

# evolu**will**

Um pouco da nossa história  
contada pelas matérias que  
participamos na imprensa.

**will** ●  
BANK

tech**tudo**



## conheça o will, o banco digital feito de pessoa para pessoa

O TechTudo conheceu de perto o mais  
novo banco digital brasileiro: o **will bank**

Ousado, o **will bank** leva tecnologia, inovação, segurança e todas as vantagens do banco na "palma da mão" a um número maior de brasileiros, especialmente aos que estão fora do sistema bancário ou não se sentem bem atendidos pelas instituições atuais.

O que diz o CEO,

### Felipe Felix?

Segundo o CEO da fintech, **Felipe Felix**, todos os serviços e produtos do **will** foram pensados de pessoa para pessoa.

"Somos únicos porque conseguimos simplificar a linguagem das finanças e entregar produtos e serviços do mercado financeiro para todos os tipos de cliente. Os bancos tradicionais e digitais não têm isso como prioridade"

Valor**investe** | Serviços  
Financeiros

A clientela de média e baixa renda com pouco acesso a serviços financeiros é o foco do Will Bank, banco digital que lançará suas operações no mercado em novembro. A oferta inclui, num primeiro momento, conta digital remunerada e cartão de crédito — este, o produto que deu origem à fintech.

## Fintech Will Bank vai oferecer conta e investimentos com foco em desbancarizados

Oferta da fintech inclui, em um primeiro momento, conta digital remunerada e cartão de crédito

Por Talita Moreira, Valor — São Paulo

30/09/2020 11h56 · Atualizado há um ano



O Will Bank é uma evolução do pag!, emissor de cartões de crédito que atua majoritariamente no Nordeste. Nasce com uma base de cerca de 1 milhão de clientes, dos quais 60% são dessa região do país e 55% vivem em cidades pequenas. “Entramos em um público que outros bancos não atendem”, afirma Felipe Felix, presidente do banco.

A decisão de reformular o modelo de negócios veio da constatação de que há uma parcela da população pouco bancarizada, mal atendida, mas com renda e interesse em dar seus primeiros passos nos investimentos.

Outra fatia até tem algumas economias guardadas, mas na poupança. Segundo Will, a oferta vai começar com a remuneração da conta digital pelo rendimento do CDB, mas o objetivo é, com o tempo, oferecer também produtos de terceiros na plataforma.

## ECONÔMICO Valor

A clientela de média e baixa renda com pouco acesso a serviços financeiros é o foco do Will Bank, banco digital que lançará suas operações no mercado em novembro. A oferta inclui, num primeiro momento, conta digital remunerada e cartão de crédito - este, o produto que deu origem à fintech.

## Com foco em desbancarizados, Will Bank vai oferecer conta e produtos de investimento

Fintech, que atuava como emissor de cartões, evolui modelo de negócios para se tornar banco digital

Por Talita Moreira — De São Paulo  
30/09/2020 05h01 · Atualizado há um mês



O Will Bank é uma evolução do pag!, emissor de cartões de crédito que atua majoritariamente no Nordeste. Nasce com uma base de cerca de 1 milhão de clientes, dos quais 60% são dessa região do país e 55% vivem em cidades pequenas. “Entramos em um público que outros bancos não atendem”, afirma Felipe Felix, presidente do banco.

A decisão de reformular o modelo de negócios veio da constatação de que há uma parcela da população pouco bancarizada, mal atendida, mas com renda e interesse em dar seus primeiros passos nos investimentos. Outra fatia até tem algumas economias guardadas, mas na poupança. Segundo Will, a oferta vai começar com a remuneração da conta digital pelo rendimento do CDB, mas o objetivo é, com o tempo, oferecer também produtos de terceiros na plataforma.

Dos usuários de cartões do pag!, cerca de 40% não têm conta em nenhum banco, e outros 25% são clientes do Banco do Brasil (BB) ou da Caixa. “A intenção é tornar os serviços financeiros mais simples e acessíveis para esse público”, afirma. “É um mercado potencial gigantesco.”



