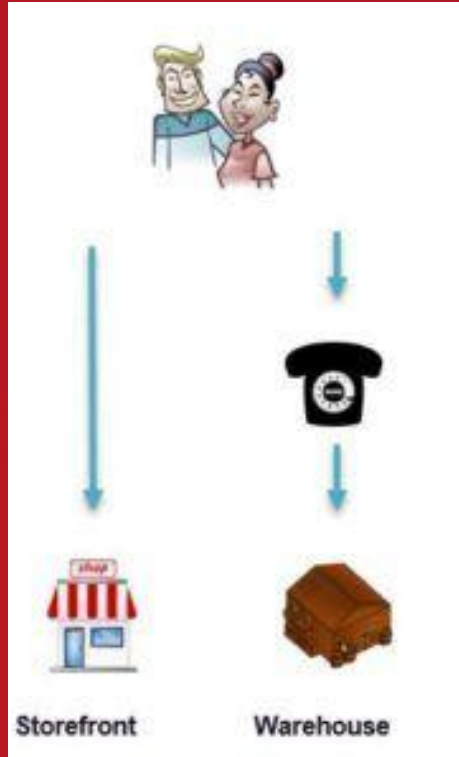




# IR SIN CANALES

¿Es hora de abandonar el enfoque omnicanal?



1990



2000



2008



2015



COVID-19







# Seguridad y confianza





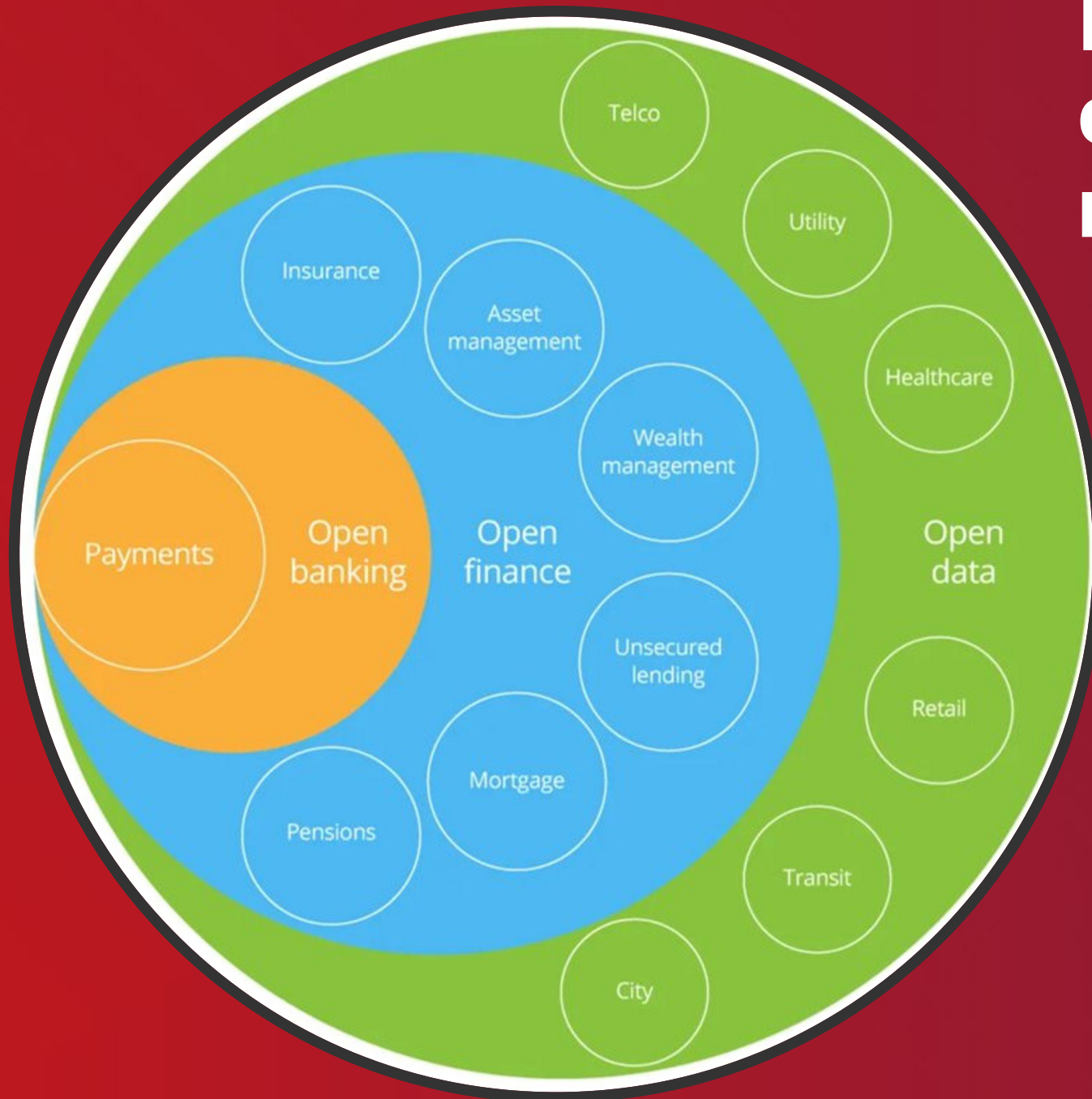
# Expansión de pagos y cobros en tiempo real



# Minimalismo de productos



**Los bancos se están convirtiendo en algo más que un banco**







# Intoxicación de estímulos en los de canales





¿Y el cliente?



