

**“Innovación en la gestión de
crédito y cobranza para generar
una nueva experiencia para el
cliente”**

Expositor: JUAN FRANCISCO PALACIOS



Finanzas para el desarrollo
**RED DE INSTITUCIONES
FINANCIERAS DE DESARROLLO**



CENTRO DE APRENDIZAJE
**RED DE INSTITUCIONES
FINANCIERAS DE DESARROLLO**

CAMBIOS EN EL SISTEMA

Hay razones para creer que esta vez es diferente: que la tecnología efectivamente transformará los servicios financieros de una manera que no ha sucedido antes. Y esto tiene mucho que ver con el concepto de movilidad.

La tecnología efectivamente transformó los servicios financieros de una manera que no ha sucedido antes

La movilidad de la tecnología

- 1** Los dispositivos móviles, como smartphones y tabletas, se han convertido en algo habitual.
- 2** La gente ya no sólo se conecta y navega por internet desde sus ordenadores personales, sino que cada vez más lo hacen desde sus dispositivos móviles, on the go.
- 3** Esto tiene profundas implicaciones sobre cómo se ofrecen y consumen los servicios financieros.





CAMBIOS EN EL CLIENTE

EL NUEVO CLIENTE :

- **Opta masivamente por el Smartphone y la Tablet**
 - **Conoce y tiene mayor información**
 - **Se siente cómodo de esa manera**
- **Toma decisiones mas fácilmente y a un solo "click"**

Genera una conectividad permanente y un punto de no retorno hacia la banca digital

**ECOSISTEMA FINANCIERO
CENTRADO EN EL CLIENTE**

ESTRATEGIAS CENTRADAS EN EL CLIENTE

*Estrategias desarrolladas hacia un modelo **centrado en los clientes** más que en el modelo de orientación a productos.*

*Los clientes necesitan **experiencias nuevas** y deben ser desarrolladas en los **canales electrónicos**.*

Visión centrada en el Cliente

**EL CLIENTE NO BUSCA
UN PRODUCTO, BUSCA
UNA EXPERIENCIA**

Experiencia del Usuario

ADOPCIÓN

Diseño





LA MOVILIDAD ES TODO

**Canales alternativos
Nuevas herramientas
Nuevos Productos
Transformación**





LA MOVILIDAD ES TODO

Innovación de Productos Tradicionales

Trabajar en los productos tradicionales como el **MICRO CRÉDITO** para incluirlos en los canales electrónicos.

- Genera un valor agregado único a los clientes.
- Eleva la transaccionalidad en los canales electrónicos.
- Da la oportunidad de generar nuevos clientes y nuevos productos.
- Se encarga de hacer que los clientes cumplan sus objetivos, generando una Fidelización única por medio de procesos de GAMIFICACION.
- Perfilamiento del cliente conociendo a detalle los gustos y preferencias de sus clientes a través de herramientas de Analítica.
- Plataforma de Base de Datos no relacionales



INNOVACIÓN Y DISRUPCIÓN

CRÉDITO ✓



Fidelización de Clientes

!! Más Rápido !!



Efectivo e Inmediato

!! INNOVACIÓN TECNOLÓGICA !!





El resurgimiento "Millennials Economy"

Todas las miradas están puestas en ellos: un grupo de **80 millones** de personas en EEUU y algo más de **51 millones** en Europa, que en **2025** supondrán el **75%** de la fuerza laboral del mundo. El **81%** tiene perfil en Facebook y el **83%** duerme con el móvil a menos de **15 cm**.

Los bancos deben satisfacer su exigencia tecnológica y acercarse a ellos desde las **Apps**, **Redes Sociales** y **Comunidades Online** para mantener su **fidelidad**.

EVOLUCIÓN DIGITAL OMNISCANALIDAD

**BANCA POR
INTERNET**

BANCA MÓVIL

**BILLETERA
ELECTRÓNICA**





La irrupción de la "Multicanalidad / Omnicanalidad"

El objetivo de **escuchar al cliente** a través de las diferentes **plataformas**, y que de su propio **feedback** puedan nacer **nuevas iniciativas** o mejorar las que ya se han puesto en marcha.

