



DISTANCIAMIENTO SOCIAL: CAMBIOS AL PARADIGMA DE ATENCIÓN AL ASOCIADO

#yomequedoencasa



Antonio Terra Rompani
VP Operaciones Comerciales
antonio@bankingly.com



COVID-19 = cambia el paradigma de canales

- Sucursal: no ir, tampoco quiere ir
- ATM: no tocar, no usar efectivo
- Call center: desbordado
- Corresponsales: cerrados
- Ejecutivo de campo: vector de contagio
- Canales digitales: adopción masiva



FALTAN AÑOS PARA LA
TRANSFORMACIÓN DIGITAL.
PODEMOS SEGUIR HACIENDO
LAS COSAS COMO HASTA
AHORA.



COVID-19

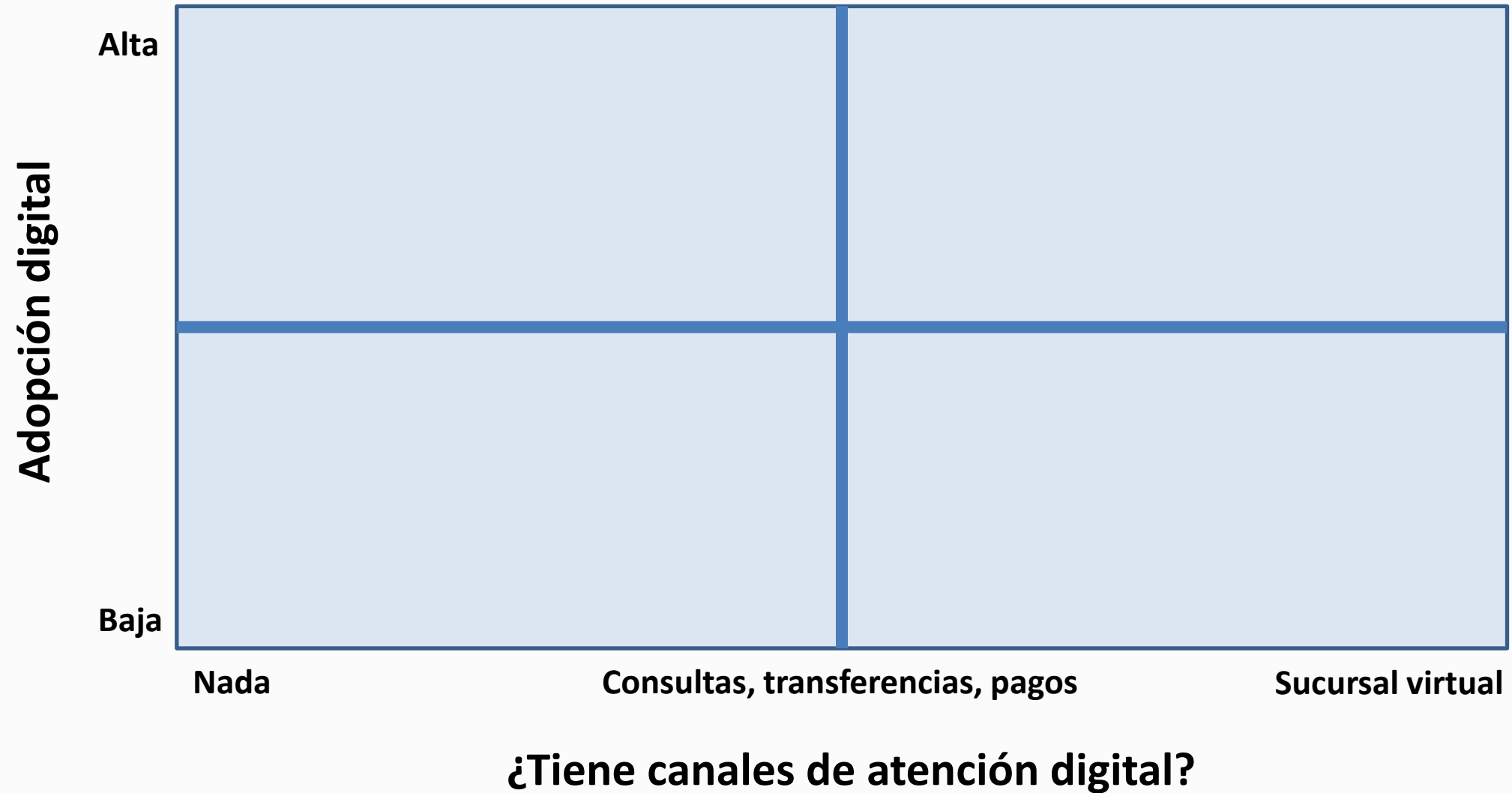
TOM
FISH
BURNE

Realidad práctica = ¿qué podemos hacer HOY?