## Com foco em desbancarizados, Will Bank vai oferecer conta e produtos de investimento

Fintech, que atuava como emissor de cartões, evolui modelo de negócios para se tornar banco digital

Por Talita Moreira — De São Paulo  
30/09/2020 05h01 · Atualizado há um mês

O crédito no Will Bank, por enquanto, será concedido por meio dos cartões, que Felix considera o produto mais demandado pelos brasileiros. No entanto, será possível usar o limite do cartão como limite da conta, com pagamento na fatura. As taxas cobradas vão de 1,99% a 5,99% ao mês.

De acordo com o executivo, o volume transacionado nos cartões da fintech cresceu sete vezes nos últimos dois anos. Em 2020, sob o impacto da pandemia e de uma política de crédito mais restritiva, a expansão prevista é de 60% a 70% - no primeiro semestre, foram movimentados R\$ 2 bilhões.

Ricardo Saad, diretor financeiro do Will Bank, diz que a fintech tem como premissa só abrir conta para quem tiver o crédito aprovado. Com esse modelo, afirma, as despesas com marketing são inferiores às dos concorrentes, que em geral gastam para atrair um grande número de clientes e só depois monetizam a base.

Saad afirma que a fintech chegou ao equilíbrio financeiro no ano passado. Sem cobrança de anuidade, a fonte de receita é a tarifa de intercâmbio dos cartões, de 1,5% do valor das transações, em média. “Os clientes gastam cerca de R\$ 700 por mês. É suficiente para cobrir os custos”, diz.



## Financeira Avista lança o will bank, conta digital com aplicação nos seus CDBs

📅 30/09/2020



Felipe Felix, CEO do will bank. Crédito: Silvia Zamboni

Ainda em fase de testes, a conta digital [will bank](#) espera lançar em novembro sua conta digital completa, que inclui oferta de investimentos. A princípio, o dinheiro depositado nas contas será remunerado por aplicações automáticas em Certificados de Depósitos Bancários (CDBs) emitidos pela financeira [Avista](#); depois, serão oferecidos produtos de terceiros.

A Avista lançou a conta [pag!](#) em 2017, que teve grande aceitação por parte do público “desbancarizado”; agora decidiu ampliar sua empreitada no mundo digital com o will bank.

Faz sentido. Em maio último, a Avista informou em [seu balanço](#) que, com a mudança de cenário, trocou o plano de investir em um mix diversificado de produtos de empréstimos por “direcionar nossa capacidade de funding para financiar os clientes do cartão pag!”. E com o crescimento exponencial do negócio, a Avista precisará ampliar suas fontes de captação – a conta-corrente remunerada pelos CDB do will bank surge como alternativa.

### Conta digital will bank: descomplicada

Além de funding para as operações da pag!, os investimentos em CDB da Avista que serão oferecidos pela conta digital will bank vão ajudar a democratizar o acesso a investimentos “de forma simples e descomplicada”, disse ao portal [Fintechs Brasil](#) Felipe Felix, presidente da fintech. No futuro, serão oferecidos também produtos de terceiros.

“A maioria dos clientes quer saber basicamente três coisas quando aplica: se é seguro, se tem liquidez e se rende mais do que a poupança”, acredita. Os investimentos em CDB têm garantia do [FGC](#); a princípio, a aplicação será automática para os correntistas, com liquidez diária – como já oferecem outros bancos digitais, como o [Nubank](#).

“Não queremos ser mais um banco digital”, diz Felix. “Queremos oferecer um banco completo, com simplicidade mas com qualidade”, afirma, citando que a pag! está pela terceira vez disputando os primeiros lugares no ranking Reclame Aqui/Época Negócios. “Só abrimos conta para quem é aprovado para ter seu cartão de crédito, seja com a pag!, seja com o will”, informa. Essa, segundo ele, é uma das razões pelas quais a fintech pag! é uma operação lucrativa desde o ano passado.

# exame.

## Fintech tem mais de 80 vagas com home office em diversas áreas

A maioria das oportunidades será para trabalho remoto e alguns cargos não exigem formação superior. Veja como se candidatar



O **banco digital will bank** espera terminar o ano com 500 funcionários e, para isso, está recrutando para 83 vagas de emprego em diversas áreas. A maioria das oportunidades será para trabalho remoto e alguns cargos não exigem formação superior.

Todo o processo seletivo será digital e pessoas de qualquer região do Brasil podem se candidatar. Durante a pandemia, foram mais de 100 novos contratados em diferentes locais.

Segundo o CEO Felipe Felix, a fintech está presente em todas as regiões e a maior base de clientes deles está no Norte e Nordeste.