El nuevo cliente utiliza **múltiples canales** y **dispositivos digitales** para sus actividades. Tiene la capacidad y la necesidad de hacer varias cosas a la vez. Destacará la entidad que **potencie la omnicanalidad off+online**.

Estrategias para las IFI's

“La estrategia **omnicanal** ya no solo contempla la banca en Internet. **Los canales o puntos de contacto de un cliente con su entidad no compiten entre ellos.** Como institución financiera no hay que escoger cual es la mejor opción para contactar a mis clientes; **simplemente hay que ofrecerles todas las opciones y que éstos sean quienes escojan,** en función de donde estén, en qué situación, a qué hora, ¡y hasta de qué humor se encuentren!”

COBRANZA CON TECNOLOGÍA

No **restes importancia** a la reducción de costos que significa automatizar tus cobros y pagos mediante el uso de la Tecnología. El recibir pagos por medios físicos significa que deben ser introducidos en el **sistema manualmente**, y eso representa un desperdicio de tiempo y dinero, al tiempo que es un **proceso vulnerable a errores**.

Una vez que la plataforma esté automatizada, alienta a tus clientes a hacer uso de los **canales electrónicas**.

Tu campaña para promover este nuevo servicio debe enfocarse en los **beneficios para tus clientes y proveedores**, entre ellos, la conveniencia, el ahorro económico y el tener acceso a información precisa y oportuna.

COBRANZA CON TECNOLOGÍA

Introducir aplicaciones móviles al proceso de cobranza

La tecnología móvil simplifica los procesos de negocios en general, pero también te ayuda a agilizar tus cobros, pues es más fácil y rápido que contactes a tus clientes.

Si buscas personalizar tu servicio al cliente, una aplicación para dispositivos móviles es la respuesta.

Abrir múltiples canales de cobro

Si aprovechas las diversas plataformas tecnológicas para estar disponible para tus clientes las 24 horas y los siete días de la semana, y por diversos medios, les facilitarás la tarea de realizar sus pagos. Aprovecha tu sitio web para introducir un canal de pago automatizado y ofrece el servicio a través de mensajes de texto, correo electrónico y mediante transferencias bancarias electrónicas.

Sus ventajas

Estas nuevas tecnologías para automatizar tu cobranza te ayudan a:

- **Minimizar errores**
- **Hacer eficientes los procesos de emisión de créditos, recordatorio de cuentas por vencer y registro de pagos**
- **Liberar personal para otras tareas estratégicas**
- **Mejorar el servicio al cliente**
- **Tener información precisa y actualizada**

Aprovecha las soluciones tecnológicas para reducir costos de operación y ofrecer una atención de calidad a tus clientes. Ambos factores son esenciales para llevar una buena [administración financiera](#) de tu negocio.



COMO POTENCIAR EL USO DE LOS CANALES Y SERVICIOS DIGITALES

Dar a conocer los Beneficios:

- **Único canal que nos acompaña donde estemos**
- **Durante las 24 Horas**
- **Fácil de usar y adaptarse**
- **En un medio poco saturado**
- **Con un mensaje personalizado**
- **Permitiendo una comunicación Bidireccional**
- **A un costo reducido**
- **Ofreciendo un control en tiempo real de las acciones**
- **La posibilidad de generar ingresos**



ADOPCIÓN

Fidelización:

- Incentivar el Uso con Premios a los segmentos que se desean migrar a Banca Móvil y Banca por internet
- Implementar transacciones específicas para el canal (Ej. Micro Seguros, promociones, Ahorro, etc.)
- Resaltar la Gratuidad del Canal
- Canal apropiado para Bancarización



