



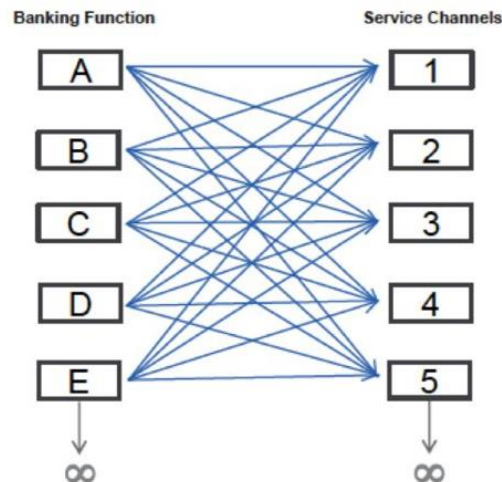
Banca Propositiva: de la conveniencia al Diálogo

*Una banca proactiva que
recupera la iniciativa comercial
con sus clientes.*





Current Channel Access Goal
Illustrative



Retail Bank Goal:
Enable customers to resolve any service request
in any channel at any time.

**Main Challenges in Providing More
Customer Choice**
Verbatims

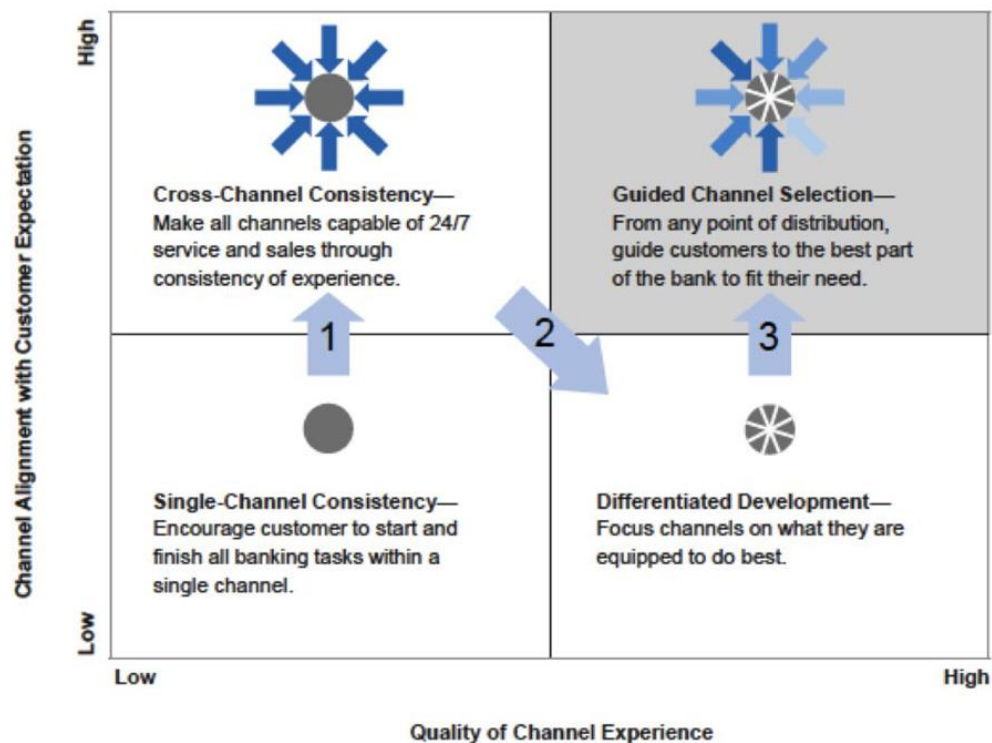
Complexity:

"It wasn't too long ago that you had to pick up the phone or a pen to contact us. Today there are so many customer service touch points—I can't keep track."

Cost:

"Investing in new channels or building out a new functionality isn't cheap, and it's not like I have budget to spare."

CEB TowerGroup, entitled "Rethinking Multichannel Strategy: Improve the Customer Experience Through Channel Differentiation and Proactive Guidance".