“Dessa forma, a contratação de profissionais de todas as partes do Brasil é essencial para que consigamos desenvolver produtos e serviços adaptados às realidades de cada lugar”, diz.

“Queremos ampliar nossas opções. Em alguns casos as habilidades comportamentais, as experiências pessoais e até o autodidatismo têm mais peso do que o diploma. Então, uma pessoa tem perfil para concorrer à vaga se ela se expressar bem, tiver capacidade para mediar conflitos e gostar de propor melhorias para os produtos e serviços que usa”, explica a diretora de pessoas e cultura, Marília Amêndola.

**M**ETRÓPOLES



Colunas

**m**BUZZ



Campanha no Instagram

## Fintech will bank cria ação de beatbox com microinfluenciadores

A campanha, veiculada no Instagram do banco digital, é composta por vídeos de diferentes personalidades falando sobre cuidados com dinheiro

Paula Filizola

01/04/2021 12:00, atualizado 31/03/2021 17:58

O banco digital will bank está promovendo uma batalha de beatbox com microinfluenciadores de todo o Brasil para falar sobre cuidados com o dinheiro. São 28 micro influenciadores comunitários de diversas regiões do país, selecionados em parceria com o projeto Digital Favela.

Durante a ação, que terá duração de duas semanas, os influenciadores principais serão convidados a reproduzir o passinho do “Aprovado do rolê”, uma coreografia com os cartões do banco digital.

“O #DesafioWill reforça a nossa crença de que é possível evoluir a relação com o dinheiro, e traduz a linguagem leve com a qual nos comunicamos com nossos clientes. Já a escolha dos influenciadores, de diferentes perfis e regiões do Brasil, reforça nosso compromisso em ser não só o banco digital aprovado do rolê, mas também o mais democrático e inclusivo do país, pensado para todo e cada brasileiro”, explica Daniel Feitoza, CMO do will bank, fintech fundada em 2017.

# ISTOE Dinheiro



“Os bancos não têm como atender um cliente como o nosso” Felipe Felix, fundador do Will Bank.

FINANÇAS

## Disputa pelos desbancarizados

Liberação de pagamentos pelo WhatsApp deve acirrar a briga das fintechs pelos brasileiros sem relacionamento bancário.

Anna França

01/04/21 - 11h00 - Atualizado em 09/04/21 - 10h52

As medidas de restrição devido à pandemia estimularam o comércio eletrônico e o uso de recursos digitais nas transações financeiras. Esse movimento não se restringiu aos clientes tradicionais. Ele englobou também a multidão de brasileiras e brasileiros que não possui nenhum relacionamento bancário, abrindo enormes oportunidades para quem se dedica a atender os “sem banco”. É uma fatia importante do Produto Interno Bruto (PIB). Segundo o instituto Locomotiva, há 45 milhões de brasileiros desbancarizados. Dessa multidão, 58% não frequentaram escolas e 86% pertencem às classes C, D e E. Mesmo assim, o potencial é imenso, pois esse grupo movimentava cerca de R\$ 800 bilhões por ano. Não por acaso, 286 das 742 fintechs brasileiras estão de olho nesse público: 38% dessas startups se dedicam a oferecer crédito, facilitar pagamentos, orientar nas finanças pessoais e ajudar a controlar as dívidas. Tudo de forma digital, segundo um estudo da Distrito FinTech Report, um hub de startups financeiras, publicado no ano passado.

Esse movimento vai além dos grandes centros e mostra o crescimento estimulado pela pandemia. O executivo paraibano Felipe Felix criou o Will Bank em 2017 mirando pequenos comerciantes em cidades de até 100 mil habitantes, inicialmente na região Nordeste. Desde o lançamento o Will Bank já recebeu mais de 11 milhões de pedidos de cartões de crédito e débito, e emitiu 1,6 milhão até agora. Em 2020, o movimento foi de R\$ 4,5 bilhões. Conhecedor da clientela, Felix simplificou os produtos do Will Bank. “Qualquer cidadezinha do Nordeste tem uma agência bancária, mas as pessoas não vão, pois ficam desconfortáveis com a desconfiança”, disse ele. A saída foi inverter a lógica e confiar no cliente, utilizando inteligência artificial para traçar o perfil e oferecer, inicialmente, um cartão de crédito e depois a conta digital. “Os bancos não tem muito como atender um cliente como o nosso, cujo tíquete médio gira em torno de R\$ 1 mil”, disse ele. A meta é chegar a 10 milhões de clientes ativos até 2025. Para isso, a empresa vai investir R\$ 80 milhões em novas.



