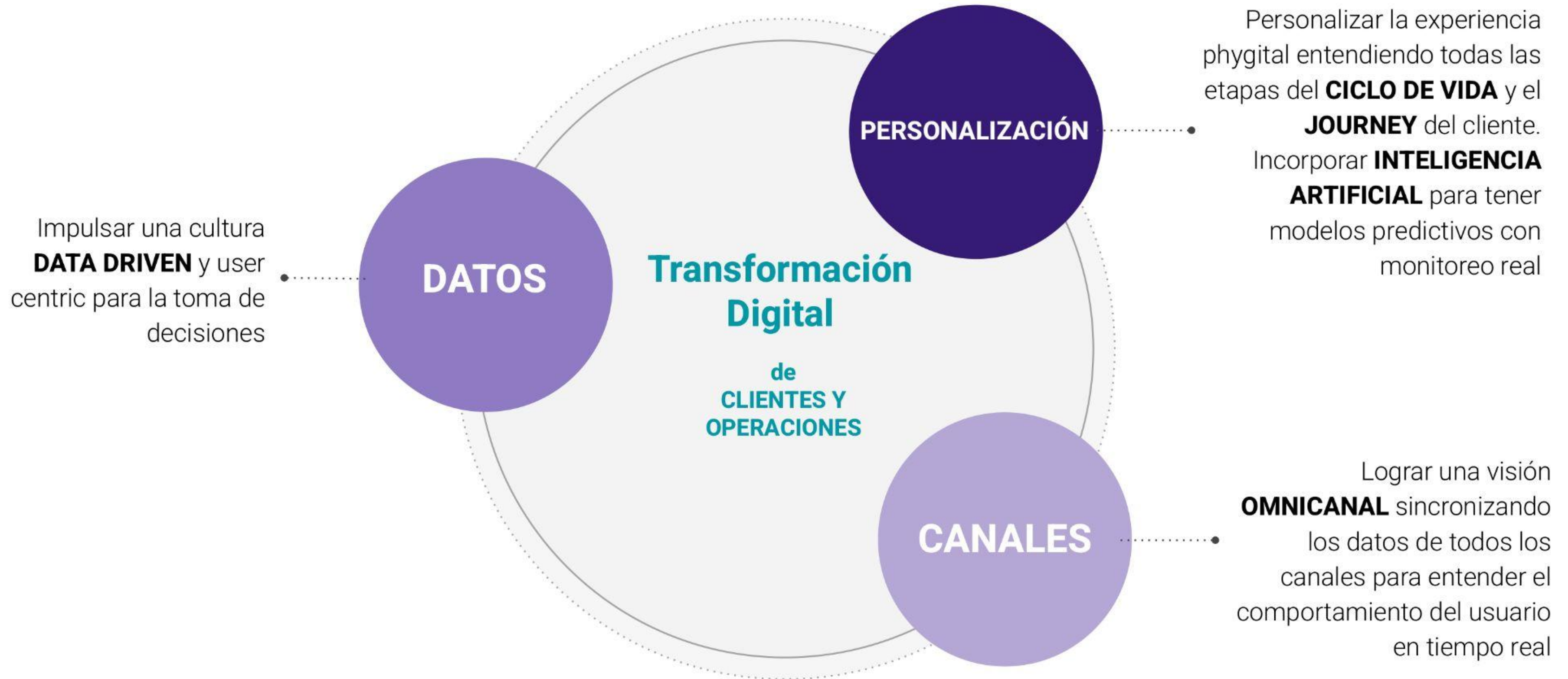


CÓMO UTILIZAR LOS DATOS PARA IMPULSAR LA PERSONALIZACIÓN ENTRE CANALES

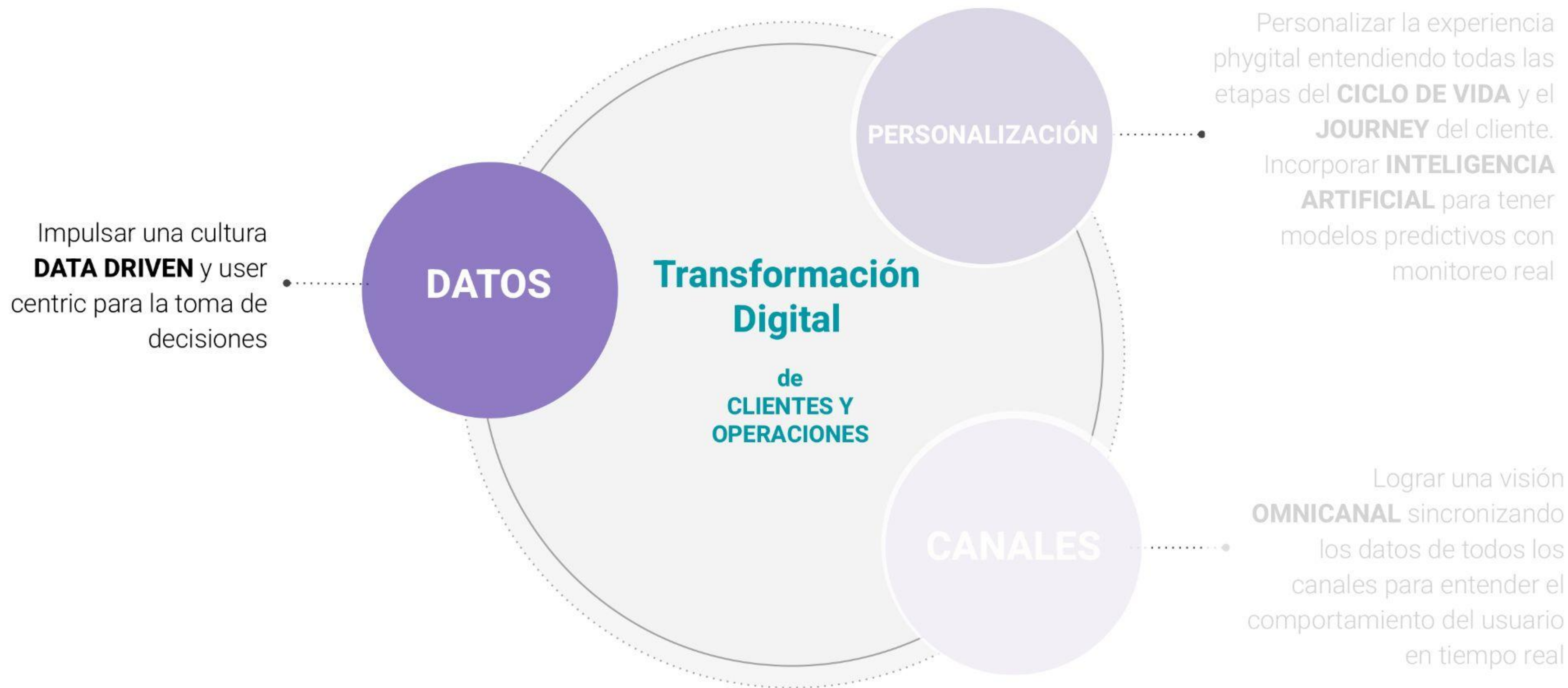
FINTECH AMERICAS 2023



CÓMO UTILIZAR LOS DATOS PARA IMPULSAR LA PERSONALIZACIÓN ENTRE CANALES



CÓMO UTILIZAR LOS DATOS PARA IMPULSAR LA PERSONALIZACIÓN ENTRE CANALES



FASES DE LA TRANSFORMACIÓN DATA DRIVEN



4 Manejo de información de calidad ordenada y filtrada para el uso de analítica avanzada.

3

Promover el talento interno a través de la formación.

