisição de mídias mobile

Diferentes posições, formatos, localizações e visualizações inesperadas podem fazer muita diferença no desempenho do seu app, de acordo com Kate Varadinova da IQ Option.

"A regra de ouro é mostrar todas as vantagens sem enganar os usuários", afirma Kate. "Acredito que essa abordagem gera confiança." Garantir que os usuários tenham confiança na sua marca é um aspecto essencial do marketing de apps financeiros.



Quando a IQ OPTION ingressou no mercado, a empresa tinha um único objetivo: inventar a melhor solução de investimento para operadores em busca de uma experiência aprimorada. Com as mais novas tecnologias e ideias inovadoras, a empresa criou uma plataforma que proporciona aos clientes uma experiência de negociação de ações fácil, estável e divertida.



Desempenho por plataforma

Com os custos em crescimento e as baixas taxas de engajamento no iOS, o Android oferece uma boa oportunidade?

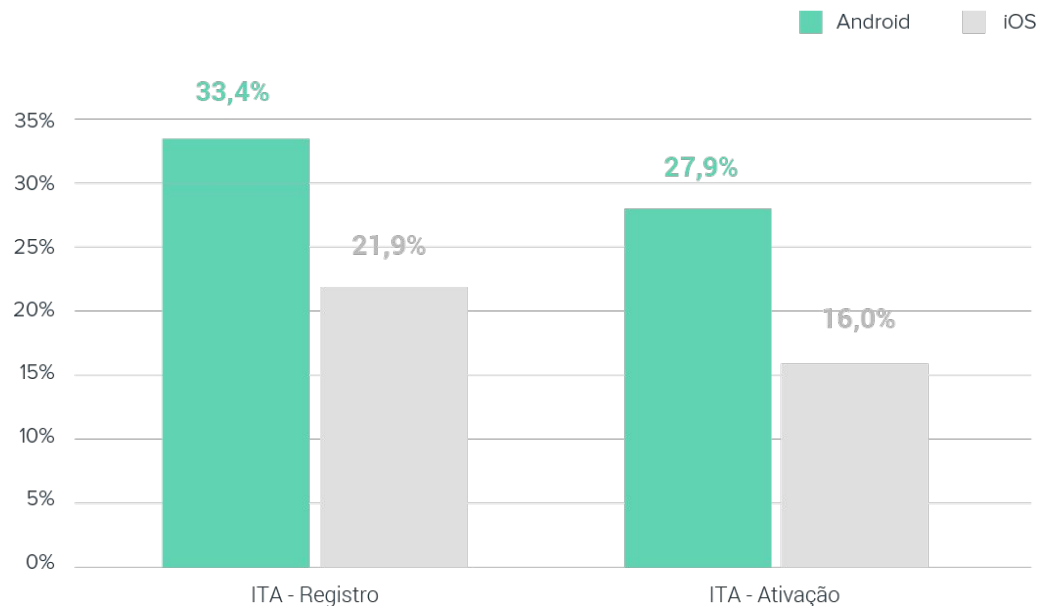


Em todo o funil, os preços do iOS são consistente e significativamente mais altos do que os do Android.

Em todas as etapas, o Android oferece aos profissionais de marketing um bom custo-benefício.

- **Instalação:** a US\$ 1,48, os custos do Android são impressionantes 4,5 vezes menores que os do iOS (US\$ 6,64).
- **Registro:** nas partes inferiores do funil, a diferença entre as plataformas aumenta. A US\$ 30,37, os custos de registro no iOS são 7 vezes maiores do que no Android (US\$ 4,43).
- **Ativação:** a diferença se torna abissal, com o preço das ativações no iOS (US\$ 41,52) sendo incríveis 8 vezes mais alto do que no Android (US\$ 5,30).

Custos de apps de finanças por plataforma, 2020

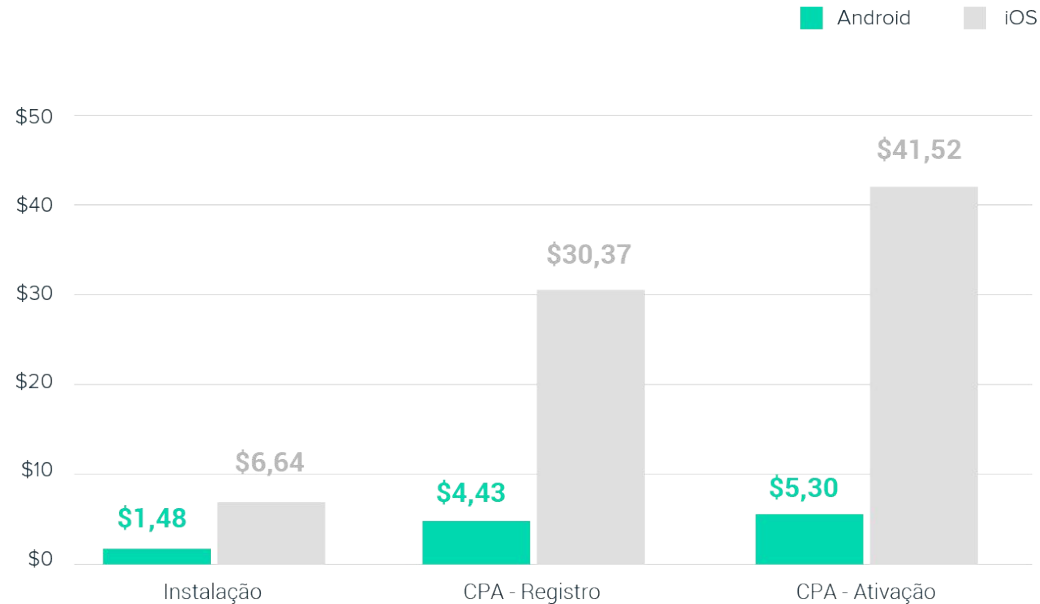


Os custos mais baixos e as taxas de conversão mais altas, quase 2 vezes superiores às do iOS, estão convencendo os profissionais de marketing a transferir o foco para o Android.