- Sucursal: no ir, tampoco quiere ir
- ATM: no tocar, no usar efectivo
- Call center: tomador de pedidos
- Corresponsales: cerrados
- Ejecutivo de campo: vector de contagio
- Canales digitales: tomador de pedidos más eficaz



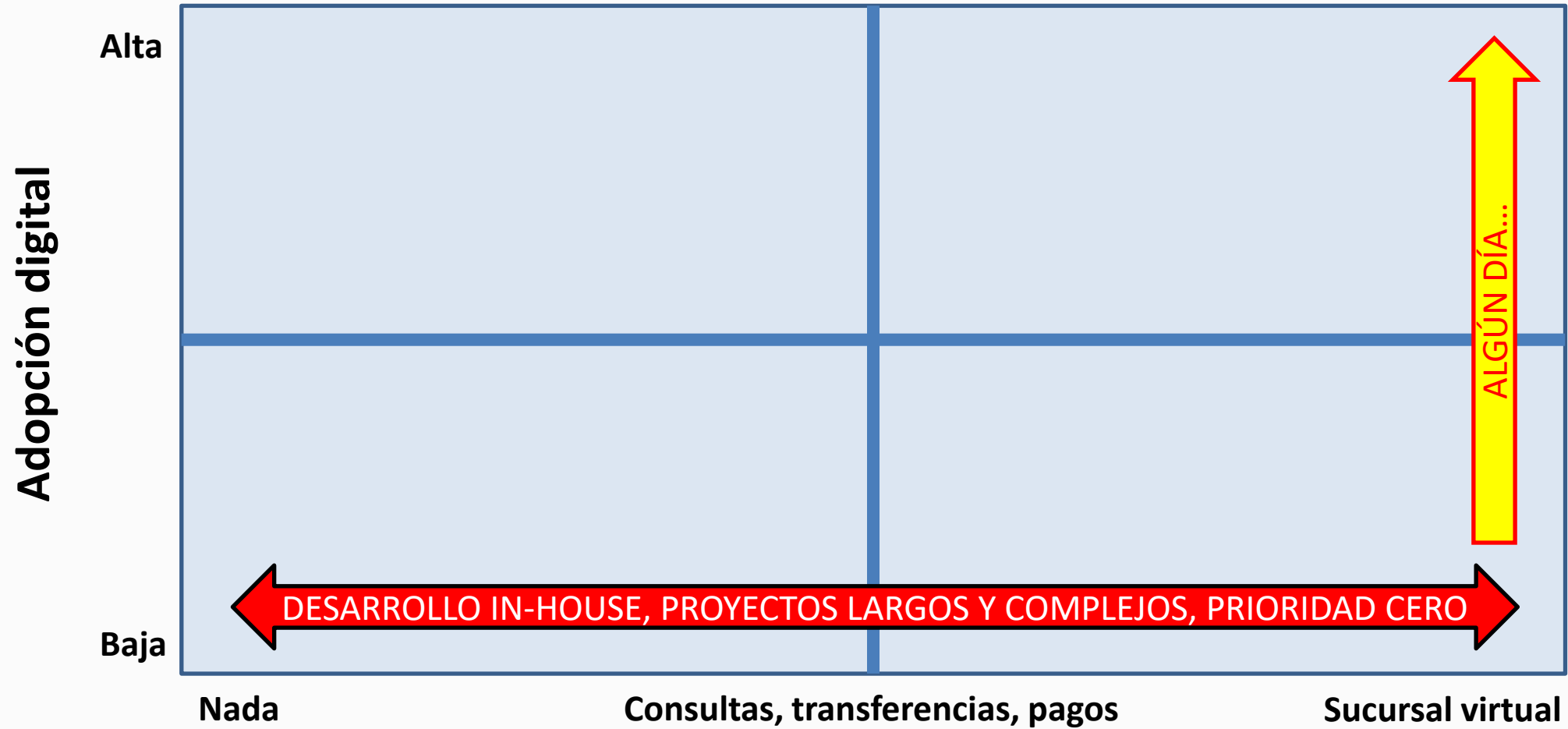
¿Dónde estamos y por qué?



¿Dónde estamos y por qué?