Captar en el exterior las capacidades necesarias para afrontar el reto de la transformación de la organización y su digitalización

2

Alojar los datos en una plataforma propia integrada y descentralizada.

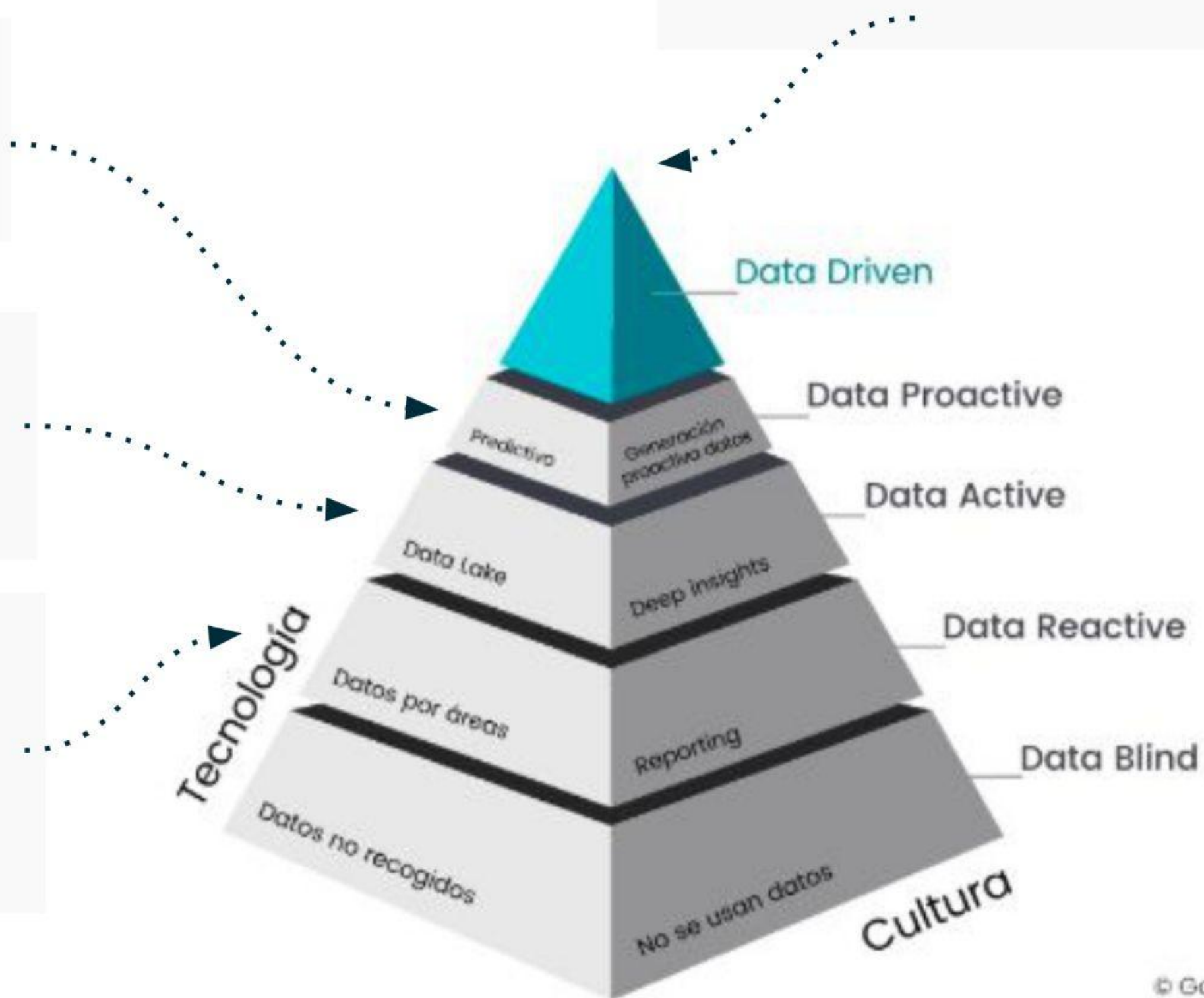
Usar tecnologías y plataformas que permitan trabajar con estructuras de datos más complejas y heterogéneas (I.A - Machine Learning).

1

Confirmar la **fiabilidad** de esos datos en 3 TIPOS:

- Datos registrados (Cliente identificado)
- Datos observados
- Datos obtenidos

Dar comienzo a la base para activar el proceso de **captación y descarga en un Data Lake.**



DATOS

FASES DE MEDICIÓN

CAMINO HACIA UN MODELO DATA-DRIVEN EN LA TOMA DE DECISIONES

El objetivo es **definir una visión estratégica de la gestión y explotación de datos** para generar un entendimiento de toda la experiencia del cliente a través del journey del ecosistema digital del banco para lograr trazabilidad cross de activos, pudiendo **instaurar la toma de decisiones de negocios basadas en datos y algoritmos de predicción.**



- Ingestado** - Best Practice de Medición
- Vinculado y explotado en SIGMA
- BestPractice** - Guía de Implementación
- Códigos de GA y FB
- Tablero de Visualización GDS
- On Going** - Trackeado con GA o FB
- Tablero de Visualización
- Sin Medir** - Sin datos



32
ACTIVOS
TOTALES

15%
ACTIVOS

Cuenta con Servicios de terceros que no respetan las Mejores Prácticas de medición.

