

# Banco Horizonte

## Campaña de Marketing

Mercedes Costal - Perfil cliente  
Adam Tomàs - Finanzas y riesgo crediticio  
Fede Labate - Marketing y comunicación  
Verónica Figueroa - Directora



# SPRINT N°1



# KPIs

RESULTADO

UNIDADES

## 1. Porcentaje de Conversión a Depósito

$$\text{Porcentaje de Conversión} = \left( \frac{\text{Número de clientes que suscribieron}}{\text{Número total de clientes contactados}} \right) \times 100$$

47.39

%

## 2. Promedio de Duración de Llamadas de Suscriptores

$$\text{Promedio de Duración de Llamadas} = \frac{\sum \text{Duración de llamadas de suscriptores}}{\text{Número de suscriptores}}$$

537.39

## 3. Porcentaje de Llamadas a Teléfono o Móvil

$$\text{Porcentaje de Llamadas a Teléfono/Móvil} = \left( \frac{\text{Número de llamadas realizadas por teléfono o móvil}}{\text{Número total de llamadas}} \right) \times 100$$

78.98

%

## 4. Promedio de Contactos Previos de Suscriptores

$$\text{Promedio de Contactos Previos} = \frac{\sum \text{Número de contactos previos de suscriptores}}{\text{Número de suscriptores}}$$

1.76

## 5. Mes con Mayor Tasa de Conversión

$$\text{Mes con Mayor Conversión} = \text{Mes con max} \left( \frac{\text{Número de suscriptores en el mes}}{\text{Número total de clientes contactados en el mes}} \right) \times 100$$

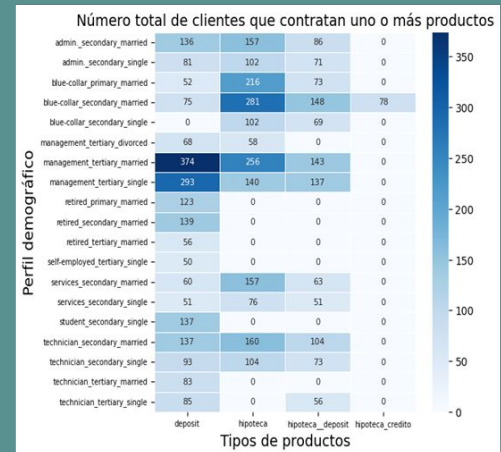
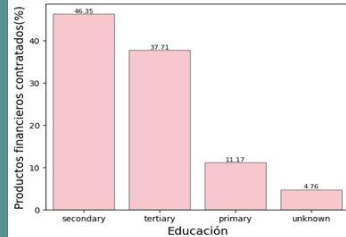
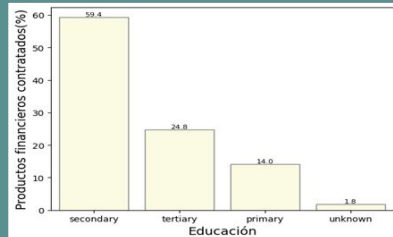
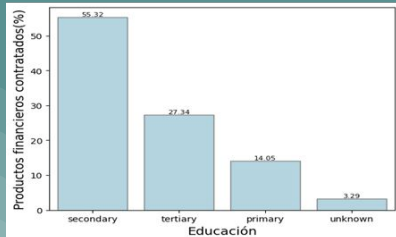
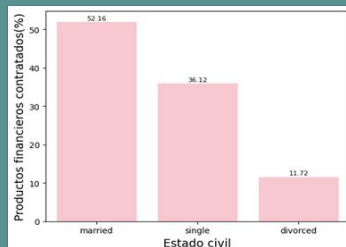
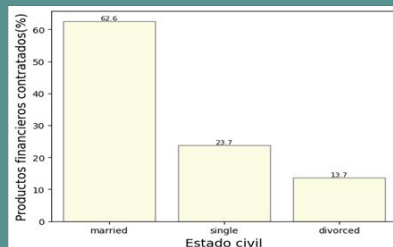
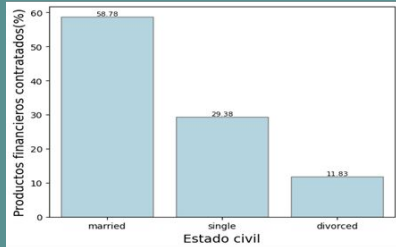
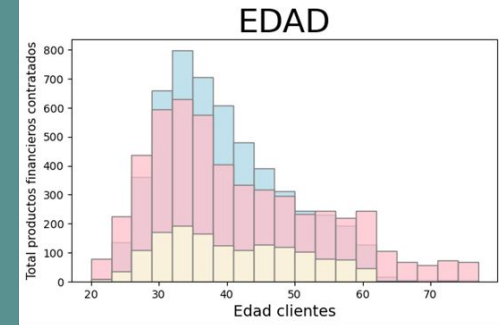
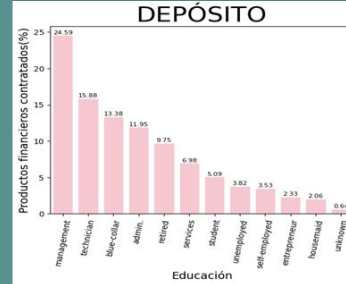
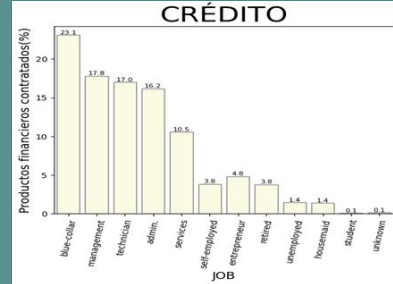
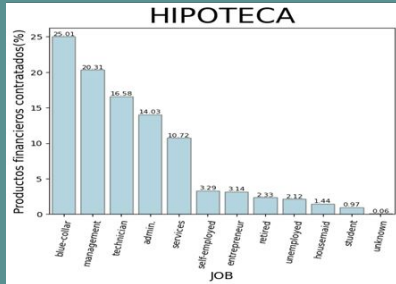
DEC