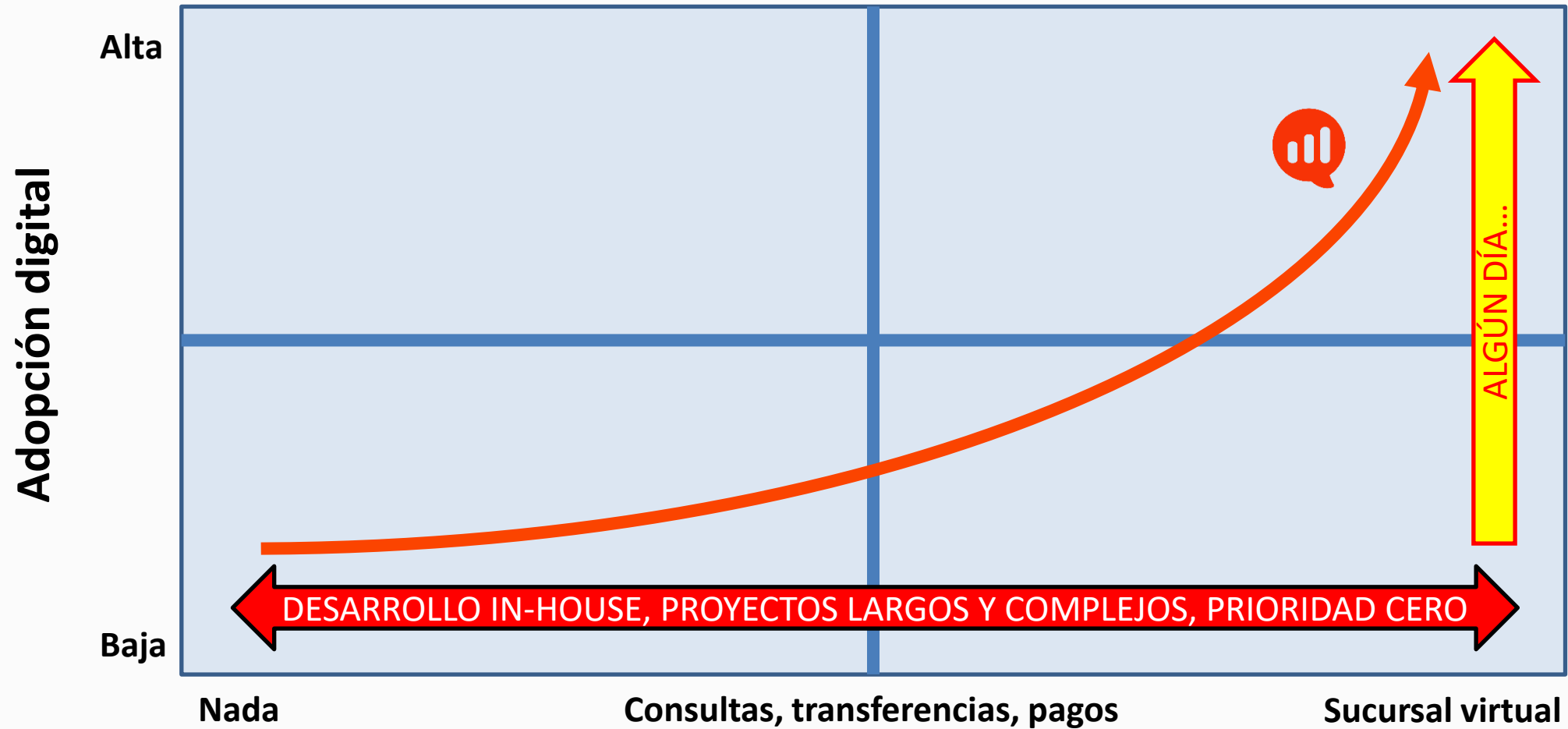


¿Dónde estamos y por qué?