ADOPCIÓN

Es un canal personal e individualizado

No solo está aceptado socialmente sino que expresa identidad personal

La renovación permanente de los dispositivos es facilitada por el mercado

Los usuarios se mantienen formados y capacitados por razones personales

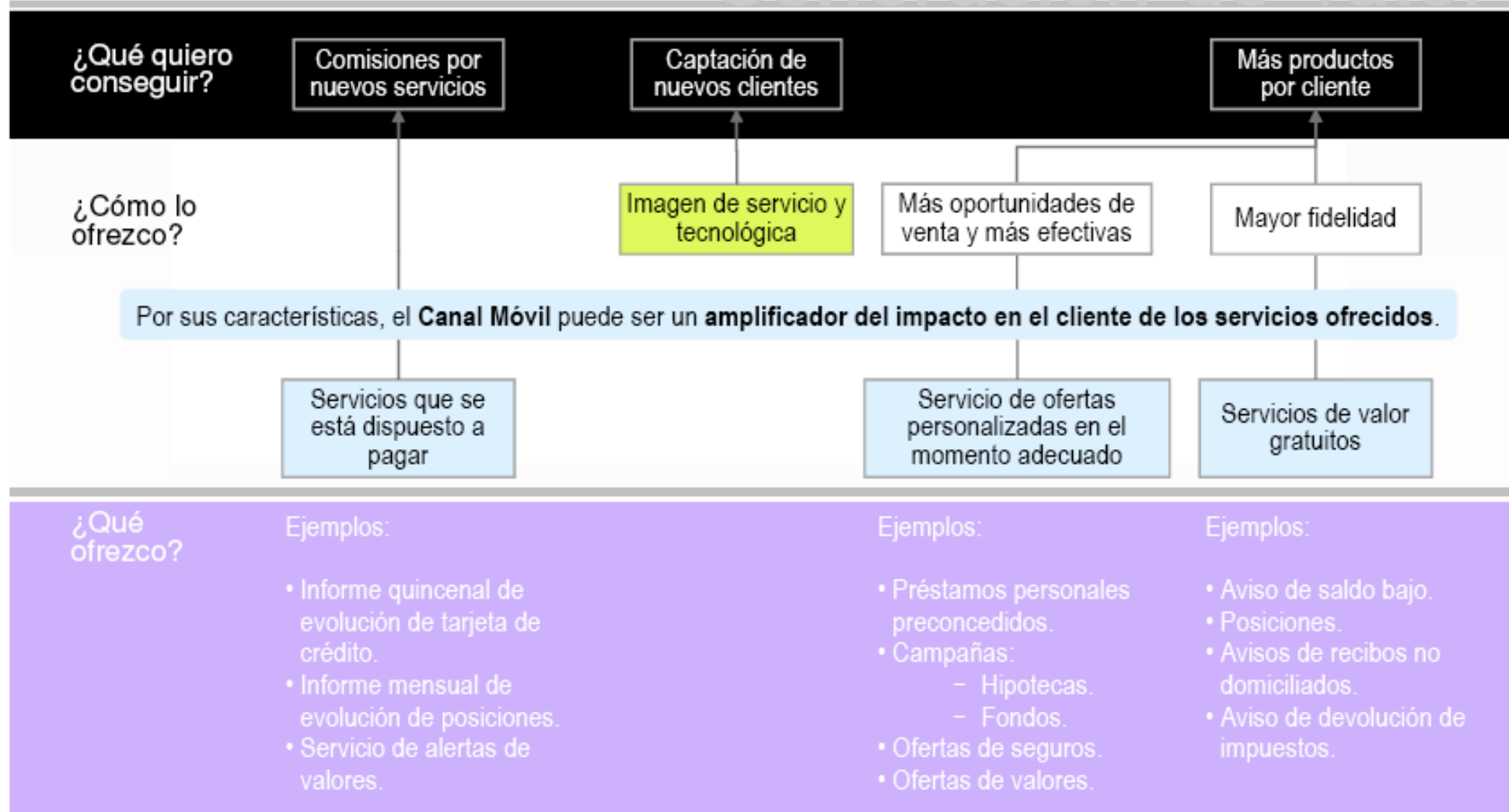
Es el único canal que permite una comunicación “push” real