CEB TowerGroup, entitled "Rethinking Multichannel Strategy: Improve the Customer Experience Through Channel Differentiation and Proactive Guidance".



Hemos realizado un enorme esfuerzo de adaptación y flexibilidad. ¿Y ahora qué?



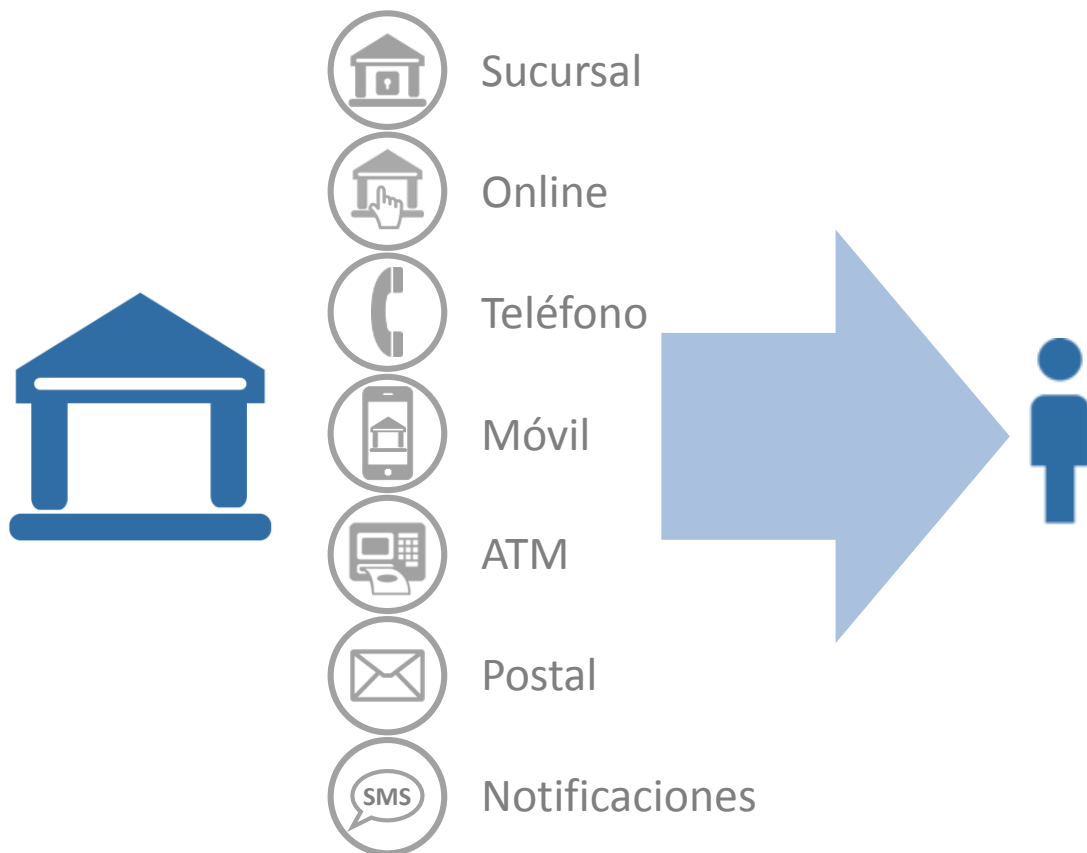
Es imperativo recuperar la iniciativa comercial con los clientes