FINANÇAS

## Futuros clientes: Mastercard e will bank fecham acordo para acelerar inclusão financeira

Por Redação - 28 de abril de 2021



O banco digital will bank e a Mastercard anunciam uma parceria de negócios que irá ampliar a oferta de serviços do banco, acelerando sua atuação como promotor de inclusão financeira no país. Além da emissão de cartões Mastercard, a parceria inclui um pacote completo de serviços de cibersegurança, inteligência artificial e consultoria de negócios.

Cerca de 40% do público da empresa não tinha acesso ao cartão de crédito antes de se tornar cliente e 60% deles estão concentrados na região Nordeste. O braço de

consultoria da Mastercard irá atuar junto ao will bank para desmistificar a inclusão financeira no país e ajudar o banco a endereçar as principais necessidades desse público.

O novo cartão will bank Mastercard será emitido com tecnologia NFC, permitindo a realização de pagamentos por aproximação. Além disso, a partir de agora, o will bank fará uso de ferramentas de redução de fraude fornecidas pela Mastercard melhorando o momento de autenticação e oferecendo aos clientes do banco uma experiência de pagamento mais simples, segura e sem atrito.

A parceria também prevê testes de duas soluções, com objetivo de avaliar a aplicação para toda a base de clientes. A primeira delas é a Brighterion, baseada em inteligência artificial, que transforma dados em insights e permitirá que o will bank atenda seu público foco de forma mais assertiva, oferecendo produtos que façam mais sentido para eles e simplificando sua jornada de pagamento.

Já a NuDetect autentica, verifica o usuário e melhora sua experiência sem que ele precise fazer nada, pois se baseia em dados característicos de cada pessoa, incluindo biometria passiva, análise comportamental e informações sobre conexões e aparelhos utilizados.

Os clientes terão ainda acesso a um produto com aceitação internacional, além de benefícios como o programa de fidelidade Mastercard Surpreenda.



## Com tecnologia, fintechs buscam união entre inclusão e experiência

14.05.2021 | FINTECH

POR ISABELLA LESSA

Antes da pandemia, em 2019, o Instituto Locomotiva contabilizou 45 milhões de brasileiros desbancarizados, responsáveis pela movimentação de cerca de R\$ 900 bilhões. Esse público já estava na mira dos grandes bancos e de algumas fintechs, mas, ao longo de 2020 houve uma aceleração de produtos voltados para o segmento, provocada pelo isolamento social (que intensificou a necessidade do acesso digital a serviços bancários) e a distribuição de auxílio emergencial.

A Caixa, banco que distribuiu o auxílio emergencial à população, ampliou as funções do app Caixa Tem e passou a oferecer microcrédito e microseguro. Neste ano, o Bradesco lançou uma carteira digital com foco em sub e desbancarizados, enquanto a iti, conta digital do Itaú, dobrou o número de clientes de 3 milhões para 6 milhões entre dezembro e o final de abril – a expansão foi impulsionada, em parte, pela chegada do Pix.

No ano passado, uma pesquisa realizada pela Americas Market Intelligence em parceria com a Mastercard apontou que o número de brasileiros que não possuem contas em bancos e fintechs caiu 73% entre maio e outubro de 2020. O estudo mostrou que, em maio, menos de 5% das transações eram feitas online e 35% eram de saque. Em agosto, as transações realizadas por apps chegaram a 63% e os saques recuaram 15%.

Diante de tanta movimentação nessa fatia nada modesta do setor, as fintechs não ficaram indiferentes. Por meio da combinação entre tecnologia e conhecimento in loco, algumas das startups do segmento têm como missão não somente simplificar o acesso da população desbancarizada a serviços financeiros, mas também garantir eficiência e estabelecer relações de confiança com o consumidor.

