

BANCA CONTEXTUAL

Un modelo de última generación.

Carlos Mojica Ribera

Vicepresidente de Innovación y Transformación Digital

FA. FINTECH
AMERICAS

BNB

Banca Contextual

Un modelo de última generación para prestar servicios y productos financieros.

Habilitadores:



Enfoque en la hiperpersonalización del servicio.



Datos para potenciar y guiar el modelo.



Data Science con modelos predictivos.

Objetivo:

Otorgar una oferta de producto o servicio.

- En tiempo real.
- Única para cada cliente.
- En el momento correcto
- En el canal adecuado.
- Anticipada a la necesidad del cliente.



Ejemplos de servicios contextuales:

NETFLIX

Servicio:

Recomendación de contenido a sus usuarios.

¿Cómo?

Historial de consumo y calificaciones.

Títulos de otros usuarios con mismos gustos.

Datos de ubicación, horario y dispositivo utilizado.



Algoritmos

Meta

Servicio:

Campañas de anuncios.(Ads)

¿Cómo?

Inventario y categorización de anuncios.

Organiza los anuncios según intereses de usuarios e historial de reacciones.

Utiliza datos de:

- Relación.
- Tipo de contenido.
- Popularidad.
- Tiempo



Algoritmos



Habilitador 1: Hiperpersonalización.

71%

De los consumidores esperan experiencias personalizadas

76%

De los consumidores se frustran cuando no sucede.



Hiperpersonalización:

Debe ser un enfoque organizacional con aprovechamiento de las tecnologías.
Componentes:

Identificar Oportunidades



Atención a insights que generan los clusters de clientes para predecir tendencias o comportamiento.

Rápida activación



Decisiones y respuesta rápida para generar una oferta en el canal y momento correcto.

Agilidad: Pruebas y aprendizaje



Medición de resultados e iteraciones para seguir generando información de valor.
El objetivo es mejorar las iniciativas por MVPs.

Talento Humano



Retención de talento de la organización para mantener el impacto de las iniciativas.

Ejemplo de iniciativa de Hiperpersonalización:

Descubre qué puedes pagar con tus **BNB Puntos**



Esta entidad es supervisada por ASFI.

BNB Puntos: Programa de fidelización de tarjeta de crédito que permite acumular puntos y cambiarlos por productos o servicios, dinero en efectivo y pago de servicios.

Producto hiperpersonal:

Se realiza mensajería al cliente una vez sus **BNB Puntos** le permiten acceder a un consumo promedio de producto o servicio que es de su preferencia.



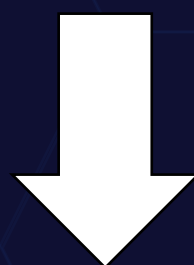
Lucia de 27 años acumulo 2,695 pts equivalente a 50\$us. Ella tiene un historial de pagos mes a mes en una Academia de Danza con un ticket promedio de 45\$us.

Lucia recibirá la invitación a canjear sus BNB Puntos pagando el siguiente mes de su academia de danza.



Habilitador 2: Datos para potenciar y guiar el modelo.

Componen la **Huella Digital**
de los clientes del **BNB**.