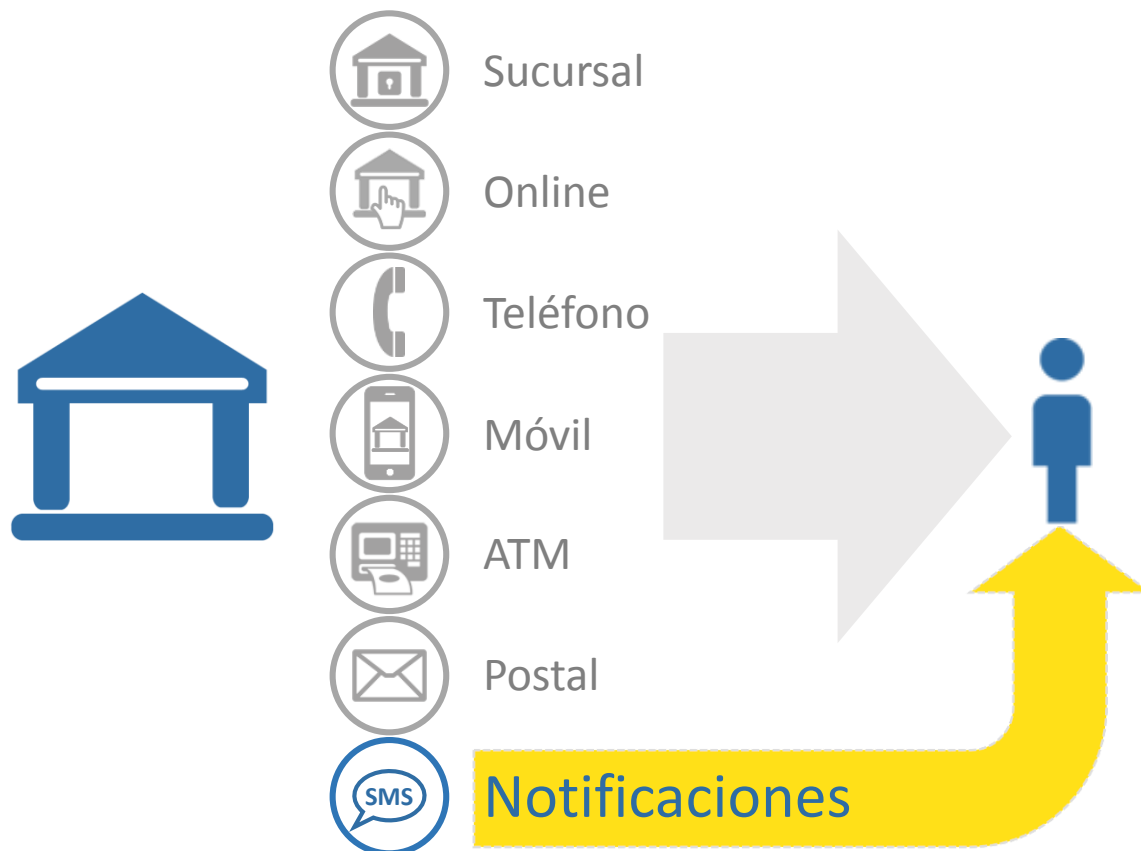
***De la Conveniencia al
Diálogo: Banca Propositiva***



¿Cómo se lo decimos?

¿Qué le decimos?



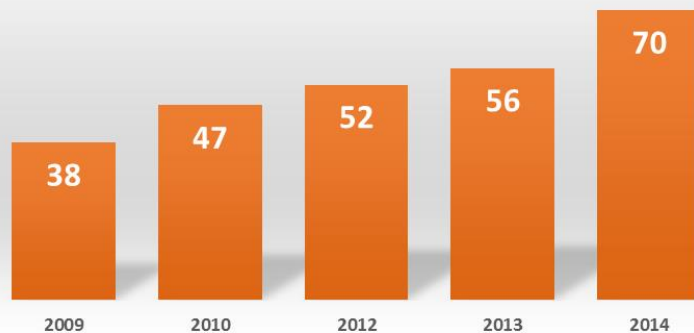


La Notificación se revela como el medio más idóneo para ser proactivos y retomar la conversación con el cliente

*Los servicios de notificación
forman ya parte de la oferta
de servicios básica en la
mayoría de entidades
financieras.*



Penetración Notificaciones
(entre los 100 principales bancos Latam)





Junto a los nuevos canales de notificación aparecen nuevos dispositivos a los que hacer llegar los mensajes...

