

RECOMENDACIÓN ENTIDAD FINANCIERA

BACKGROUND / ANTECEDENTES

Actualmente, debido a la crisis financiera sufrida, las entidades financieras estamos en un proceso constante de innovación, por lo que vamos a estudiar posibles oportunidades para no quedarnos obsoletos.

RECOMENDACIONES PRINCIPALES

- 1- **Inversión en la comercialización de productos por internet:** España es el país con menos contrataciones online, pero, cada vez se usa más internet que acudir a la oficina física. Llevando a cabo predicciones, podríamos calcular el impacto de la inversión.
- 2- **Llevar a cabo segmentaciones del mercado:** con Machine Learning podemos agrupar clientes con características similares entre los integrantes de cada uno, para promover más el trato personal (cara a cara), por internet u otro canal según el grupo al que pertenezca el cliente. (Apéndice 1)
- 3- **Formar a nuestros profesionales en marketing consultivo y mejorar web:** cada vez es mayor el porcentaje de consumidores que solicitan en España (en comparación con la UE) el primer producto que miran sin compararlo con otros. Si formamos a nuestros profesionales en marketing consultivo y mejoramos la web, podemos hacer más atractivos nuestros productos desde el momento inicial.

HALLAZGOS PRINCIPALES (KEY FINDINGS)

- 1- Deberíamos llevar a cabo una inversión para **mejorar la experiencia del cliente mediante la contratación online** de nuestros productos. Vemos que, en comparación con la UE, en España se contrata poco online.



- 2- Modelos de Machine Learning (clústers) para **identificar los grupos de clientes** a los que nos queremos dirigir según el canal.
- 3- Llevar a cabo formaciones en **marketing consultivo** (focalizarse en la fase de sondeo y en las primeras impresiones del cliente) y **mejora en la visualización de nuestra web** con el fin de atraer más clientes.

De acuerdo con "Me quedé con el primer producto que miré" (%)



SIGUIENTES PASOS / NEXT STEPS

- Realizar segmentaciones y agrupaciones de nuestros clientes (Clusterización)
- Contratar expertos en marketing (o incluso el mismo Dpto. de marketing) para que den Masterclasses a nuestros comerciales.
- Previo a los cambios online, llevar a cabo una predicción aproximada del impacto (Machine Learning: R. Logística... etc). Si resulta viable para la compañía, proceder con la mejora en la experiencia del cliente online.

APENDICES:

- Apéndice 1:

En Reino Unido se tiende al canal no presencial (online y telefónico), en España predomina el cara a cara con la entidad

Contratación de Seguros (hogar, salud, coche...) en los últimos 5 años

	 Directamente a la entidad financiera personalmente	 A través de un intermediario o asesor	 Directamente a la entidad financiera por Internet	 Directamente a la entidad financiera por teléfono
ALEMANIA	48%	36%	12%	3%
REINO UNIDO	9%	12%	47%	30%
ESPAÑA	63%	22%	4%	11%

Contratación de Tarjeta de Crédito en los últimos 5 años

ALEMANIA	70%	12%	17%	0%
REINO UNIDO	42%	5%	39%	10%
ESPAÑA	88%	4%	7%	1%