90%
ACTIVOS

Está repartido bajo responsabilidad de Transformación Digital, Marketing Digital y Canales Digitales

CÓMO UTILIZAR LOS DATOS PARA IMPULSAR LA PERSONALIZACIÓN ENTRE CANALES

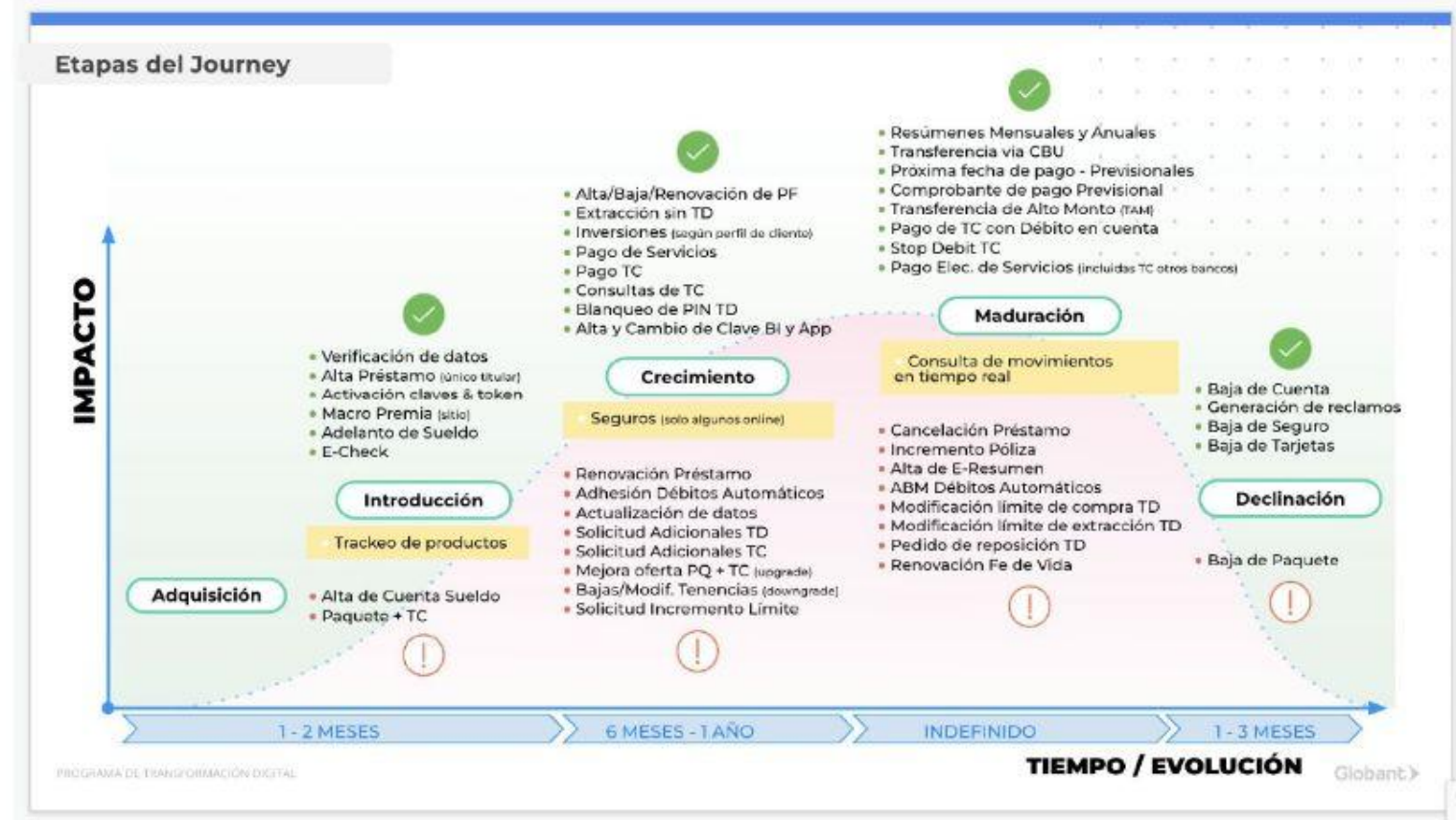




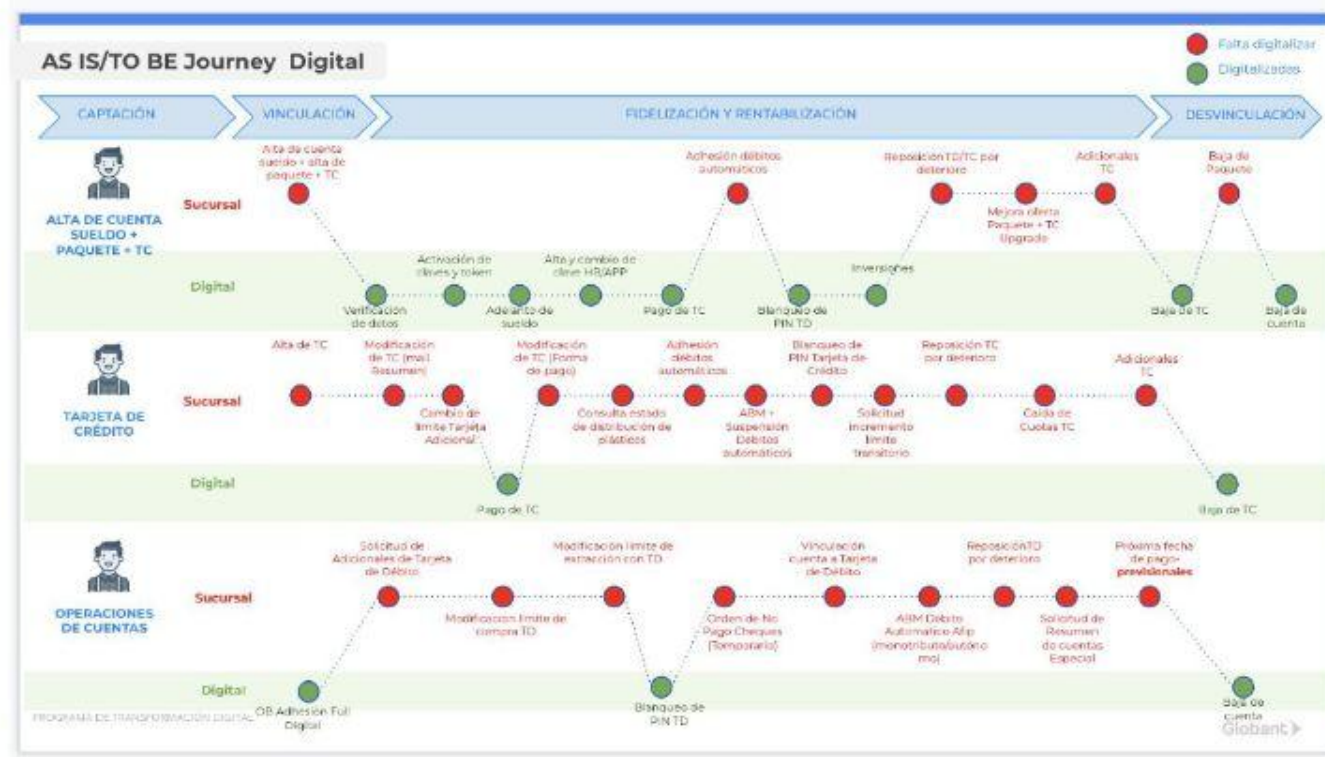
CICLO DE VIDA

TRANSITAR EL CICLO DE VIDA DEL CLIENTE

PARA



Recavamos
Mapeamos
Identificamos



Seleccionamos
Armamos
Analizamos
Detallamos



Cliente macro, Próximo a jubilarse

ACCIONES VIGENTES

- BM tiene campaña activa para este tipo de clientes: PMA.
- BM conoce al cliente y tiene un registro de su actividad como tal
- Modelo de índice de lealtad
- Sabe que este cliente es más rentable que un jubilado nuevo