Es el canal más extendido: 6 usuarios de móvil por 1 de Internet



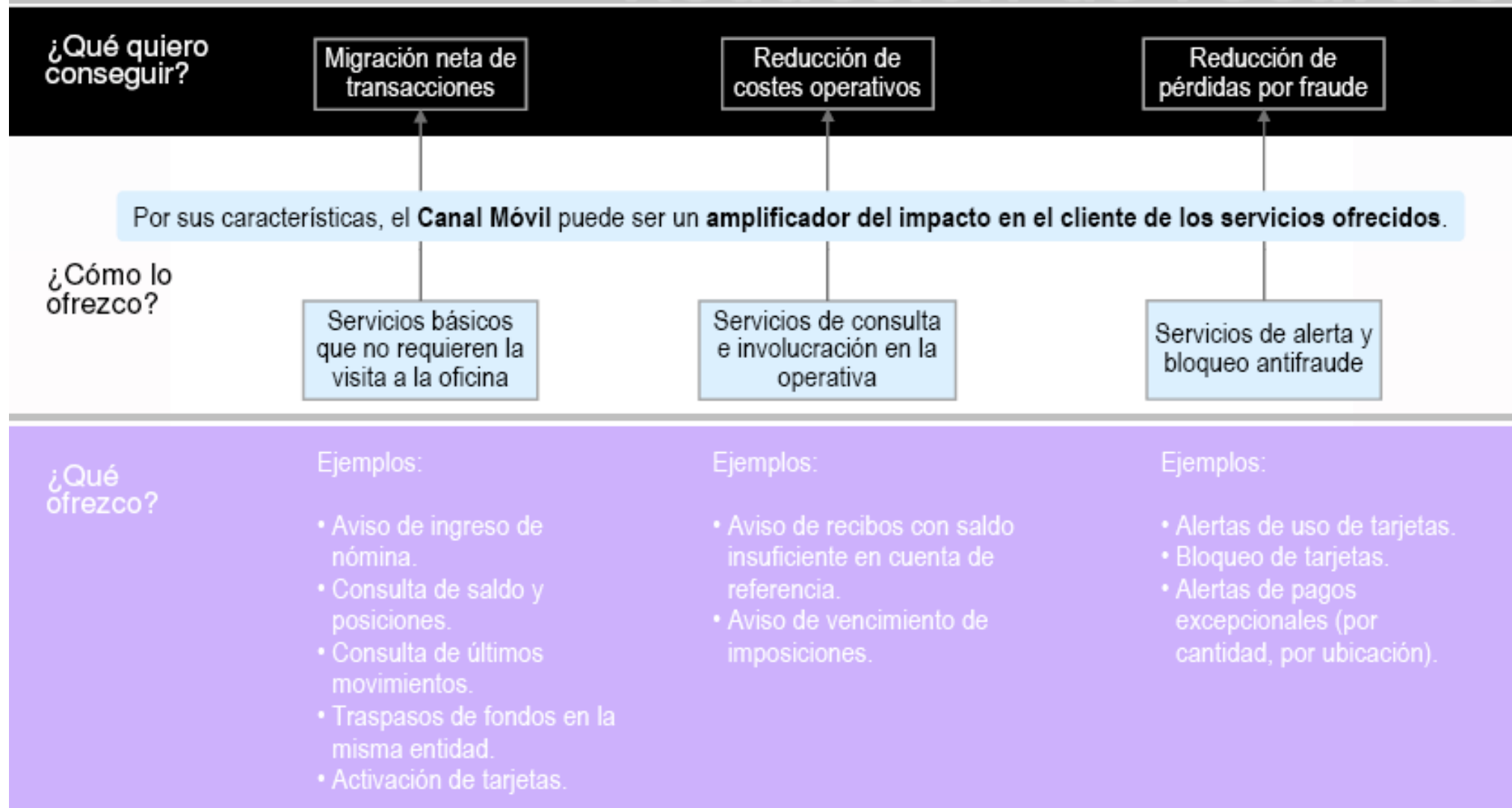
USO

Generación de Valor



USO

Reducción de recursos



BIMODALIDAD

Mantener a los clientes tradicionales al igual que a los nuevos clientes digitales



GRACIAS



Juan Francisco Palacios | Presidente

+ 593 99238 0652



Jf.palacios



jpalacios@libelulasoft.com



facebook.com/libelulasoft



Finanzas para el desarrollo

**RED DE INSTITUCIONES
FINANCIERAS DE DESARROLLO**



rfdEcuador



@rfdecuador

Pasaje El Jardín E10-06 y Av. 6 de Diciembre
Telf. 593 (2) 333 2446 / 333 3091
E-mail: info@rfd.org.ec

www.rfd.org.ec