90.91

%

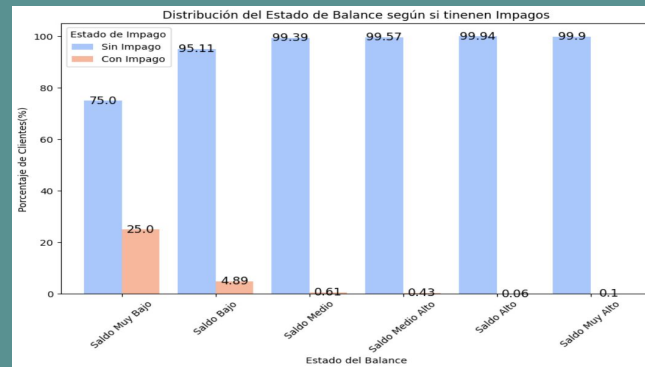
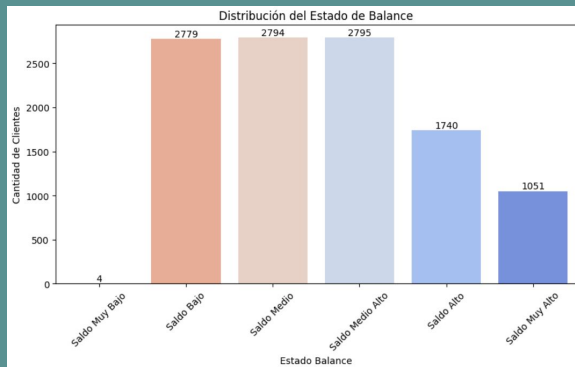
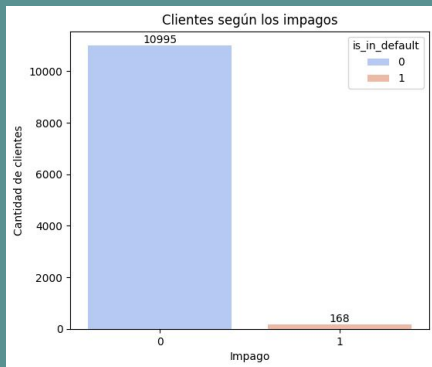
# Perfil cliente

¿Cuáles son los perfiles demográficos que muestran mayor propensión a contratar productos financieros?



# Finanzas y riesgo crediticio

¿En qué medida los clientes con saldos más bajos están en mayor riesgo de incumplimiento de crédito, y cómo debemos ajustar nuestras políticas de crédito para mitigar ese riesgo?