OPORTUNIDADES

- Profundizar en la campaña de mailing seguí en macro
- Reforzar Fidelidad
- Identificar el nivel de actividad del cliente, para detectar posibles indicadores de abandono
- Acompañar la transición del cliente (cliente Macro a jubilado Macro), facilitando el pase en el cambio de cuenta -> Botón en la app para cambiar el "modo" de tu cuenta (Openbanking)
- Hacerle saber que sus beneficios van a aumentar a largo plazo, para BM hacerle es informarle sobre el ciclo de vida (Maduración)

Eje de problema

Desconocimiento de la decisión que tomará el cliente.

Área de foco

Captación/Fidelización.

Casos

1. Cliente que es activo en Banco Macro
2. Cliente que cobra su sueldo en Banco Macro (Plan Sueldo)
3. Cliente inactivo
4. Nuevo cliente que empieza a cobrar su jubilación en el banco.

Sugerencia

**Profundizar el índice de lealtad / nivel de actividad que tiene el cliente con el banco para predecir si se jubilara en Macro.
Reforzar fidelidad**

La **INTELIGENCIA ARTIFICIAL** es sinónimo de **inteligencia humana**.

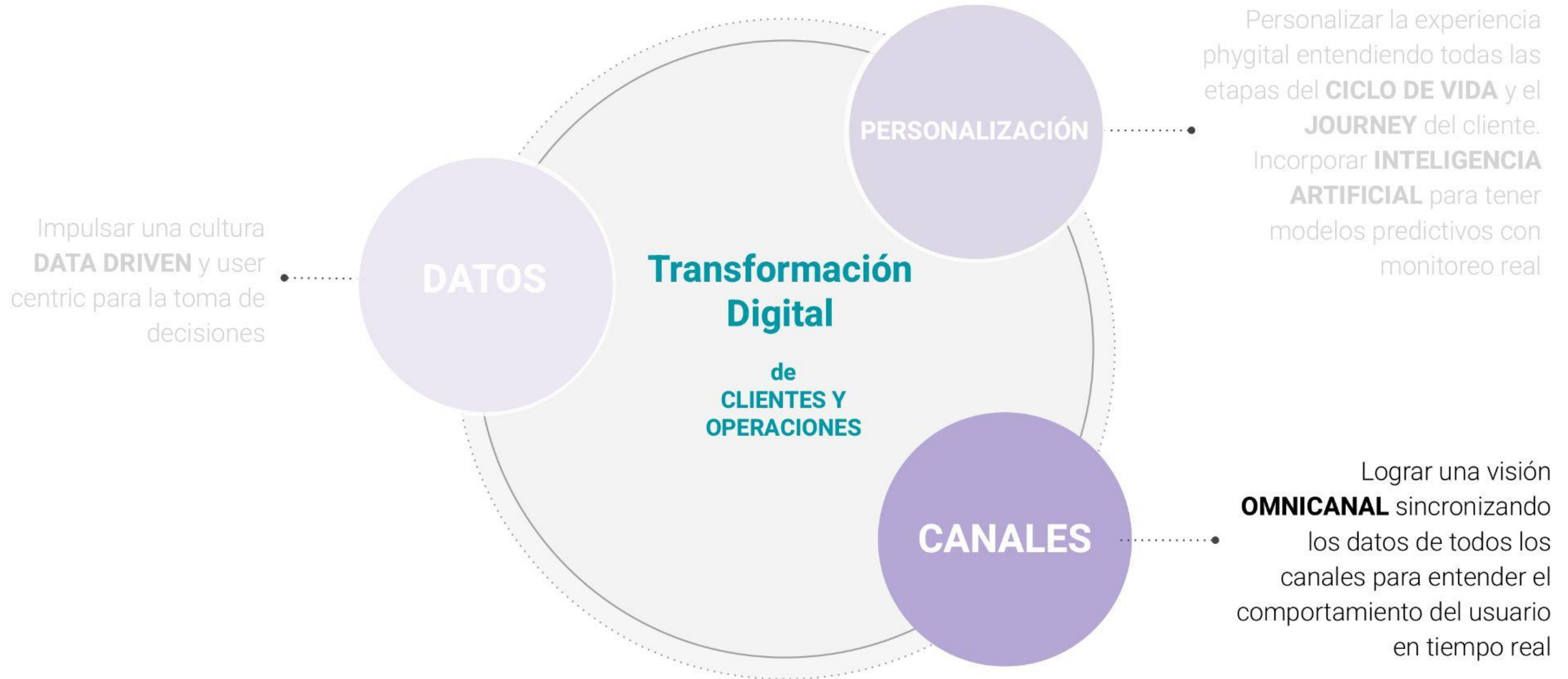
Se desarrollan **algoritmos** para aprender de los **DATOS** y luego realizar **PREDICCIONES**

- Objetivo de ventas por sucursal
- Encaje por sucursal
(evitar traslados, cash management)
- Turnos, cálculo según perfil y operación
- Detección de fraudes
- Incumplimiento de préstamos
- Anti-lavado de dinero



- Forecast de clientes
- Próxima Mejor Acción (PMA)
- Próxima Mejor Conversación (PMC)
- Contact Center Digital
 - Identificar los sentimientos de la voz
 - Predicción de comportamiento los de clientes
- Análisis de documentos