*Los “puntos de contacto” con el cliente se **MULTIPLICAN**...*



*Evolución desde una visión centrada en los canales a una Visión centrada en el Cliente para ofrecer una experiencia de servicio **COHERENTE** en todos los puntos de contacto disponibles*



*Evolución desde una visión centrada en los canales a una Visión centrada en el Cliente para ofrecer una experiencia de servicio **COHERENTE** en todos los puntos de contacto disponibles*



*En este escenario las posibilidades de contactar de forma proactiva con el cliente se **MULTIPLICAN**.*

*Es el momento de dotar a este medio de contenidos relevantes, de demostrar que conocemos a nuestro cliente y que somos capaces de captar su **ATENCIÓN**.*

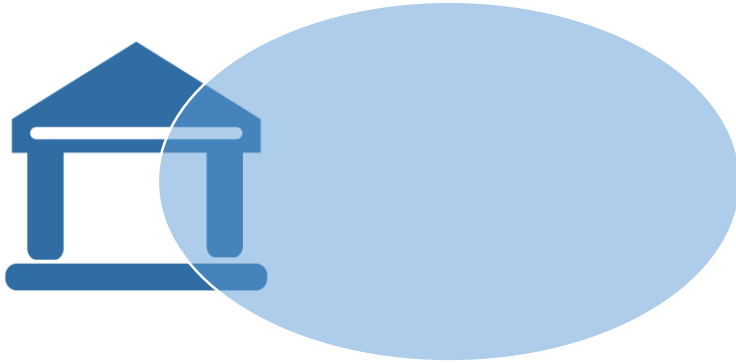


¿Cómo se lo decimos?

¿Qué le decimos?



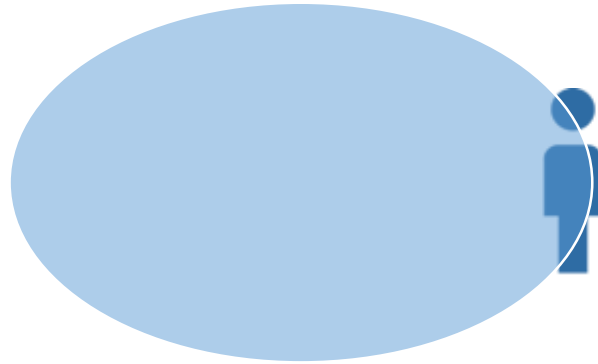
*Que nos
interesa decirle*



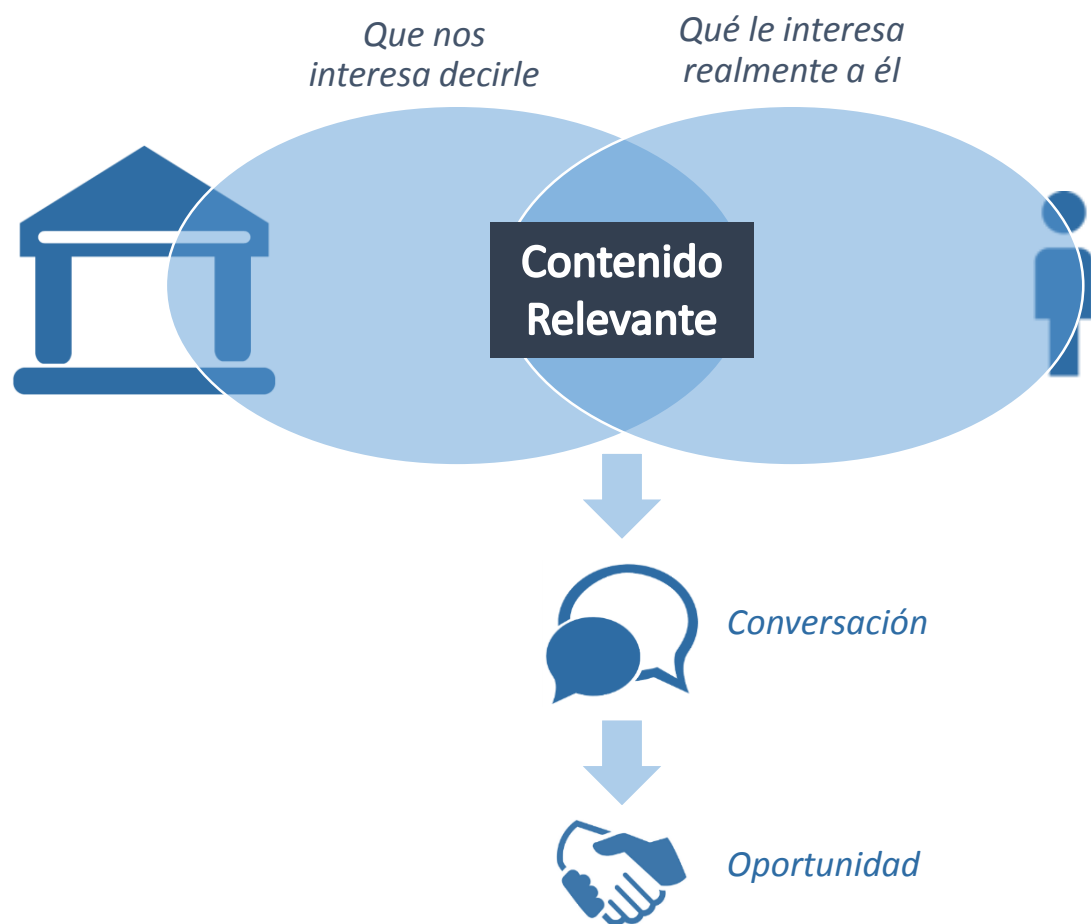
¿Qué le decimos?