### EFICIÊNCIA

“Bancarizar não é só digitalizar”, afirma Felipe Felix, CEO do will bank, fintech em atividade desde 2017 e que cresceu 70% em 2020 em relação a 2019. O objetivo da empresa é atender às necessidades não somente dos desbancarizados, mas das pessoas que não podem arcar com as taxas médias cobradas por private labels e cartões de crédito – 20% e 13% ao mês, respectivamente. “Segundo o Banco Central, 70 milhões não têm acesso a crédito no país”, comenta Felix. De 2017 para cá, o will bank emitiu mais de 1,6 milhões de cartões que transacionaram R\$ 4,5 milhões no ano passado. Quase metade do público da fintech (40%) não tinha cartão de crédito e 60% deles estão no Nordeste do país. O produto oferecido pela startup é resultado de repetidas visitas a locais como Feira de Santana, na Bahia, onde observaram e conversaram com os locais para entender suas necessidades. “Muito se fala sobre a falta de educação financeira das pessoas no país. Mas será que quando você ganha R\$ 600 morando no interior do Rio Grande do Norte, consegue pagar escola para seus filhos e tomar cerveja no final de semana, te falta educação financeira? Não necessariamente. É mais uma questão sobre como produtos não são criados para ajudar a vida dessas pessoas, mas para fazer com que essas pessoas se encaixem nos produtos. A gente começou a ver que não adiantava explicar o que era CDI, LCA”, explica Daniel Feitoza, CMO do will.

ECONÔMICO  
**Valor**

## Lucro líquido do will bank cresce 338% em 2020

Banco fechou o ano passado com lucro líquido de R\$ 14,911 milhões

Por Fernanda Bompan, Valor — São Paulo

14/06/2021 18h59 · Atualizado há 10 meses

O banco digital will bank, evolução do pag!, emissor de cartões de crédito, divulgou hoje que fechou o ano passado com lucro líquido de R\$ 14,911 milhões, alta de 338% em um ano.



A receita bruta teve um avanço anual de 103%, para R\$ 549,337 milhões, e a líquida de 51%, para R\$ 230,048 milhões. Em relação às despesas, houve crescimento de 61%, para R\$ 55,323 milhões.

De acordo com a instituição, a aquisição orgânica de clientes - a famosa indicação "boca a boca" - e a criação de um produto de "alta qualidade" são alguns dos motivos que explicam a rentabilidade da operação da fintech.

Foram mais de 400 mil novos clientes em 2020, levando o will bank a ultrapassar 1,6 milhão de clientes. A meta é de chegar a 2,5 milhões de clientes com cartão de crédito em 2021.

"Hoje mais da metade dos nossos clientes nos chega de forma orgânica. Assim, é possível manter a operação gratuita para os clientes e ao mesmo tempo rentável", aponta o CFO do will bank, Ricardo Saad, por meio de nota.

Em 2020, a empresa apresentou um aumento do volume transacionado (TPV anual) em 66%, para R\$ 4,5 bilhões.

A fintech informou que, com a operação consolidada e tendo atingido o breakeven em menos de três anos após o início da operação, pretende lançar um aplicativo no segundo semestre deste ano e aumentar a oferta de produtos e serviços.

Além de fornecer cartões de crédito e débito, a instituição oferece serviços de contas digitais como pagamentos, saques, transferências bancárias e recarga de celular. Em 2021, disponibilizaram também uma conta remunerada e iniciaram os testes com um produto de crédito pessoal.

**PROPMARK**  
Fundado em 1965, online desde 1998



## Mulher trans e preta, Danny Bond é aposta do will bank

Por propmark - 15 de Junho de 2021 | 11:06

‘Cartão aprovado do rolê’, nova campanha da fintech will bank, é protagonizado por Danny Bond, mulher trans, preta e vinda da periferia. Como parte da ação, a funkeira lançou o clipe da música “Independência da Tcheca”, no qual apresenta o cartão de crédito à sua maneira.

Na música, Bond mostra porque é um dos grandes destaque do cenário musical de brega funk nos últimos anos.

“Além do talento, escolhemos a Danny Bond por conta da sua representatividade em meio à questão da Diversidade, algo que valorizamos muito no will, tanto internamente quanto nas nossas ações de branding”, explicou Ingrid Pereira, coordenadora de comunicação do will.

Outro motivo pela escolha de Danny Bond para a campanha é o fato da artista ser nordestina. “O Nordeste concentra mais de 60% dos nossos clientes, e a escolha por uma cantora alagoana para essa campanha é uma forma de nos comunicarmos e nos conectarmos de forma genuína com esse público”, afirmou Daniel Feitoza, CMO do will.