CÓMO UTILIZAR LOS DATOS PARA IMPULSAR LA PERSONALIZACIÓN ENTRE CANALES



CANALES

DEFINIMOS UNA ESTRATEGIA

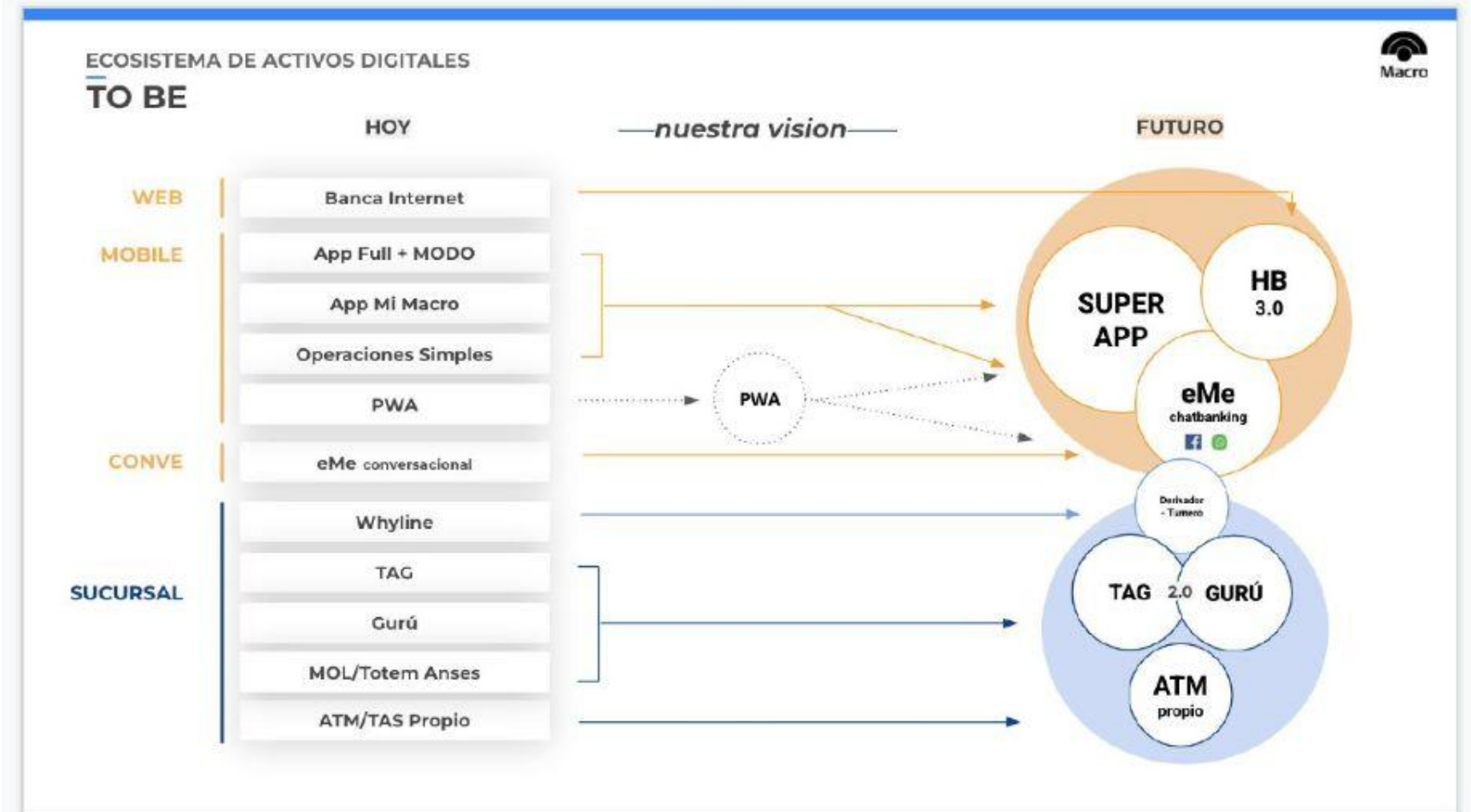
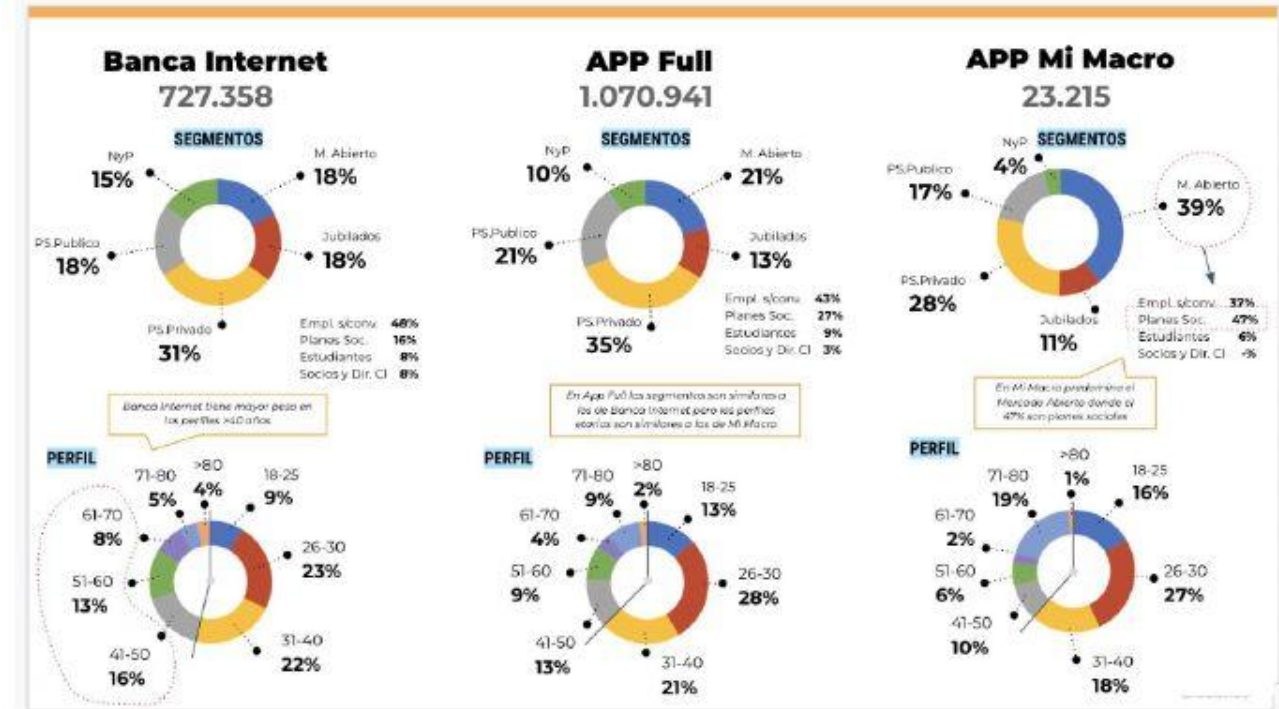
BASADA EN LO