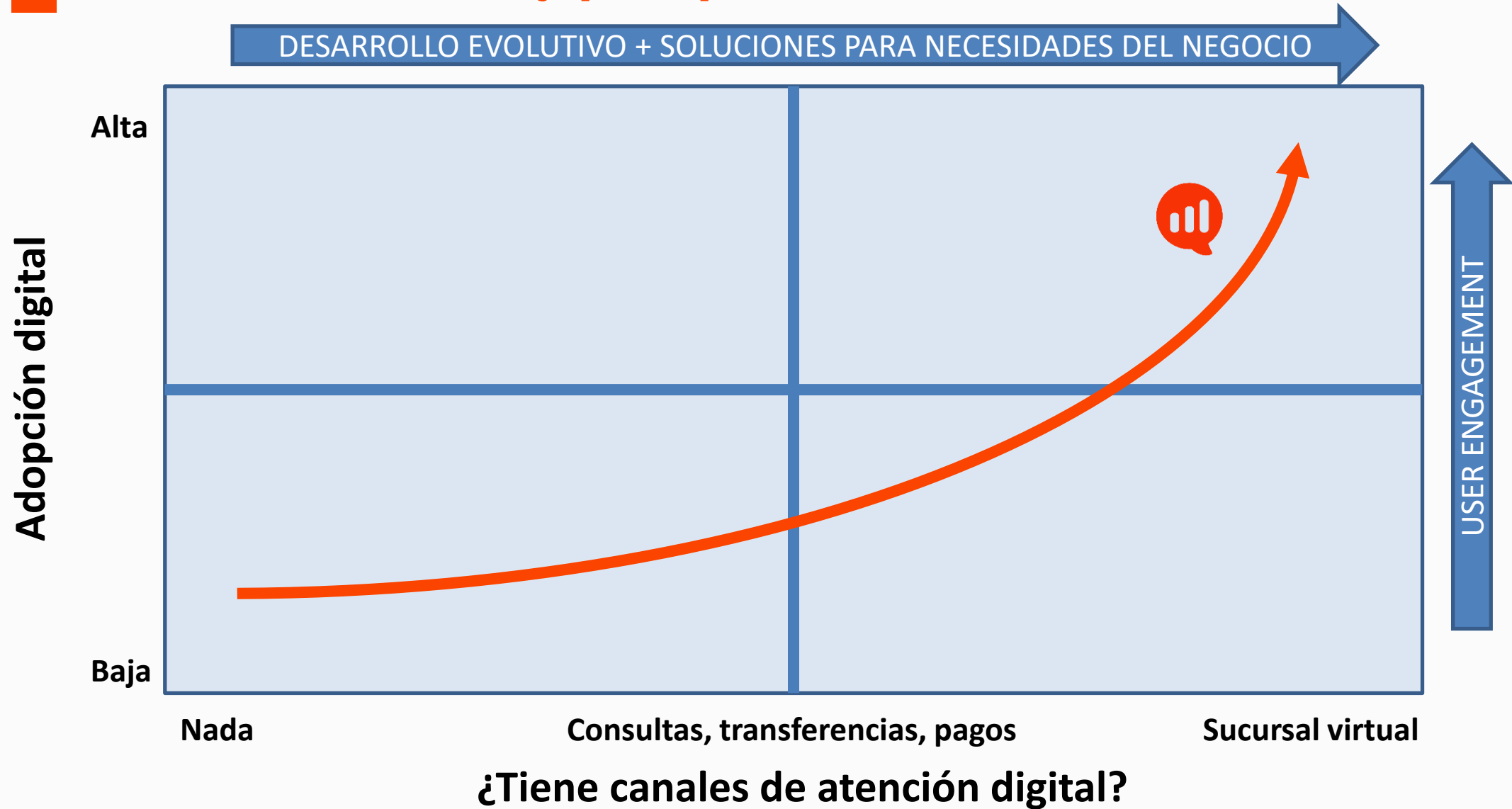
¿Tiene canales de atención digital?

¿Dónde estamos y por qué?