*Qué le interesa
realmente a él*

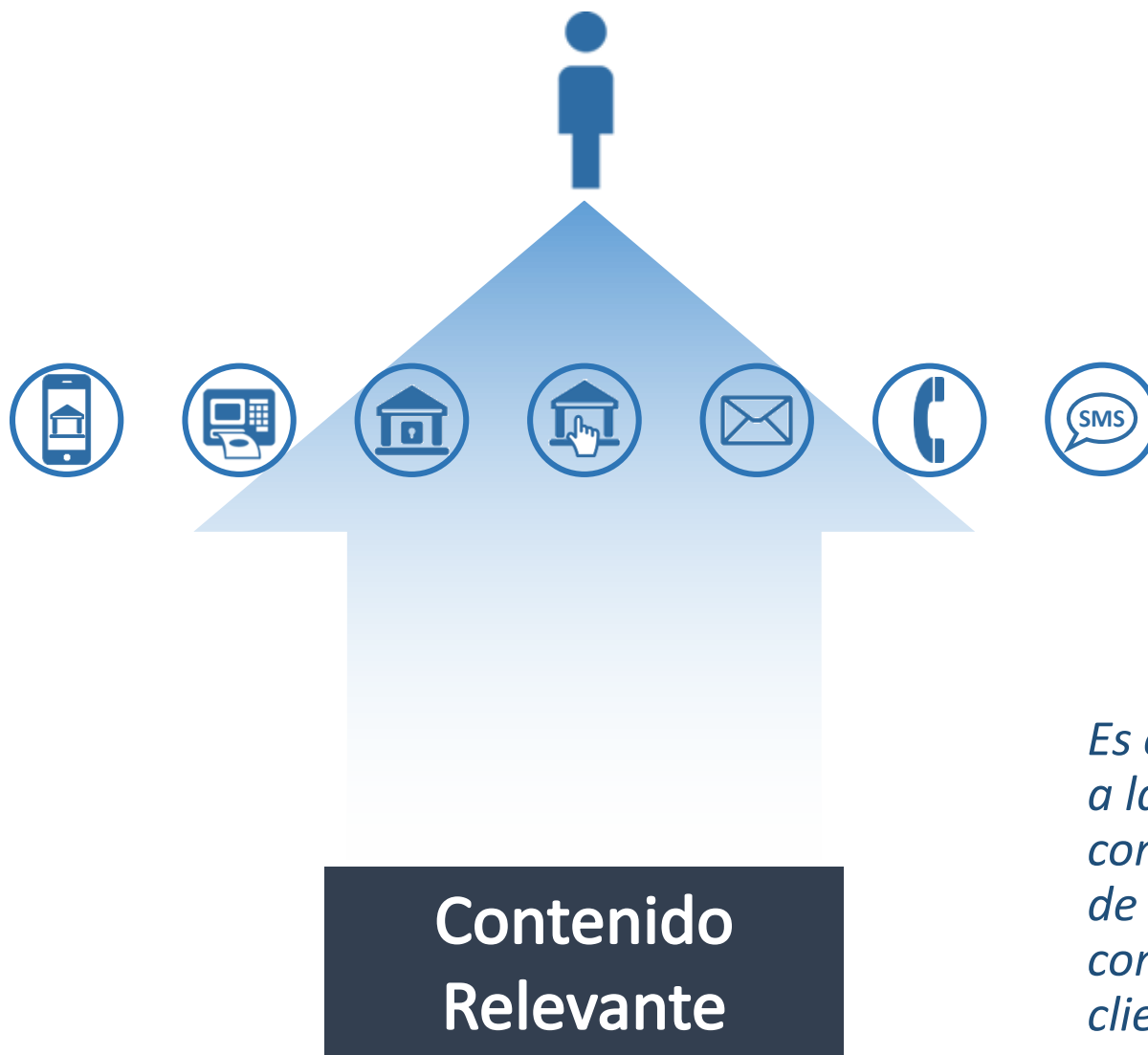


¿Qué le decimos?



¿Qué le decimos?

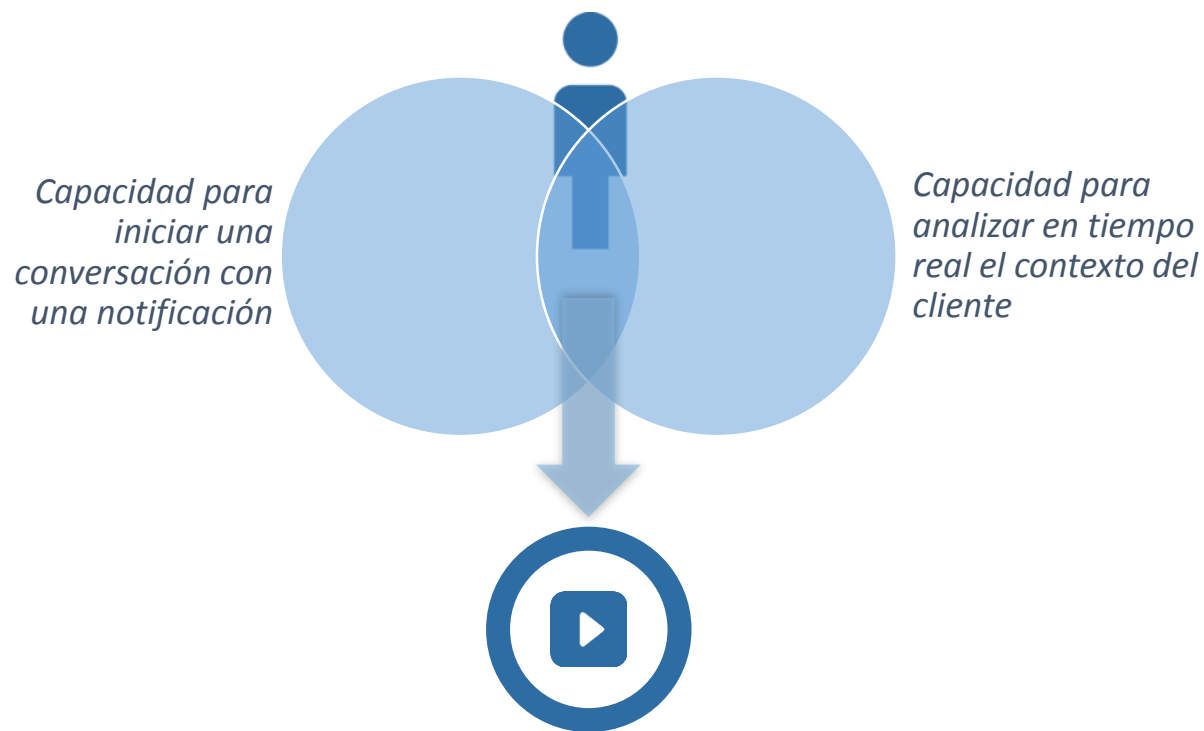




*Es el momento de dotar a la multicanalidad de contenidos **RELEVANTES**, de demostrar que conocemos a nuestro cliente y que somos capaces de captar su **ATENCIÓN**.*