FÍSICO Y DIGITAL
PHYGITAL

SUPER APP

CHAT-BANKING

AUTO-GESTION sucursales



CANALES

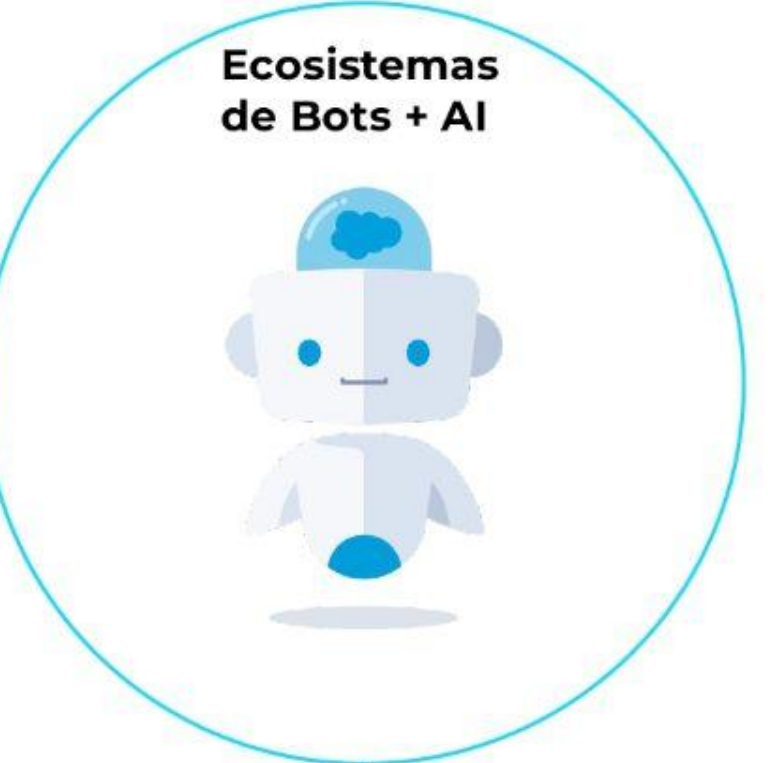
CHAT-BANKING



Lo integramos a los canales y le indicamos su propósito en cada canal



Interactúa con otros AI



eMe es tu asistente virtual

eMe esta contigo 24/7 en cualquier lugar



Lo dotamos de tecnologías y algoritmos



Información

Tutoriales

Onboarding

Campañas

Postventa



Notificaciones

