

Reto Hey Banco Equipo 404's

Línea temporal de publicaciones en Twitter desde la cuenta de Hey Banco

Este análisis se realizó con la intención de identificar patrones en la creación y publicación de contenido y la variabilidad en la interacción de los usuarios, así como la positividad o negatividad de la misma.

23.02.2023	Post cómo funciona la tarjeta de crédito Hey con Garantía*
	Crédito personal Hey: on demand
24.02.2023	Lanzamiento colaboración Helena Garza
27.02.2023	Tarjeta Hey Emmanuel Corona, ganador dinámica diseña tu tarjeta
28.03.2023	Contestar preguntas sobre Hey Garantía
02.03.2023	Primera Fan Shop, tienda física en CDMX
06.03.2023	Post sobre diferencias en TDC con digital banker
13.03.2023	Lanzamiento Hey Coins, nuevos puntos de lealtad. beneficio HeyPro
29.05.2023	La app ahora notifica movimientos de tarjetas y cuentas Hey
23.06.2023	Post IA para customer service y para evitar ser víctima de fraude
23.06.2023	Post sobre canales de atención al cliente: app Centro de Servicio, teléfono, cuenta de twitter
30.06.2023	Apertura fan shop Monterrey
03.07.2023	Post promoción "aprender a invertir en el presente"
04.07.2023	Post promoción activa cuenta Hey Banco
13.09.2023	Post ¿cómo me convierto en Hey Pro
13.09.2023	Post promoción invierte
22.09.2023	Post cómo retiro sin tarjeta, app hey

29.09.2023	Post ¿ya conocías estas tres herramientas? app hey
02.10.2023	Post entérate de lo que te espera este mes con Hey: boleto dorado: giveaway
05.10.2023	Post activa tu Inversión
05.10.2023	Post explicativo interés y tasa de rendimiento
10.10.2023	Post invitación seguimiento (promoción, descuentos giveaways, novedades, noticias y ofertas)
25.10.2023	Prepárate venta tempranera Tecate
30.10.2023	Reto Emprende Hey
14.11.2023	Servicio de corresponsalía 7-Eleven se encuentra fuera de servicio
01.12.2023	Post promoción, recompensas en efectivo al comprar con TDC
22.12.2023	depósito y pago 7 eleven disponibles
18.01.2024	Celebración 6 años, giveaway 60,000 en 3
06.02.2024	Tarjeta Cecilia Barreto
21.02.2024	Fan Shop en Guadalajara

Diferenciadores

Hey Banco ofrece una amplia gama de productos y servicios financieros, a diferencia de otros que se centran en una sola área, pues proporciona créditos, ahorro, seguros e inversiones para personas físicas y morales, todo al alcance de una sola aplicación (créditos automotrices e hipotecarios, tdc, etc).

Hey Banco considera que la adopción y mejora de la educación financiera son los factores clave para ganar la competencia.

Enfoque en la experiencia del Cliente

Hey Banco se esfuerza por brindar una excelente experiencia al cliente, por lo que buscan mejorar la aceptación de tarjetas, reducir el fraude y ayudar a los clientes a alcanzar sus metas financieras. Su **objetivo** es ofrecer un nivel de asesoría similar al que se obtendría a través de un ejecutivo de un banco físico, pero de manera más accesible para todos los clientes.

Se diferencia al priorizar la experiencia del usuario en su plataforma digital. Ofrece una interfaz intuitiva y amigable que facilita la realización de operaciones bancarias en línea, como la apertura de cuentas, transferencias de dinero y pagos de servicios.

Competencia

Existen otros bancos digitales pero no tienen tanta oferta como Hey Banco, por lo que en realidad su mayor competidor es BBVA, pues tiene una base de clientes significativamente mayor.

Sin embargo, la razón por la que Nu es una competencia es porque ha ganado popularidad por su enfoque en la simplicidad y experiencia del usuario.

Uno de los principales atractivos de Hey Banco es su política de no cobrar comisiones por la mayoría de sus servicios bancarios. Esto contrasta con muchos bancos tradicionales que suelen aplicar tarifas por mantenimiento de cuenta, transferencias y otros servicios.