Os usuários do Android são atraentes por dois motivos: a aquisição deles é barata e a conversão é muito fácil.

- **Registro:** o Android continua superando o desempenho do iOS por uma grande margem. Com um custo 7 vezes menor, o Android oferece uma taxa de conversão de 33,4%, mais de 52% acima do índice do iOS (21,9%).
- **Ativação:** os usuários do Android demonstram muito interesse em realizar ações de conversão. Em 27,9%, a taxa de conversão é praticamente 2 vezes maior do que no iOS (16%).

Taxas de conversão de apps de finanças por plataforma, 2020





Somos o combustível para o sucesso nas experiências mobile e na monetização



[Solicite uma demonstração hoje mesmo](#)

appannie.com



Exoneração de responsabilidade

A App Annie é uma empresa que presta serviços de estimativa do mercado mobile. A App Annie não está registrada de nenhuma forma como consultora de investimentos em nenhuma jurisdição globalmente e não oferece nenhum tipo de orientação legal, financeira, de investimentos ou comercial. Nenhuma informação incluída nesta comunicação nem em qualquer produto, serviço, comunicação ou outra oferta da App Annie deve ser interpretada como uma oferta, recomendação ou solicitação para a compra ou venda de qualquer título ou investimento nem para a tomada de decisões de investimento. Possíveis referências a um desempenho anterior ou em potencial não são recomendações ou garantias de nenhum resultado específico nem devem ser interpretadas como tal. Você deve sempre consultar seus próprios consultores profissionais jurídicos, financeiros, de investimentos e comerciais. Além disso, ao fornecer as informações aqui contidas, a App Annie não faz nenhum tipo de declaração ou garantia nem assume nenhum tipo de obrigação contratual. Nenhuma responsabilidade será atribuída à App Annie como resultado do fornecimento dessas informações a você.



Apêndice do slide 9

Apps de finanças em alta de 2020 por crescimento no tempo de uso

Classificação	Argentina	Brasil	Canadá	México	Estados Unidos	Austrália	China	Índia	Indonésia	Japão	Coreia do Sul	França	Alemanha	Rússia	Turquia	Reino Unido
1	Mercado Pago	Caixa Tem	Yahoo Finance	Bancomer móvil	Robinhood	CommSec Mobile	Alipay	Kite Zerodha	MetaTrader 4	PayPay	Kiwoom Securities Hero S	La Banque Postale	Trade Republic	Sberbank Online	IsCep	Trading 212 Forex & Stocks Follow
2	Banco Nación	CAIXA	Wealthsimple Trade	HSBC México	Cash App	Plus500	Fast Money	Tez	BCA mobile	JPSEED 株取引	Samsung Securities New MPOP	Crédit Mutuel	ING-DiBa Banking to go	Tinkoff Investing	VakifBank TradeOnline	NatWest
3	Brubank	CAIXA Auxílio Emergencial	Scotiabank	Banamex Mobile	TD Ameritrade	Westpac Online Investing	Straight Flush	PhonePe	RTI Business	d Payment	Mobile Securities Tree NAMUH	Boursorama Banque	Sparkasse	Tinkoff	My Foreign Currency Exchange	Lloyds Bank Mobile
4	Banco Galicia	Nubank	TD (Canada)	Supermóvil	Yahoo Finance	MetaTrader 4	Guotai Junan Junhong	Angel Broking	Mandiri online	SBI Securities App	Korea Investment Stock	Ma Banque	onvista - Musterdepot Aktien, Finanzen, Derivate	VTB-Online	TradingView	HSBC UK Banking
5	Santander Río	Banco Inter	RBC Mobile	Banco Azteca	Webull Stocks	Zip - Shop Now, Pay Later	Imposto de Renda Individual da China	Monevcontrol	Binomo: Easy stock trading app	Yahoo! Finance	Mirae Asset Daewoo Integration m.Stock	MetaTrader 4	Postbank BestSign	Alfa Bank	ZBorsa (Ziraat Yatirim Borsa)	PayPal

Observação: smartphones Android; crescimento acumulado em tempo de uso total



A Liftoff é uma plataforma de marketing de apps mobile completa que ajuda as empresas a adquirir e reter usuários de apps de alta qualidade em grande escala. Utilizamos machine learning imparcial para encontrar todos os melhores usuários para seu app, tecnologias criativas para oferecer a experiência de anúncio mais envolvente e um exclusivo modelo de custo por receita para otimizar suas metas de valor de vida útil do cliente (LTV, na sigla em inglês).

Temos orgulho das nossas parcerias mantidas desde 2012 com alguns dos principais anunciantes de marcas e criadores de apps. Com sede em Redwood City, a Liftoff tem uma presença global, com escritórios em Nova York, Berlim, Londres, Paris, Singapura, Seul e Tóquio.

www.liftoff.io