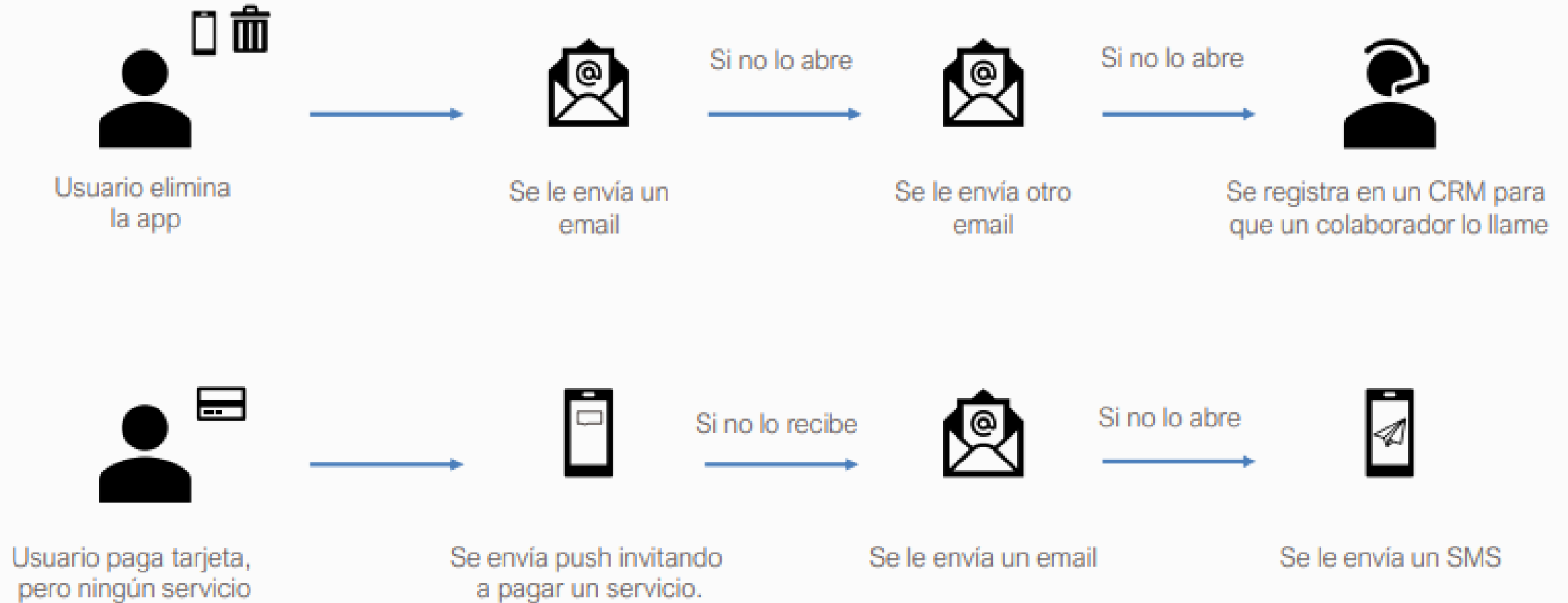


¿Tiene canales de atención digital?

¿Dónde estamos y por qué?



Ejemplo Genérico de **Flujos Automáticos**



Pasos a seguir

1. ¿Tenemos canales digitales?
2. Usar canales digitales para comunicación
 - i. Área Privada (usuario autenticado)
 - ii. Área Pública (no sé quién es)
3. Rediseñar procesos:
 - i. Dejar de lado “cómo lo hacemos hoy”
 - ii. Considerar “cómo lo podemos hacer hoy”
4. Volver al 2. regularmente
5. ¿Cómo lo queremos hacer mañana?



App Móvil: en 1 semana

Si hoy no tiene canales, ofrecemos implementar la versión pública de nuestra app móvil por tres meses, de forma gratuita y sin obligación de compra. Es solo enviarnos logo y colores para personalizar.



ÁREA PÚBLICA

- Banners y novedades
- Ubicación
- Formularios de contacto

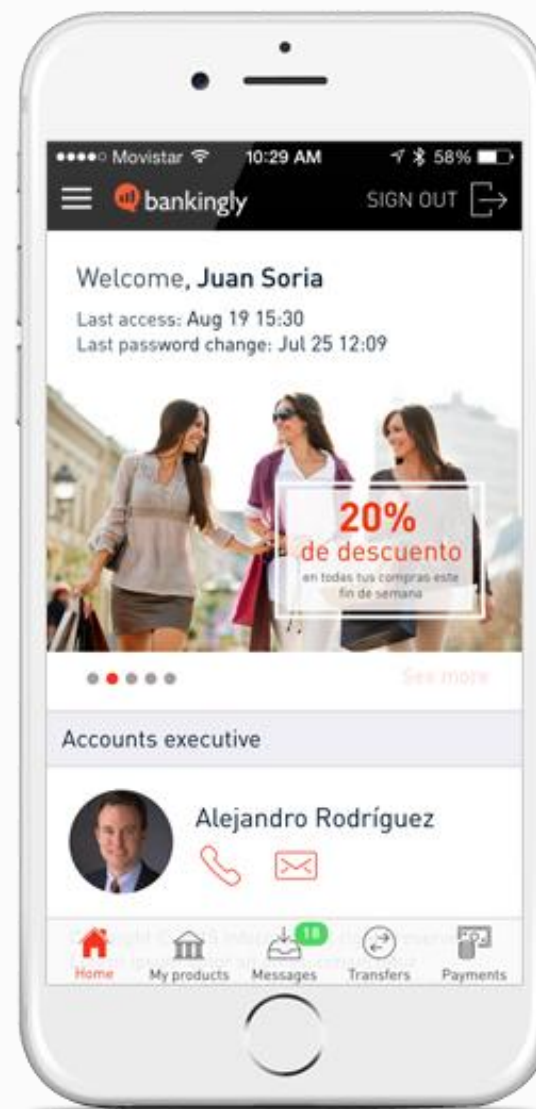
GENERAL

- Solicitud de productos & servicios
- Mensajes
- Autenticación multi-factor
- Configuración de datos personales

ÁREA PRIVADA

- Transferencias
- Pagos (Préstamos, Tarjetas de Crédito, etc.)
- Pago de servicios
- Productos: cuentas, tarjetas de crédito, préstamos, plazo fijo
- Apertura de cuentas
- Historial de transacciones
- Contacto con ejecutivo de cuentas

OBJETIVO: apoyar los esfuerzos de comunicación y descongestionar el call center. Si luego avanzan con la contratación, la integración de servicios lleva 2-3 meses.