Agilidad en los Procesos: Hey Banco se destaca por su agilidad en la tramitación de solicitudes y procesos bancarios. Al ser un banco completamente digital, elimina la necesidad de trámites presenciales y simplifica la burocracia, lo que resulta en una experiencia más rápida y conveniente para los clientes.

Enfoque en la Educación Financiera: La plataforma de Hey Banco no solo ofrece servicios bancarios, sino que también se enfoca en educar a sus usuarios sobre temas financieros. Proporciona herramientas y recursos para mejorar la educación financiera de sus clientes, ayudándoles a tomar decisiones más informadas y responsables.

Comparativamente, los bancos tradicionales, como Santander o BBVA, tienen una presencia física establecida con sucursales físicas y una larga historia en el sector bancario. Aunque muchos de estos bancos también ofrecen servicios en línea, su enfoque principal suele estar en sus operaciones tradicionales, lo que puede resultar en procesos más burocráticos y menos ágiles en comparación con Hey Banco.

Mejorar experiencia de servicio al cliente con análisis de sentimientos en tiempo real para obtener respuestas más personalizadas, empáticas, la personalización demuestra que te preocupas por las necesidades individuales de los clientes, hace que no den tantas vueltas. Utiliza los datos de los tweets para capacitar a tus agentes de atención al cliente. ¿Qué problemas comunes se mencionan? ¿Cómo pueden abordarlos de manera efectiva?

- La capacitación adecuada garantiza que los agentes estén preparados para manejar cualquier situación.
- Verificar segmentación horaria.

Fortalecer la presencia en el mercado:

- **Crear contenido educativo:** Desarrollar artículos, videos o infografías sobre temas financieros de interés para el público objetivo de Hey Banco, compartiéndolos en sus redes sociales, sitio web y aplicación móvil para atraer nuevos clientes y posicionarse como un referente en educación financiera.
- **Implementar programas de referidos:** Ofrecer mayores incentivos y beneficios a los clientes que refieran a sus amigos y familiares, aumentando la base de clientes de Hey Banco a través del marketing boca a boca.

- **Participar en eventos y comunidades en línea:** Fomentar la participación activa de Hey Banco en redes sociales, foros en línea y eventos relacionados con tecnología financiera y banca digital para aumentar la visibilidad de la marca y establecer relaciones con potenciales clientes.

Mejorar la experiencia del cliente:

- **Brindar soporte técnico en línea:** Ofrecer asistencia técnica a los clientes para que puedan solucionar problemas con la aplicación móvil o el sitio web de Hey Banco de forma rápida y eficiente, mejorando su experiencia general.
- **Personalizar la atención al cliente:** Utilizar la inteligencia artificial y el análisis de datos para ofrecer un servicio al cliente más personalizado, anticipando las necesidades de los clientes y brindándoles soluciones relevantes.

Personalizar la experiencia del cliente:

- **Segmentar clientes por intereses:** Utilizar el análisis de tweets para identificar los intereses y necesidades de diferentes grupos de clientes. Esto puede permitir ofrecer productos y servicios personalizados, así como contenido relevante en la aplicación móvil o el sitio web.
- **Comunicación personalizada:** Basándose en el análisis de tweets, adaptar el tono y el estilo de la comunicación con los clientes en función de sus intereses y necesidades. Esto puede ayudar a generar mayor empatía y fortalecer la relación con los clientes.
- **Ofertas y promociones personalizadas:** Utilizar el análisis de tweets para identificar los productos y servicios que generan mayor interés entre diferentes grupos de clientes, y ofrecer promociones personalizadas que se ajusten a sus necesidades.

PITCH

- **Profundo conocimiento del problema, su contexto. Causas raíces y su potencial impacto.**
- **Claro entendimiento de las fuentes de datos y las variables relevantes para el tema. Detección de problemas en la base de datos y correcta manera de manejarlos. Usar fuentes de información adicionales**
- **3-4 ideas importantes base generadas. Idea MVP y secundaria (creación contenido digital y aprovechamiento de tópicos recurrentes en tweets negativos)**
- **Correcta metodología, explicar herramientas de análisis y demostrar la efectividad**
- **Resultados**
- **Impacto potencial y plan para implementar recomendaciones**

GUIÓN

(Intro y contexto) Hey Banco, como una institución financiera digital, enfrenta desafíos en la atención al cliente a través de las redes sociales. A pesar de su creciente base de clientes, la cantidad de menciones y etiquetas en Twitter es enorme. Los usuarios esperan respuestas rápidas y personalizadas, pero Hey Banco no siempre logra cumplir con estas expectativas. Por esta razón, nuestra propuesta se enfoca en mejorar el servicio al cliente a través de una combinación de un bot en twitter con un agente humano.