Danny Bond estrela campanha de banco digital

## Cantora Danny Bond é primeira mulher trans a estrelar comercial de banco

Sucesso nas redes sociais, a cantora Danny Bond se tornou a primeira mulher trans a estrelar a campanha de uma instituição financeira. Por meio de seu perfil no Instagram, a artista anunciou que será o novo rosto da campanha do banco digital Will Bank.

"Primeira mulher trans negra a estrelar a campanha de um banco e ter #1 no iTunes Brasil. Eu não vim nesse jogo pra perder", disse Danny Bond, que é natural de Maceió, Alagoas.

Ao site PropMark, Ingrid Pereira, coordenadora de comunicação do Will, disse que a escolha da artista foi motivada pela "representatividade em meio à questão da diversidade, algo que valorizamos muito no Will, tanto internamente quanto nas nossas ações de branding".

Outro ponto positivo para a escolha de Danny Bond é porque 60% dos clientes da fintech são do Nordeste e, para Daniel Feitoza, CMO da instituição, a escalção da cantora alagoana "é uma forma de nos comunicarmos e nos conectarmos de forma genuína com esse público".

## Brazil Journal

### EXCLUSIVO: XP e Atmos investem R\$ 250 milhões no Will, 'o banco que diz sim'

O fundo de private equity da XP e a Atmos Capital estão investindo R\$ 250 milhões em troca de uma participação minoritária no Will Bank, um banco digital com forte penetração no Nordeste e mais de 1 milhão de clientes ativos — a maior parte à margem do sistema financeiro nacional.

Enquanto Nubank e Inter começaram tentando resolver o problema dos bancarizados insatisfeitos, o Will Bank está tentando atrair os que sequer tiveram a oportunidade de ficar insatisfeitos.

A base do banco é um retrato do Brasil que a Faria Lima conhece apenas de ouvir falar: 60% dos clientes estão no Nordeste, 55% moram em cidades com menos de 100 mil habitantes, e 40% nunca tinham tido um cartão de crédito na vida, até serem aprovados pelo Will.

“Somos o banco que diz sim para os invisíveis do crédito,” o CEO e cofundador Felipe Felix disse ao [Brazil Journal](#).

Félix conhece a realidade do Brasil profundo: nascido na Paraíba, viveu no Maranhão até os 17 anos, e sua família mora até hoje numa cidade com 5 mil habitantes que tem apenas uma agência bancária.

O Will oferece conta digital, cartão de débito e o produto mais aspiracional de todos: um cartão de crédito.

“A relação das pessoas com os bancos é muito machucada. Elas consideram o produto caro e não conseguem ter acesso ao que elas mais querem e precisam, que é o crédito,” disse ele. “Não basta dar só uma conta digital.”



**Felipe Felix**

O Will Bank tem 1,7 milhão de cartões de crédito na mão de seus clientes, que em 2020 transacionaram R\$ 4,5 bilhões, número que deve subir para R\$ 8 bi este ano. O faturamento do banco deve passar de R\$ 500 milhões ano passado para R\$ 850 milhões em 2021 — o terceiro ano consecutivo de breakeven.

Os números fazem do Will Bank a segunda maior instituição de pagamento do Brasil, depois do Nubank.

Historicamente, os atrasos acima de 180 dias da carteira do Will Bank têm girado em torno de 4% a 5%, em linha com fintechs do gênero. No ano passado, como o banco segurou as concessões, a taxa ficou entre 2% a 3%.

O cliente do Will gasta em média R\$ 700 por mês e recebe um limite médio de R\$ 1.100. “Os bancões não conseguem atender nosso tipo de cliente, porque é um tíquete muito baixo para eles conseguirem rentabilizar,” disse Felix.

Segundo os executivos da startup, a taxa de aprovação do Will para esse perfil de cliente é de 3 a 4 vezes a dos bancões.

Para ajudar na precificação do risco, o banco recentemente trouxe uma veterana: a diretora de risco e crédito é Camila Oliveira, que passou 15 anos no Itaú e 5 na Credicard.