+ 15

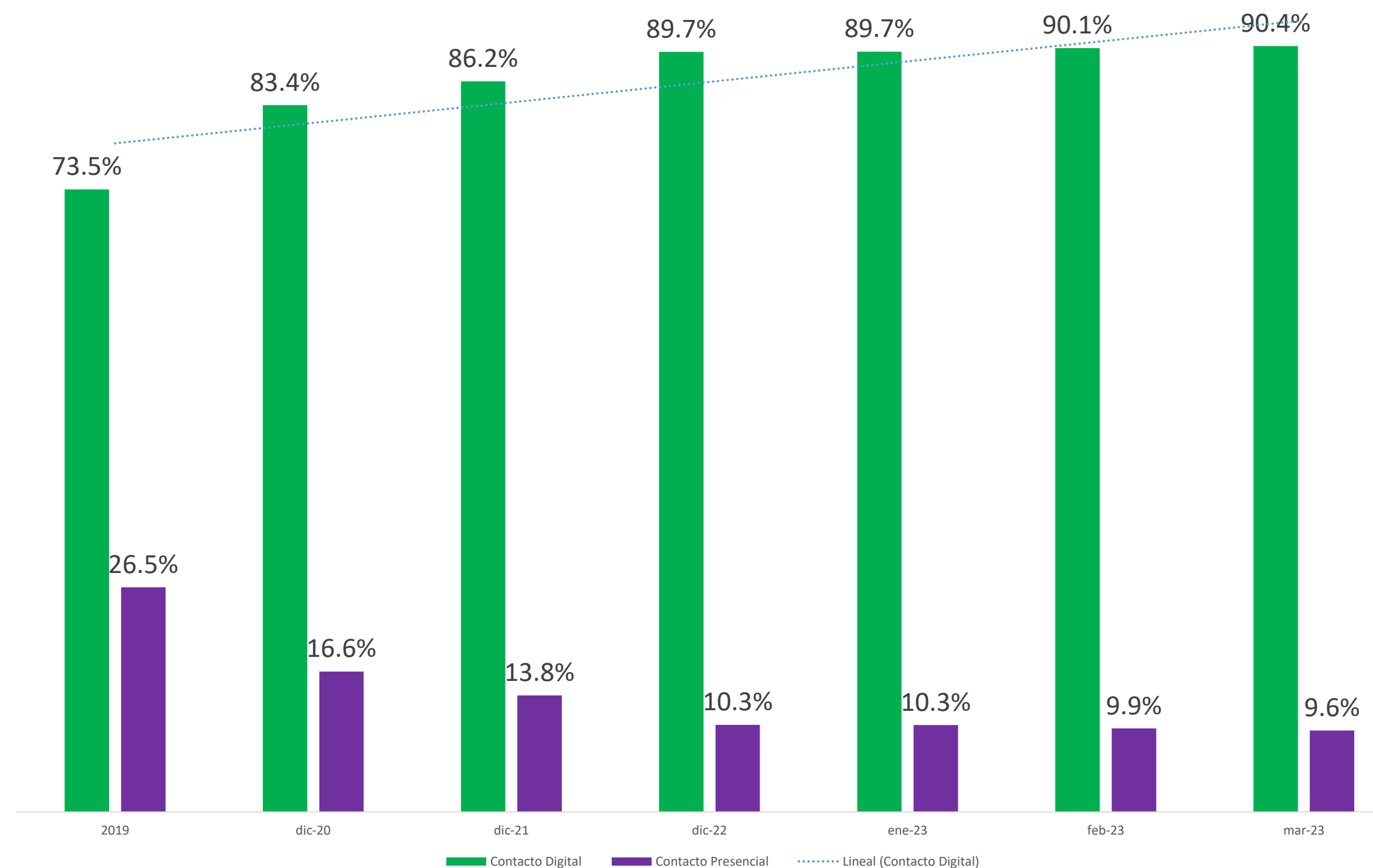
Años de banca digital.

+ 1,000

Millones de transacciones.

BNB un banco con clientes digitales:

Preferencia de atención por canales digitales vs canales tradicionales.





Habilitador 3: Data Science con modelos predictivos.

Un banco debería obtener un conocimiento sólido y profundo de la situación financiera y metas de vida de cada cliente.



En el BNB a través de un establecido gobierno de datos, procesos de calidad de datos y práctica de analítica avanzada puede reconocer a cada clientes como una unidad individual.

Clusters de clientes

Rentabilidad



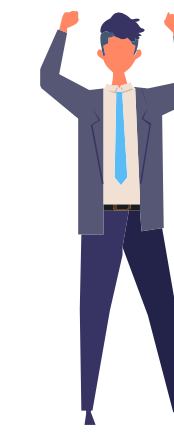
Clientes A2

Clientes con productos en diferentes bancos con potencial para obtener productos de crédito.



Clientes B2

Clientes con productos de ahorro en diferentes bancos y que no cuentan capacidad para obtener productos de crédito.



Clientes A1

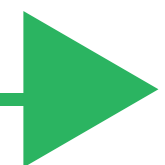
Clientes con productos en el banco y con potencial para obtener o mantener productos de crédito.



Clientes B1

Clientes con productos de ahorro en el banco y que no cuentan capacidad para obtener productos de crédito.

Experiencia



Visión 360 de clientes



Camila

29 años de Santa Cruz

Cliente desde
2017

Canal de
preferencia



BNB Móvil

BNB Móvil:

73 transacciones promedio mensual.

\$us 64 Ticket promedio por trax

Categoría A1

(Cliente rentable y fidelizado)

- Recibe su sueldo en el banco.
- Tiene tarjeta de Crédito.
- No tiene créditos en otros bancos.
- Capacidad de crédito posible a crecer en los próximos 12 meses.

Visión 360 de clientes

Cliente desde

2017

Canal de
preferencia



Jorge

39 años de La Paz

ATMs:

34 transacciones promedio mensual.

\$us 25 Ticket promedio por trax

Categoría A2

(Cliente potencialmente rentable
vulnerable a dejar el banco)

- Recibe su sueldo en el banco.
- Crédito vehicular en otro banco.
- Capacidad de crédito utilizada 15%.



Ejemplos de iniciativas: Banca Contextual

Ejemplo 1 – Oferta de Productos:

Producto: Crédito de Vivienda.

Ofertas a clientes potenciales a obtener un producto de Vivienda.