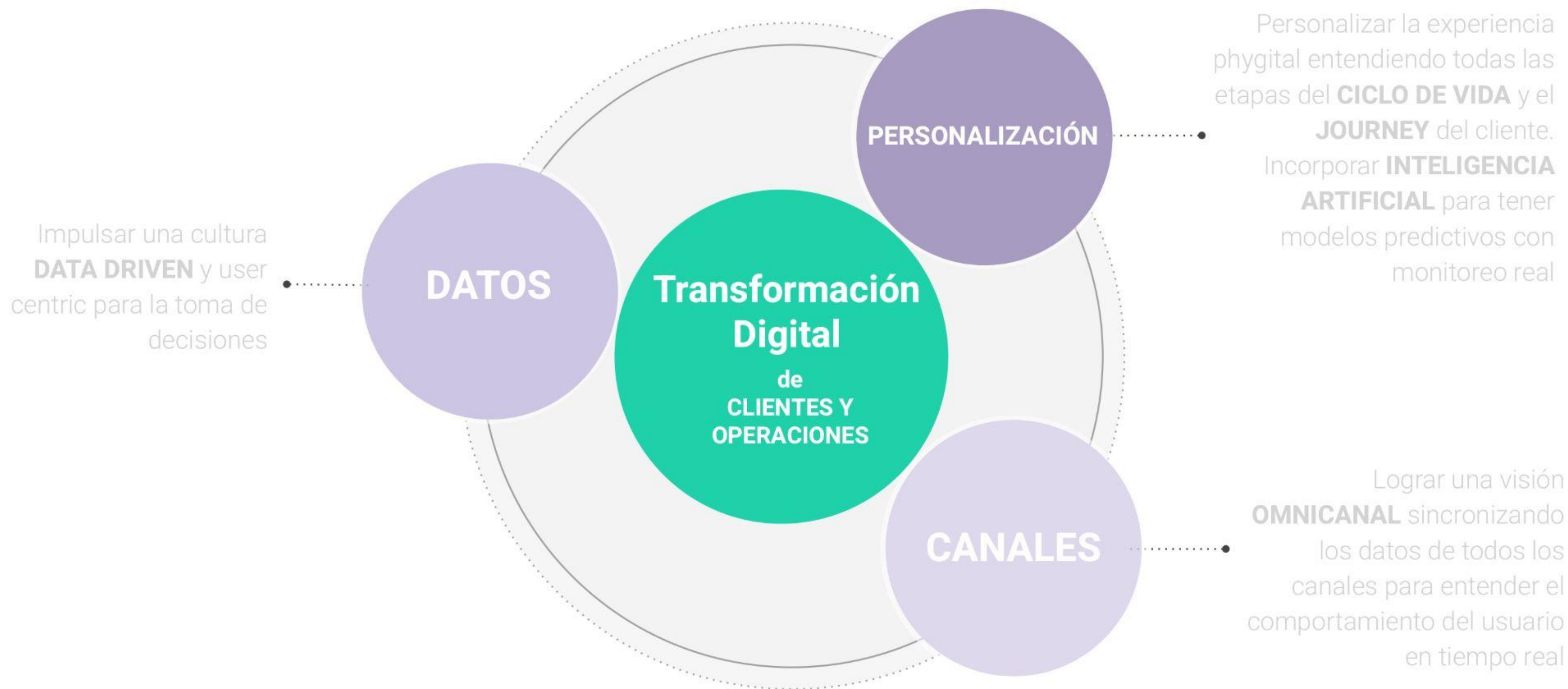
Alertas

Ventas



Generamos funcionalidades

CÓMO UTILIZAR LOS DATOS PARA IMPULSAR LA PERSONALIZACIÓN ENTRE CANALES





LOGRAR LA DIGITALIZACIÓN Y CONVERSION

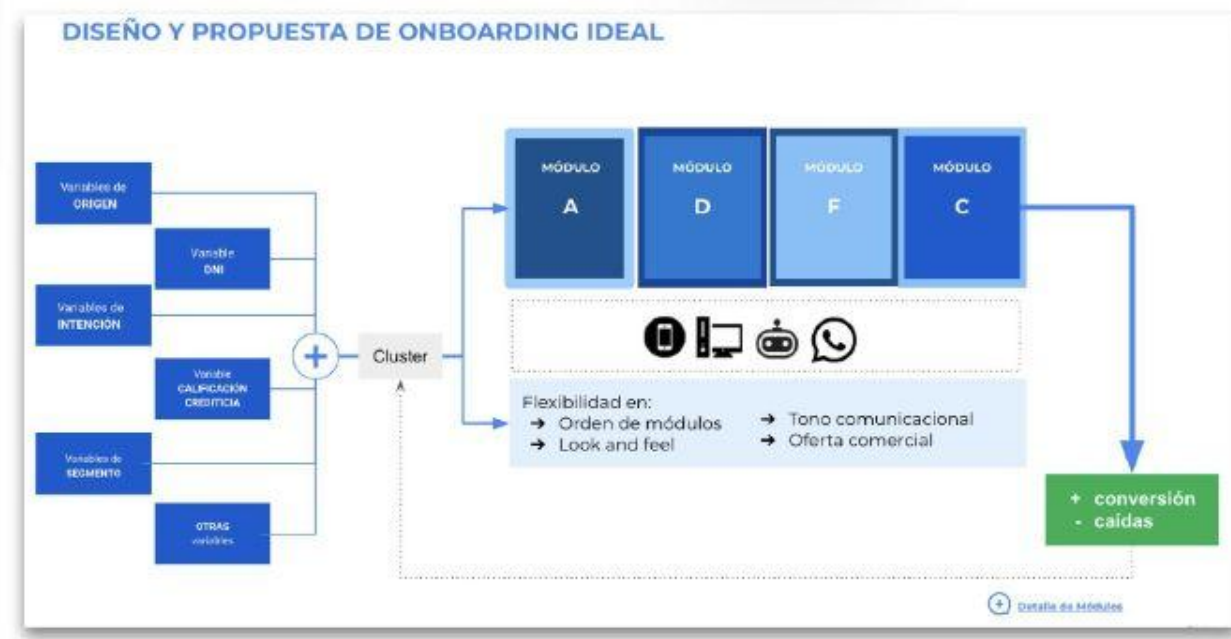
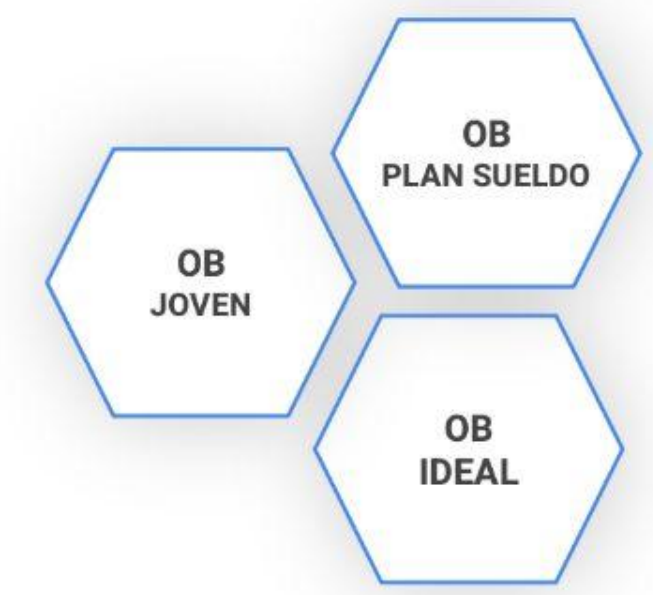
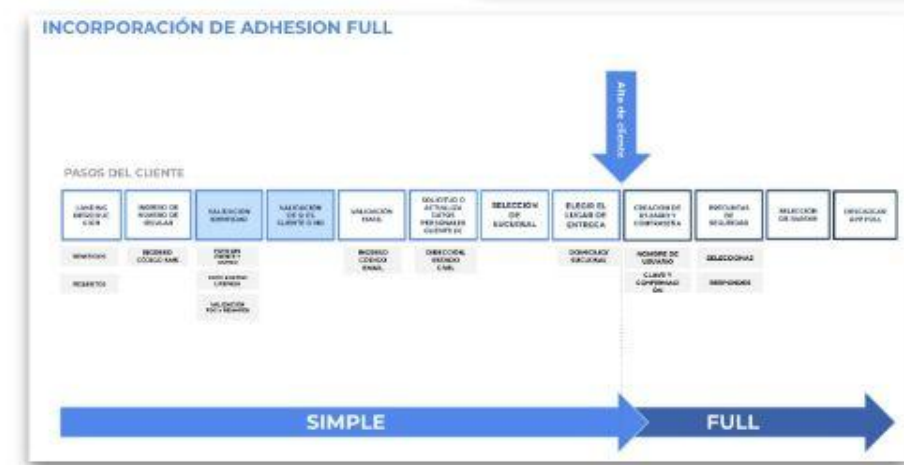
AL

Implementar un **ONBOARDING FULL** con generación de claves

Diseñar un **ONBOARDING IDEAL OMNICANAL** con detección de origen y oferta digital