O Will não começou exatamente do zero. Fundado em 2017, o banco foi criado pelos Piana, uma família capixaba que já tinha um histórico de mais de 15 anos no mercado de crédito com a Avista, uma empresa que operava com crediário e cartões private label com foco na baixa renda.

Felix, o CEO do Will, trabalhou por quatro anos como CFO da Avista antes de ser convidado pela família Piana para entrar como sócio e liderar o Will.

Além desse histórico, que deu ao banco um atalho importante, o fato do Will ser instituição financeira também lhe permite ter acesso a capital e recursos sem necessidade de criar um FIDC, que são estruturas mais caras do que emitir um CDB próprio.

E na era em que as empresas tentam se adaptar ao ESG, o Will Bank entendeu a diversidade como vantagem comparativa de seu negócio: 50% de suas novas contratações são pessoas negras, assim como 40% de toda força de trabalho.

**PROPMARK**  
Fundado em 1965, online desde 1998

## Will bank vai pagar 1000 boletos de seus xarás

Por propmark - 06 de Setembro de 2021 | 07:09

O [banco digital will bank](#) está procurando os seus xarás pelo Brasil. Will, Willma, Willson, William, Willmara, Willda e todos aqueles cujos nomes comecem com Will podem ser sorteados e ganhar um boleto pago do banco digital.

Quem não tem esse início de nome, pode participar mudando seu nome no perfil em redes sociais. A campanha começa na quarta-feira (8).

Criada pela Monkey-land, a estratégia tem uma animação produzida pela Acacá e áudio da Satélite. Além da divulgação digital com influenciadores, há plano de merchandising na TV aberta.

Daniel Feitoza, CMO do will bank, comenta a ação inusitada. “Historicamente, o brasileiro associa bancos a um sentimento de frustração. No will bank, queremos oferecer experiências positivas e esse objetivo se reflete em todos os nossos contatos com o público, desde o atendimento on-line, as interações nas redes sociais até nas nossas campanhas, como neste caso”, explica.

Ricardo Forli, cofundador do estúdio criativo Monkey-land, fala sobre o trabalho para engajar o consumidor. “O will bank transpira inovação e é isso que precisamos transmitir para o público por meio de suas ações publicitárias”, diz ele. A parceria também já rendeu outras campanhas como “Independência da Tcheca”, protagonizada por Danny Bond, a primeira mulher negra trans, nordestina e periférica a estrelar uma ação de banco.

O time de influenciadores é formado por Will Smith da Bahia, o ex-bbb João Pedrosa, Yuri Marçal, Tia Má, Babu Santana, Banca Digital, Memes Twitter, Sou eu na vida, Sincero Oficial e Gina Indelicada. A campanha tem também com a participação de 30 influenciadores do coletivo Digital Favela.

Para participar, o consumidor precisa acessar [o site](#), fazer o seu cadastro e apresentar um comprovante que seu nome começa com Will, ou o print da mudança do perfil nas redes sociais. O banco vai sortear 1000 pessoas que ganharão “boletos pagos” de R\$100 reais.



## Will Bank lança plataforma para aumentar inclusão financeira

Iniciativa inédita cria página para detalhar Termos de Uso de forma simples

O **Will Bank**, um dos maiores bancos digitais do Brasil, acaba de lançar uma **plataforma** de informação sobre termos de uso e todos os detalhes da relação entre banco e clientes, como taxas, juros, pagamentos de fatura e limites, por meio de uma linguagem simples.

Segundo o Will Bank, a inclusão financeira é mais complexa do que só oferecer acesso a serviços bancários. Ela deve permitir que as pessoas tenham informações que as ajudem a tomar boas decisões relacionadas ao dinheiro.

“Dessa forma, queremos auxiliar nossos clientes a tomarem boas decisões financeiras no dia a dia. Para isso, buscamos consolidar uma relação de transparência e diálogo, transformando um assunto, por vezes, complexo em diversão com linguagem acolhedora”, explica Ricardo Saad, CFO (Chief Financial Officer) do Will Bank.

Essa foi a forma que o banco digital encontrou de desmistificar a tradicional imagem de uma instituição bancária e proporcionar experiências positivas ao cliente, desde o atendimento on-line, interações nas redes sociais, campanhas até na linguagem das comunicações, marcadas pelo uso de gifs e emojis.