El banco utiliza la funcionalidad "Geofencing" para enviar alertas por medio de "Push de Notificación" de casas y departamentos que son financiados por el BNB y que se ajustan al presupuesto del cliente.

Coordenadas: 16°30'55''
(La Paz – Bolivia)



Edificio "Antares"

- Ubicación: Achumani – La Paz
- Departamentos disponibles: 16.
- Ticket price: \$us 136,000
- Construcción financiada por el BNB.



Jorge de 39 años con capacidad crediticia para un crédito de vivienda de \$us 150,000. Soltero y que vive en alquiler.

Realiza diariamente la ruta a su trabajo por la zona de Achumani.

Recibirá mensajería con la oferta de un crédito de vivienda de un departamento en el Edificio Antares.

Ejemplo 2 – Oferta para fidelización:

Desde hoy podrás comprar
el regalo perfecto para papá en:



**3 cuotas
sin interés**
con tu Tarjeta de Crédito

en estos comercios   

BNB Banco Nacional de Bolivia

Esta entidad es supervisada por ASFI.

Ofertas "Buy now pay later" (BNPL) emergentes en fechas de alta demanda de consumos y personalizadas al momento de pagas con Tarjeta de Crédito.

Hiperpersonalización:

Mensajería al momento del pago en estación POS de oferta de pago en cuotas BNPL para clientes categoría A1 y A2 con producto Tarjeta de crédito.



El cluster de clientes categoría: A1 y A2 el día 19 de febrero recibió ofertas personalizadas al momento de hacer compras con tarjetas de crédito.

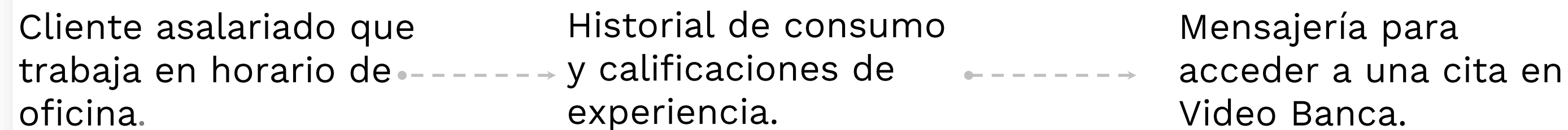
Las ofertas son otorgadas en comercios partners y con compras con rangos de precios según ingreso del cliente.

Oferta de canal de atención:

Ofertas de canales de atención personalizadas.

Hipersonalización:

El cluster de clientes asalariados que cumplen horario de oficina y que utilizaron un servicio con asesoramiento de personal del banco en las últimas 4 semanas son invitados a conocer nuestra Banca por Video.



Saca tu Crédito Súper Consumo

en 24 horas por **VIDEO BANCA**

*Campaña válida para los meses de noviembre y diciembre de 2022

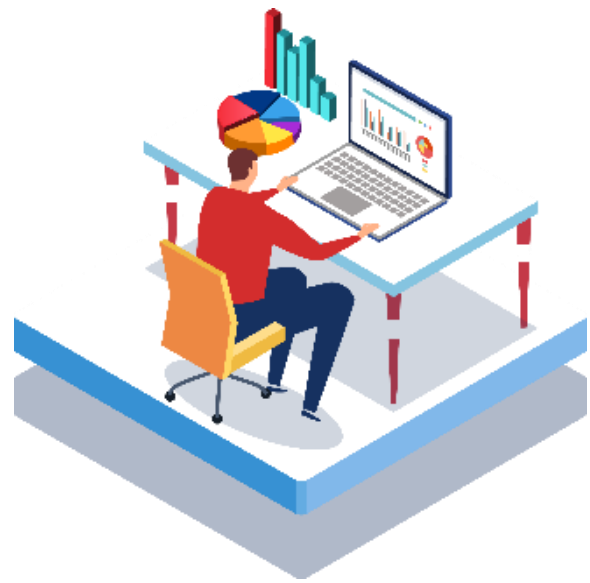
BNB | 150 años

Esta entidad es supervisada por ASFI.



4 componentes esenciales para ser un player “Best in class” en Banca Contextual.

Mindset Data Driven



- ✓ Organización dirigida por decisiones guiadas en datos.
- ✓ Sólido Gobierno de datos.

Estrategia Customer Centric



- ✓ Decisiones centradas en el cliente.
- ✓ Identificar a cada cliente como único.
- ✓ Brindar cada cliente la experiencia que merece.

War Room de venta digital



- ✓ Constitución de equipos multidisciplinarios orientado a ventas.
- ✓ Insights de acciones con enfoque "Test & Lern".
- ✓ Medición del ROI.
- ✓ Agilidad en su trabajo.

Omnicanalidad



En base a una sólida de gestión de relación con clientes.

GRACIAS

FA. FINTECH
AMERICAS

BNB