# Volver a conocerlos

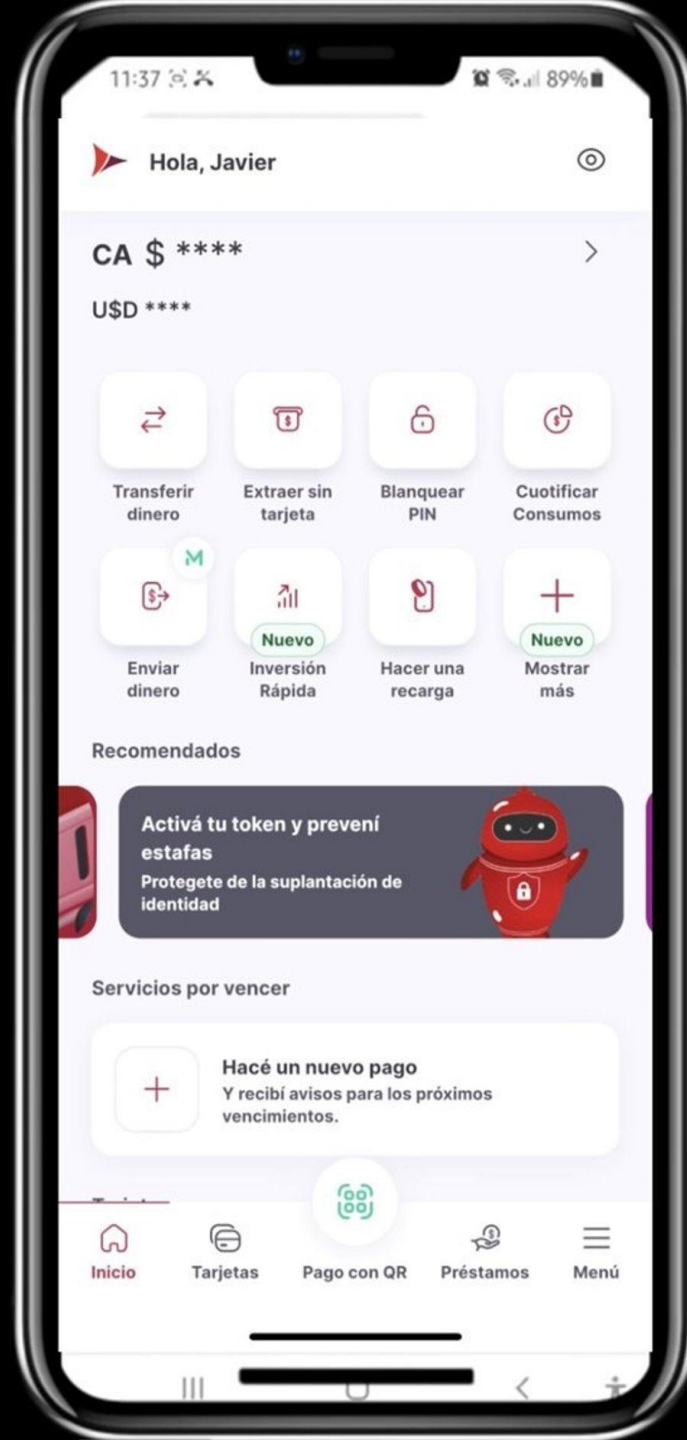




Y cuando los encontramos,  
determinamos el nuevo IR AL  
BANCO



Y descubrir que cosas nuevas hacer con el banco



Sin perder  
el toque  
**HUMANO**





**EXPERIEN  
CIA**

**CULTU  
RA**

**HUMAN  
BANKING**



PAST



FUTURE





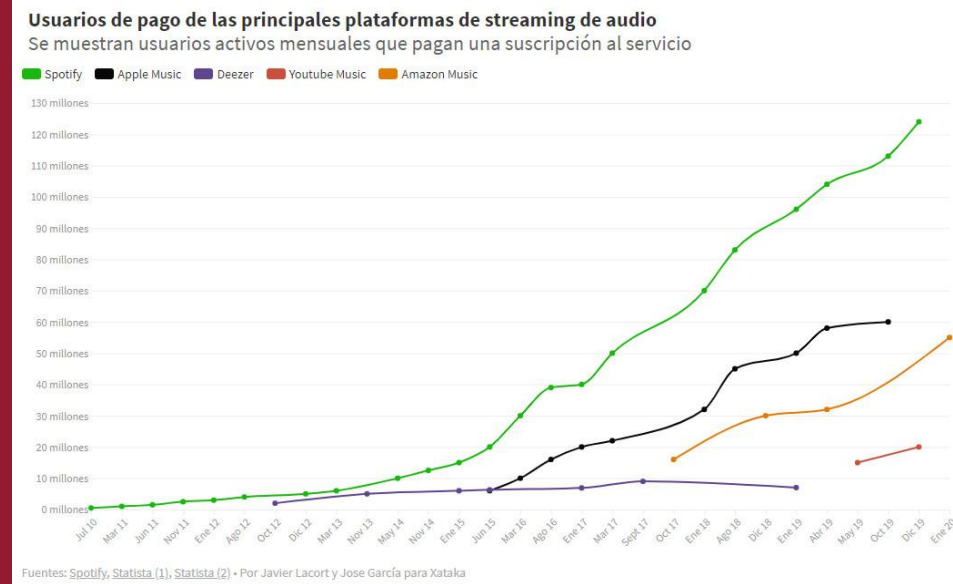
# La innovación desde la tecnología para mejorar la Experiencia de Cliente

## SUPERVIELLE



Timeline of audio technology:

- 1920 - 1980:** Vinyl records and Mix Tapes.
- 1980 - 2000:** MP3 Audio and Napster.
- 2003:** iTunes.
- 2007:** iPhone.



**¿Es hora de abandonar la experiencia omnicanal?**

**Es hora de re-encontrarse con el cliente,  
aplicar la tecnología existente para crear,  
experiencias distintivas en cada canal**



**MUCHAS GRACIAS**