# Brazil Journal

## Pablo Vittar e Whindersson Nunes: as novas caras do Will Bank

1 de Abril de 2022



**Pedro Arbex**

O Will Bank acaba de contratar quatro grandes influenciadores para uma campanha de marketing que vai inaugurar uma nova fase do banco digital – com maiores investimentos na construção da marca e foco num público mais amplo.

A fintech – que até agora cresceu principalmente entre os desbancarizados no Nordeste – assinou um contrato com **Pablo Vittar**, uma das cantoras mais tocadas do Brasil; **Whindersson Nunes**, o maior influencer do País com 58 milhões de seguidores no Instagram; **Maísa**, a atriz-mirim do SBT que é um fenômeno no TikTok; e **Thelminha Assis**, uma médica que foi a vencedora do Big Brother Brasil de 2020.

O contrato tem duração de um ano e inclui uma cláusula de exclusividade para qualquer instituição financeira.

“São celebridades com um entendimento do Brasil de verdade, que se comunicam de fato com quem compõe a maior parte da população e que tem uma preocupação genuína com as questões sociais... com a evolução da gente como País,” o CMO do Will Bank, Daniel Feitoza, disse ao [Brazil Journal](#).

“Além disso, eles não estão funcionando no modo ‘pega minha imagem, vende qualquer coisa e bola pra frente’, eles realmente querem se associar a projetos que façam sentido.”

No ano passado, o Will Bank cresceu todas as suas principais métricas em mais de 80%, chegando a 2 milhões de clientes de cartão de crédito, a um TPV de R\$ 7,5 bilhões e a uma receita de R\$ 800 milhões.

O CEO Felipe Félix disse ao [Brazil Journal](#) que a meta para este ano é dobrar esses números, chegando a R\$ 1,5 bi de receita e um TPV de R\$ 15 bilhões. Em dois anos, o Will quer chegar a 10 milhões de clientes.



Pablo Vittar



Whindersson Nunes

ECONÔMICO  
**Valor**

## Pipeline | Startups

### Will Bank absorve Getmore e corta caminho para marketplace

Com equipe e parcerias da startup de cashback, banco acelera em mais de um ano estratégia online

Por Luiza Ferraz — São Paulo

18/04/2022 15h27 - Atualizado há uma semana

O Will Bank acaba de fechar uma transação com a startup de cashback Getmore, em que vai absorver a equipe de 16 profissionais de tecnologia, no modelo conhecido como acqui-hiring. A transação é um atalho para o Will na construção de seu marketplace, modelo que já tem sido usado por instituições financeiras como Inter, Nubank, Next e BB.

A equipe da Getmore já fez projetos para o banco digital do Bradesco, para Riachuelo e Odontoprev, como plataforma white label para programas de fidelização e recompensa de clientes. O cashback será uma das bases do marketplace do Will e a Getmore traz as parcerias e os especialistas.

“Tínhamos no roadmap o objetivo de fazer um marketplace porque queremos estar em todos os lugares que o nosso cliente precise de nós e, hoje, 40% das nossas transações são feitas online”, diz Felipe Félix, o paraibano fundador do Will Bank. “Agora, em vez de investir tempo e fechar cada parceria necessária, já nascemos com 250 parceiros, como AliExpress, Magazine Luiza, Amazon e Shopee.”

Com a chegada dos profissionais e a expertise da Getmore, o Will espera lançar o marketplace até o Dia das Mães, em 8 de maio – o cronograma anterior estimava um ano e meio para isso. A meta até o final do ano é transacionar cerca de R\$ 100 milhões de ano e triplicar esse número em 2023.

O Will foi criado para ser a primeira conta de quem está fora do sistema bancário, proposta originada na desconfiança e desconhecimento de boa parte da população sobre as instituições bancárias tradicionais, segundo Félix. “Meu avô deixava o dinheiro no bolso da camisa”, lembra.

Félix fundou o banco em 2017, ao lado dos irmãos Giovanni e Walter Piana, depois de o trio trabalhar junto no Avista, uma administradora de cartões de crédito B2B para classes C, D e E.

No ano passado, o Will ultrapassou a marca de dois milhões de clientes, cerca de 60% deles do Nordeste, e R\$ 7,5 bilhões transacionados em cartão de crédito.

obrigad\_

Contato: [agatha.justino@willbank.com.br](mailto:agatha.justino@willbank.com.br)