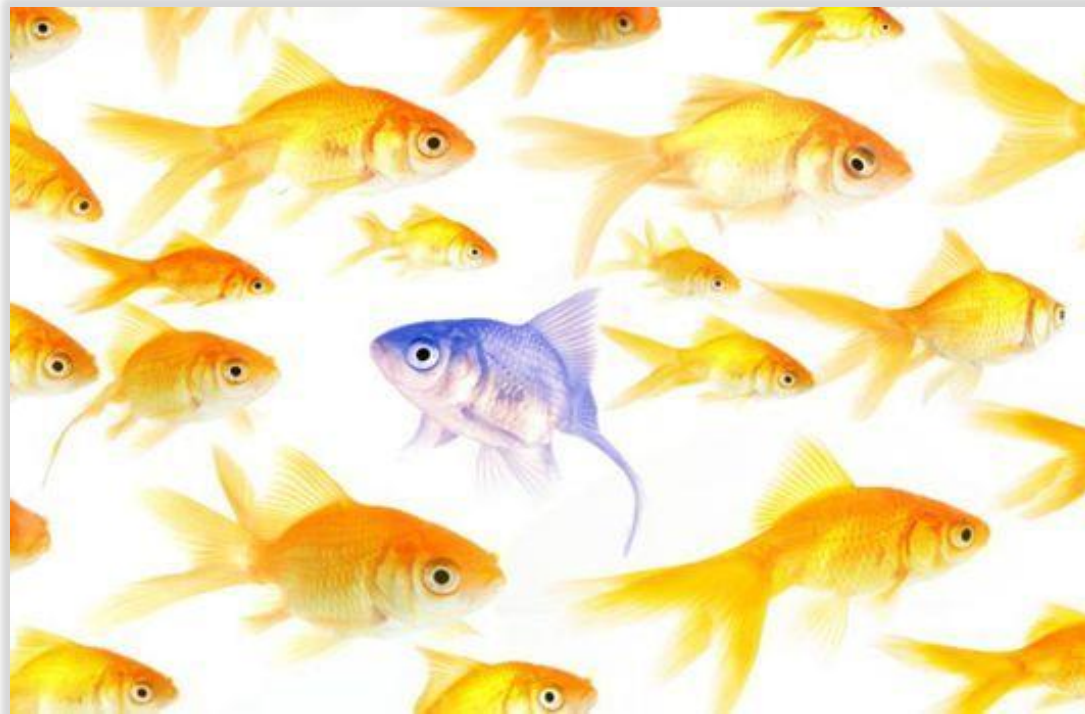




“Next Best Action”

Capacidad de decidir cual es la mejor acción posterior a una interacción con el cliente

Capacidad para generar el contenido apropiado a la persona adecuada en el momento preciso y en el contexto oportuno



El Contexto genera momentos únicos: Se acabaron las audiencias

Existen personas con necesidades semejantes pero momentos de consumo únicos



Barcelona

Travessera de Gràcia 342–344
08025 Barcelona (Spain)
Tel: 00 34 93 446 50 26
Fax: 00 34 93 446 50 27
barcelona@latinia.com

Madrid

Ronda de Poniente 2–16
Parque Empresarial Euronova
28760 Tres Cantos (Spain)
Tel.: 00 34 91 806 35 58
madrid@latinia.com

Bogotá

Carrera 18 No. 86A–14
Bogotá (Colombia)
Tel.: 00 57 1 638 6420
bogota@latinia.com

Bangalore

No.15, 1st Cross, 5th A Block,
Koramangala – 560095
Bangalore (India)
bangalore@latinia.com

Montreal

506, McGill Street,
Suite 300,
Montréal (Québec, Canada)
montreal@latinia.com