ORIGEN + OB + OFERTA OMNICANAL

4xO





FOCO EN LA DIGITALIZACIÓN DE CLIENTES

LOGRAR

INCREMENTAR
la cantidad de clientes digitales

AUMENTAR
el comportamiento digital





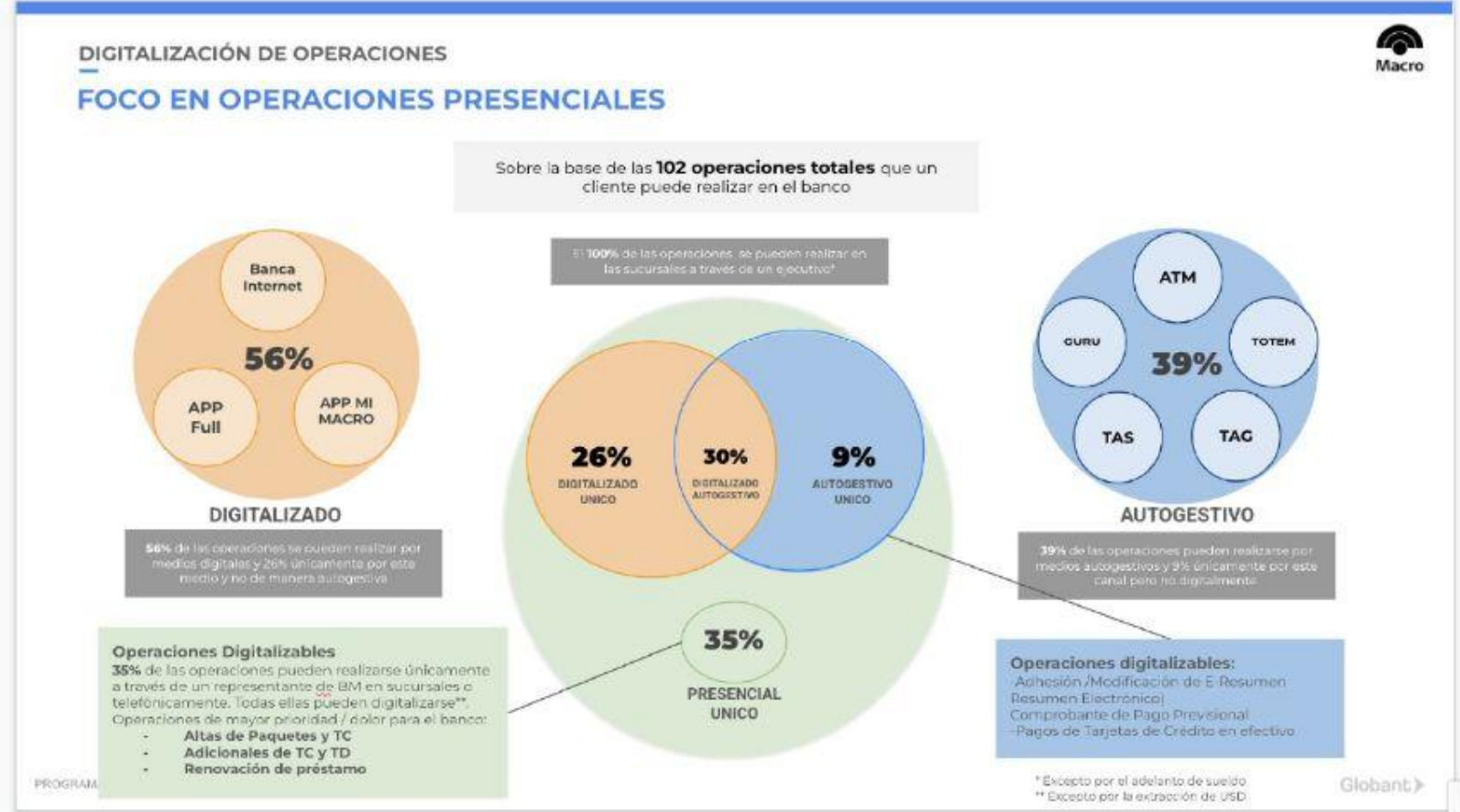
MEJORAR LA OFERTA DIGITAL

AL

Revisar todas las operaciones y seleccionar las más urgentes para digitalizar según **RELEVANCIA:**

RELEVANCIA

- X COMERCIAL**
- X OPERACIONAL**
- X TECNOLÓGICA**



PRIORIZACION operaciones presenciales

+ iniciativas en backlog con priorización de NEGOCIO



MEDIR EL INDICE DE ATENCIÓN DIGITAL

A PARTIR DE

Tomar transacciones de altas de productos y posventa según el canal operado ponderando:

100% DIGITAL
60% PRES. TEC.
0% PRES. NO TEC.

ÍNDICE de Atención Digital General

Premisas

Transacciones iniciales que conforman el IADG

Uso de los canales disponibles al Cliente (Q de clientes por Canal) para determinar el Índice de Adopción Digital.

Altas de Productos:

- ✓ Alta de Préstamos
- ✓ Alta de Plazos Fijos
- ✓ Adelanto de Sueldo
- ✓ Alta de Cuenta
- ✓ Alta de Paquete
- ✓ Alta de Seguros (Revisión)

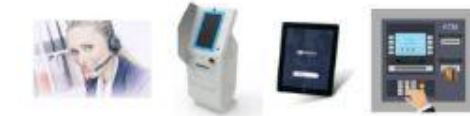
Post Venta:

- ✓ Extracciones \$
- ✓ Extracción U\$\$
- ✓ Blanqueo de PIN TD
- ✓ Fé de Vida (Revisión)
- ✓ Impresión de CPP
- ✓ Pago de Tarjeta
- ✓ Pago de Servicios
- ✓ Transferencias
- ✓ Recargas Celular Servicios
- ⚠ Débitos Automáticos (en Construcción)

Digital Ponderación 100%



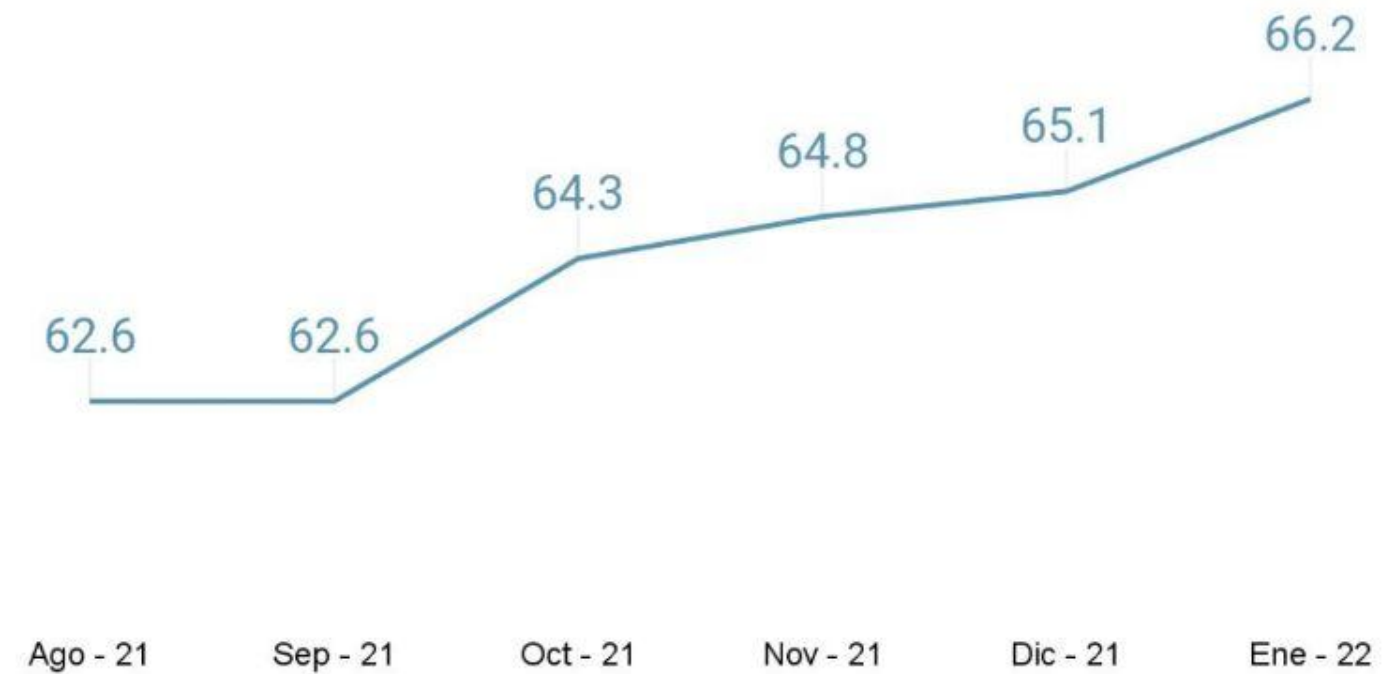
Presencial Tecnológico Ponderación 60%



Presencial No Tecnológico Ponderación -60%



Dimensiones



¡Gracias!