Pasos a seguir

1. ¿Tenemos canales digitales?
2. Usar canales digitales para comunicación
 - i. Área Privada (usuario autenticado)
 - ii. Área Pública (no sé quién es)
3. Rediseñar procesos:
 - i. Dejar de lado “cómo lo hacemos hoy”
 - ii. Considerar “cómo lo podemos hacer hoy”
4. Volver al 2. regularmente
5. ¿Cómo lo queremos hacer mañana?



Pasos a seguir

1. ¿Tenemos canales digitales?
2. Usar canales digitales para comunicación
 - i. Área Privada (usuario autenticado)
 - ii. Área Pública (no sé quién es)
3. Rediseñar procesos:
 - i. Dejar de lado “cómo lo hacemos hoy”
 - ii. Considerar “cómo lo podemos hacer hoy”
4. Volver al 2. regularmente
5. ¿Cómo lo queremos hacer mañana?



PROPUESTA GRATIS POR TRES MESES DE EMPRESA ALIADA PRISMA CAMPAIGNS

Campañas
Out of the
box



Diferir pago



Mora temprana



Préstamo personal



Préstamo pre-aprobado



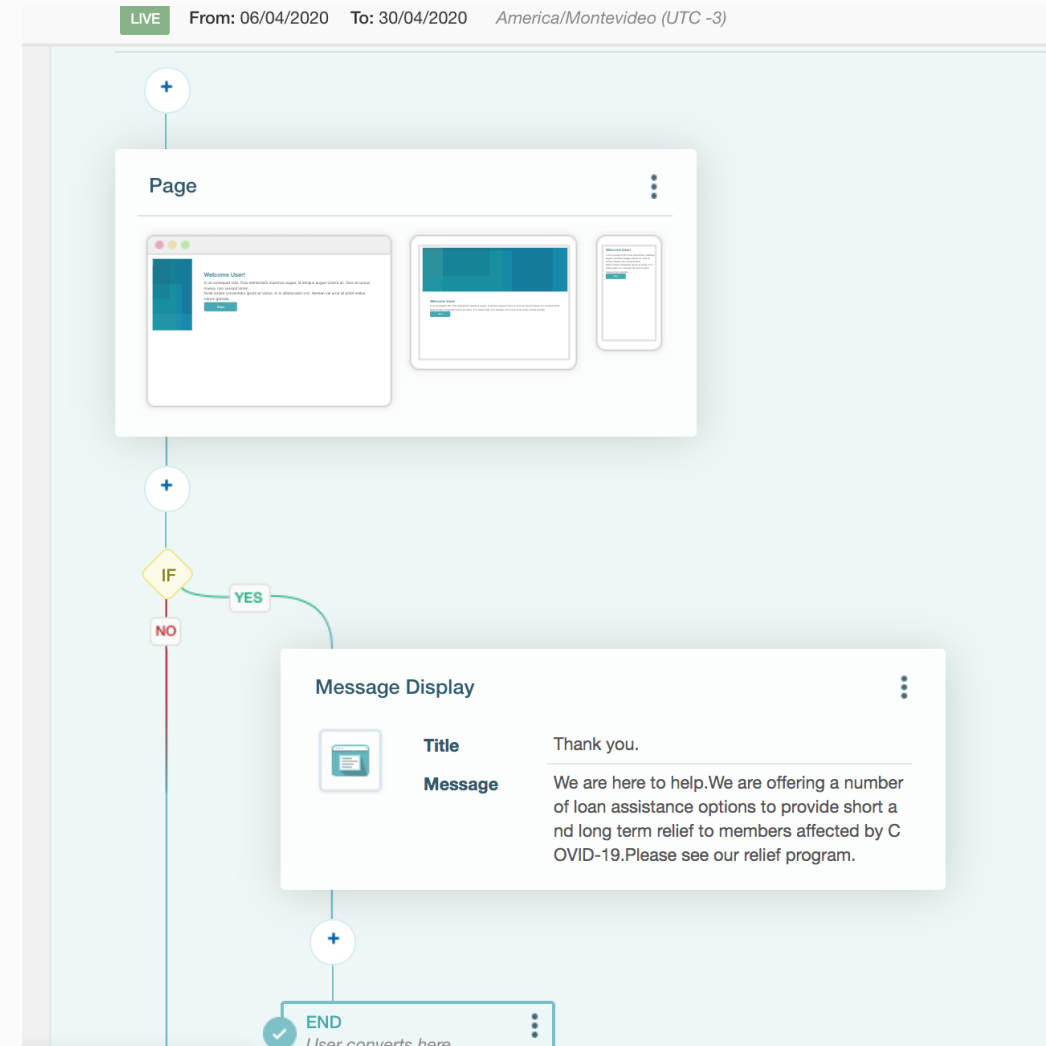
Préstamo pequeña y mediana empresa



Solicitud de contacto

Componentes incluidos