(Fuente de datos). Para proponer una solución y su plan de implementación, contamos con una base de datos recopilados de Twitter en donde los usuarios hicieron mención de la compañía. Nuestro principal análisis radicó en la emocionalidad de los mismos, detectando que se pueden dividir en positivos, neutros y negativos en la mayoría de los casos. Los principales problemas se debieron a la falta de contexto sobre cada tweet y comentarios no relevantes como spam o incomprensibles por fallos en redacción, además de la ausencia de hora en algunos casos. Gracias a la sensibilidad que utilizamos en el algoritmo que planteamos posteriormente, la mayoría de los tweets que no proporcionan información relevante fueron catalogados como neutros, ayudando a que en casos masivos esta solución sea sostenible. Como fuentes de información adicionales a la base de datos, hicimos un análisis detallado de la cantidad de publicaciones, tomando en cuenta su fecha de publicación y contenido, con el fin de encontrar una relación entre la cantidad de interacciones y con ello el potencial alcance de Hey, además de saber si causa un impacto positivo o negativo en el público.

(Ideas planteamiento). Una de las áreas de oportunidad clave para Hey Banco es mejorar la detección y clasificación de comentarios en las redes sociales. Su bot podría analizar automáticamente los tweets etiquetados o mencionados con el hashtag de Hey Banco y determinar si son positivos o negativos. Para los comentarios positivos que no requieren asistencia adicional, el bot podría responder directamente en el hilo, mostrando agradecimiento. Sin embargo, para los comentarios negativos, el bot podría iniciar una conversación personalizada para resolver el problema y mejorar la experiencia del cliente, en la que se segmenten a los usuarios de acuerdo a la situación que presenten y en caso de ser necesario, puedan ser dirigidos a un agente humano de manera optimizada, reduciendo el tiempo necesario para la resolución del conflicto y con ello mejorando la experiencia general de servicio al cliente.

Además, a través de la comparación de la frecuencia de tweets con la creación de contenido en redes sociales, encontramos que en los periodos donde se realizaron publicaciones informativas con objetivo educacional provocó mayor interacción entre los usuarios, así como un aumento en la proporción de emociones positivas frente a las negativas.

Además de clasificar los tweets como positivos o negativos, Hey Banco puede aprovechar este algoritmo para identificar tópicos recurrentes en los comentarios negativos. Al hacerlo, se podrían abordar problemas específicos que afectan a múltiples usuarios y mejorar su servicio al cliente de manera más efectiva y eficiente.

(Metodología) Las librerías utilizadas fueron clean-text para limpiar los datos (ej. emojis), sentiment-analysis-spanish (que utiliza redes neuronales convolucionales para predecir el sentimiento de las oraciones en español y fue entrenado utilizando más de 800.000 reseñas de usuarios de las páginas eltenedor, decathlon, tripadvisor, filmaffinity y ebay), además de el kit de herramientas de lenguaje natural, o más comúnmente NLTK, que es un conjunto de bibliotecas y programas para el procesamiento del lenguaje natural simbólico y estadísticos para el lenguaje de programación Python, incluyendo demostraciones gráficas y datos de muestra.

(Resultados) Adopción de la Inteligencia Artificial en la estrategia de digitalización de Hey Banco, incrementando el valor otorgado a la experiencia de servicio al cliente. Mediante la sincronización de la publicación de contenido educativo financiero con la tendencia mostrada por los datos en cuanto a la cantidad y positividad de las reacciones, se logra un mayor alcance y con ello mayor visibilidad de la empresa. Optimización del servicio al cliente mediante la correcta segmentación de usuarios que presentan alguna problemática.