**SMB** < -2257.75

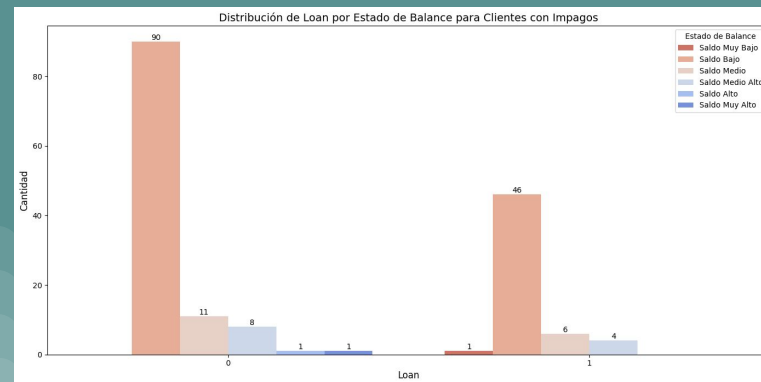
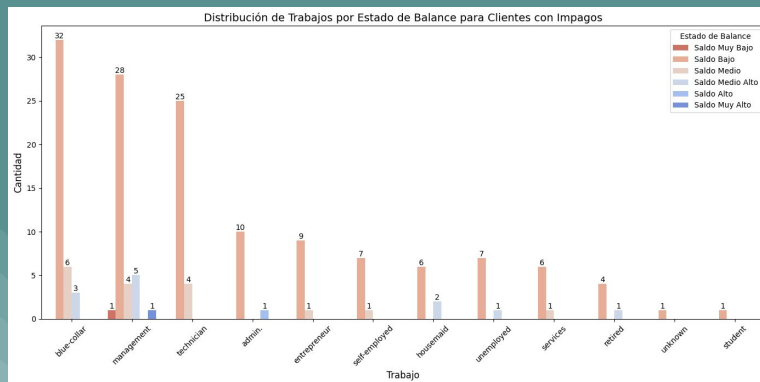
-2257.75 < **SB** < 122

122 < **SM** < 550

550 < **SMA** < 1708.5

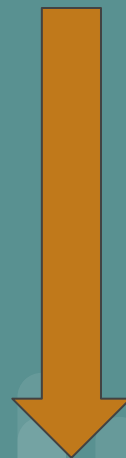
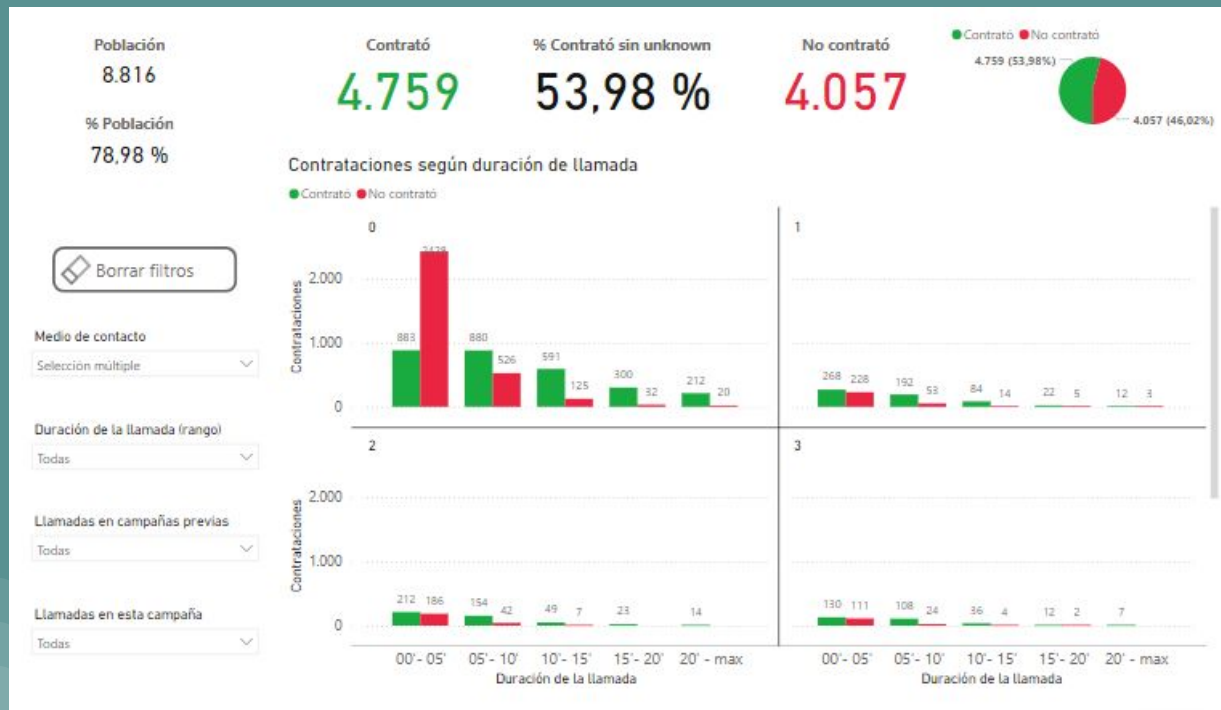
1708.5 < **SA** < 4088.25

**SA** > 4088.25



# Marketing y Comunicación

¿Cómo afecta la duración de las llamadas de contacto a la probabilidad de que un cliente suscriba a un depósito a plazo, y qué ajustes podríamos hacer en nuestros métodos de contacto para mejorar la tasa de respuesta?



# ¡Gracias!

Mercedes Costal - Perfil cliente  
Adam Tomàs - Finanzas y riesgo crediticio  
Fede Labate - Marketing y comunicación  
Verónica Figueroa - Directora