- Diseñador de Landing page
- Flujos pre-armados
- Guía para segmentación de usuarios
- Plantillas de email, SMS y Landing Page
- Integrado con diversos proveedores de autenticación en línea



Pasos a seguir

1. ¿Tenemos canales digitales?
2. Usar canales digitales para comunicación
 - i. Área Privada (usuario autenticado)
 - ii. Área Pública (no sé quién es)
3. Rediseñar procesos:
 - i. Dejar de lado “cómo lo hacemos hoy”
 - ii. Considerar “cómo lo podemos hacer hoy”
4. Volver al 2. regularmente
5. ¿Cómo lo queremos hacer mañana?



Pasos a seguir

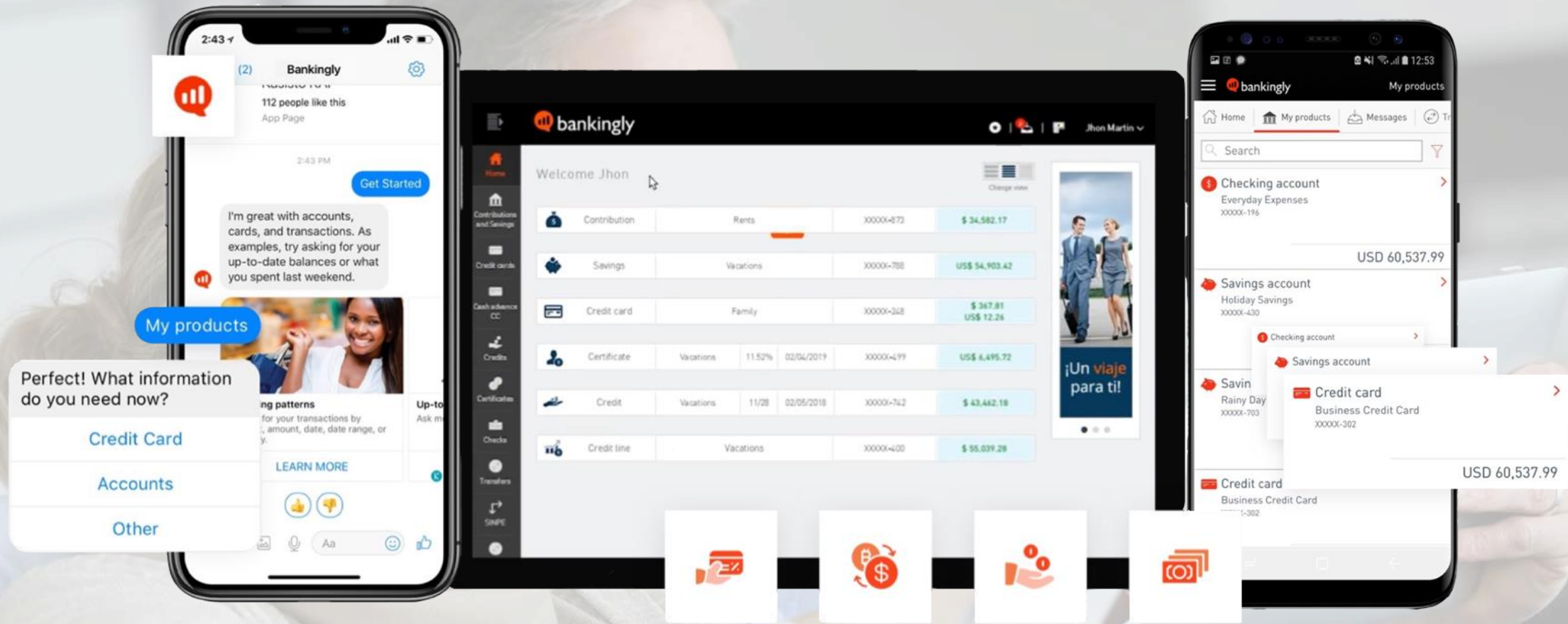
1. ¿Tenemos canales digitales?
2. Usar canales digitales para comunicación
 - i. Área Privada (usuario autenticado)
 - ii. Área Pública (no sé quién es)
3. Rediseñar procesos:
 - i. Dejar de lado “cómo lo hacemos hoy”
 - ii. Considerar “cómo lo podemos hacer hoy”
4. Volver al 2. regularmente
5. ¿Cómo lo queremos hacer mañana?





helping people **LOVE** their bank





Perfect! What information do you need now?

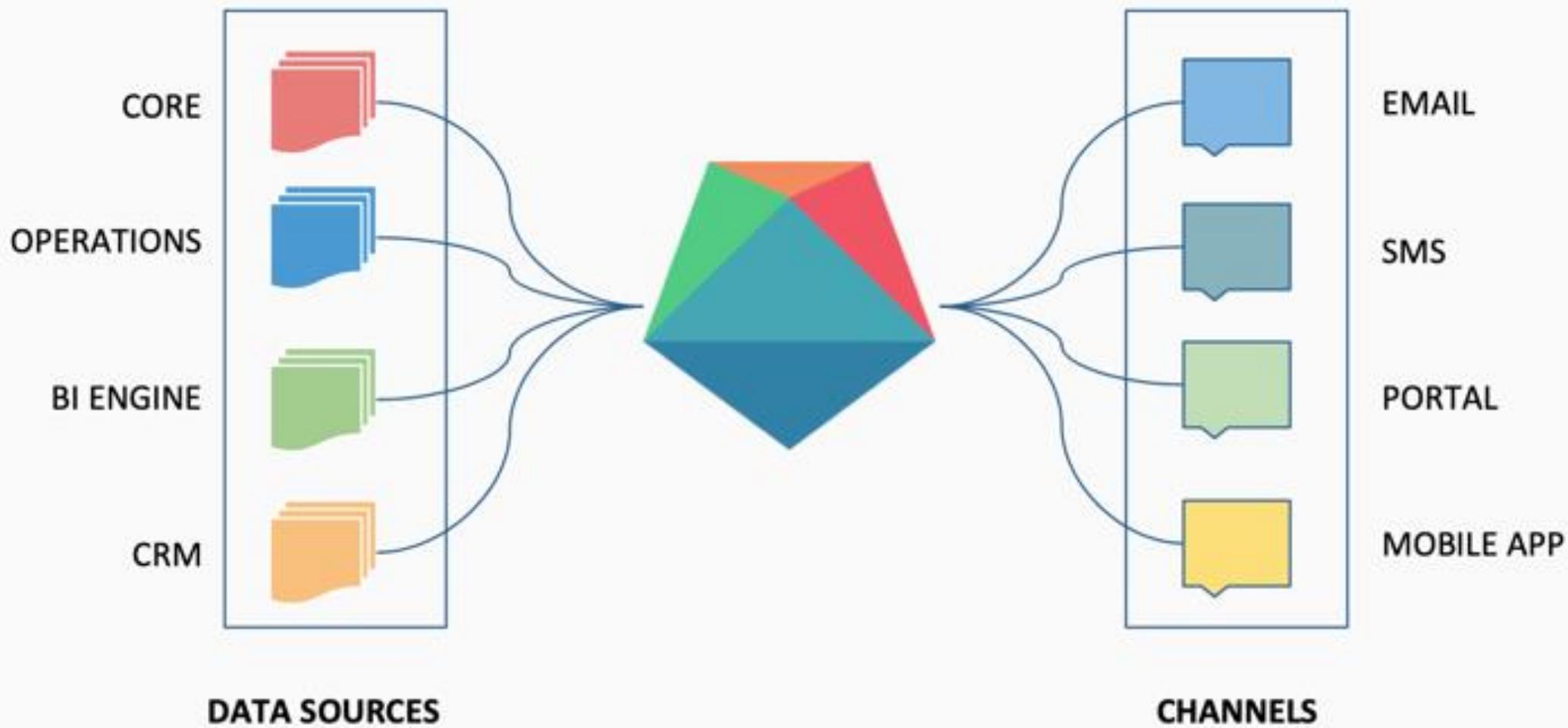
- Credit Card
- Accounts
- Other

Crezca con sus clientes

Canales digitales para su institución financiera



PRISMA CAMPAIGNS ORQUESTRA LA EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS LLENANDO EL VACÍO ENTRE LAS MÚLTIPLES FUENTES DE INFORMACIÓN Y EL ACCIONAR EFICAZ A TRAVÉS DE DISTINTAS MODALIDADES DE CONTACTO



Gestiona todos los pasos de un crédito





“La disrupción es un hecho, pero la transformación es tu elección”

GRACIAS

Antonio@bankingly.com