

RETO RETARGETING

DataFahr

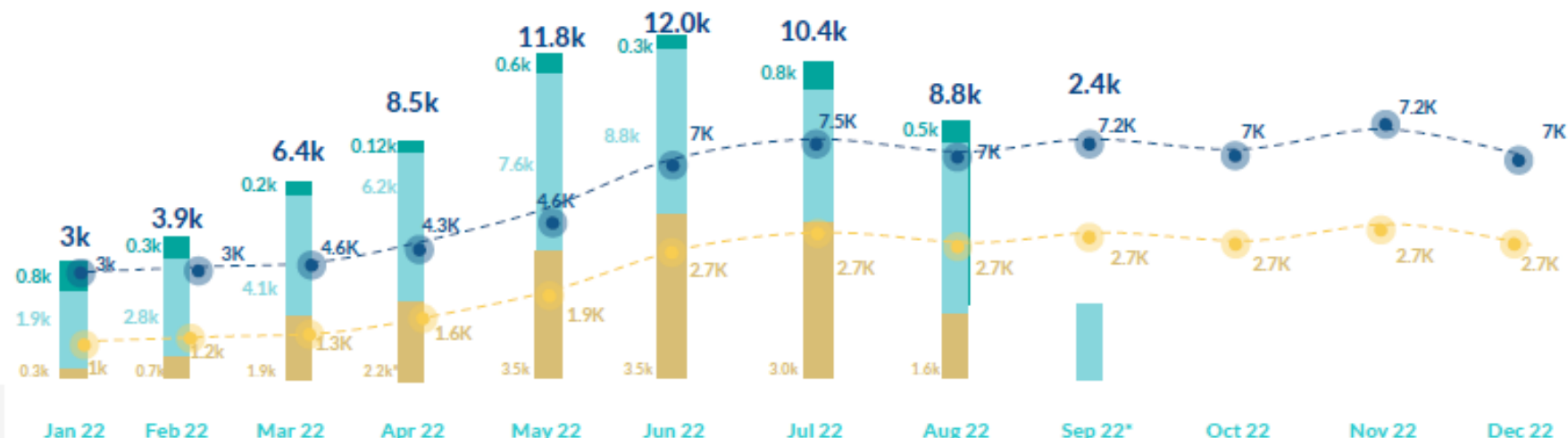
OBJETIVO GENERAL

Aumentar el % de ventas en tarjetas de crédito Aqua de BBVA para clientes a los que les fueron aprobada la solicitud de tarjeta pero no fueron completadas, al implementar un programa capaz de procesar el lenguaje escrito (chatbot) para brindar seguimiento al cliente de forma diaria durante el proceso de solicitud junto con el apoyo del centro de atención a cliente telefónico y correos electrónicos.



2022 GOALS

CARDS Open Market 70k

New Customers 26k (+1%)
11% of total new digital customers

	Monthly average 2021	Benchmark	Jan 22	Feb 22	Mar 22	Apr 22	May 22	Jun 22	Jul 22	Aug 22	Sep 22*	Oct 22	Nov 22	Dec 22
Visits		700k	381k	470K	441K	649K	788K	627K	666K	689K	247K			
Ready4Risk		60%	33.5%	33.3%	34%	30.1%	19.8%	25.2%	25.6%	25.6%	26.7%			
Risk OK		15%	7.3%	7.63%	10.4%	12.1%	16.1%	16.3%	13.0%	10.02%	11.42%			
App OK		30%	23.1%	28.7%	34.7%	32.3%	40.49%	42.37%	39.98%	29.74%	29.74%			
Active		80%	89%	87%	86%	79%	80%	80%	74%	-	-			
E2E digital			2.202	3.547	5.572	7.732	10.233	11.043	8.850	7.390	2.343			
+RMKT			0	0	0	0	261	398	522	513	-			
+PreAprob			860	381	278	128	652	355	859	567	-			
+Branches			n/a	n/a	581	670	945	626	731	917	-			
TOTAL			3.062	3.928	6.431	8.531	11.830	12.024	10.440	8.874	2.343			
CAC	30€ 67 back		52€	57€	50€	47€	42€	43€	45€	-	-			

*updated Sep 13th

+RMKT se incluye en e2e digital

- - - - Total Cards OM
 ■ Customers with offer
 ■ Customers w/o offer
 ■ Non customers

 Activar Windows
 Ve a Configuración para

De los 3 tipos de clientes que solicitaron la tarjeta de crédito el grupo mas grande son los clientes sin oferta con un 69% en promedio.

solicitud	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22	jul-22	ago-22		promedio
no cliente	10%	18%	31%	26%	30%	28%	29%	18%		24%
cliente sin oferta	63%	74%	66%	73%	65%	70%	63%	76%		69%
cliente con oferta	27%	8%	3%	1%	5%	2%	8%	6%		8%

El reto empresarial consiste en aumentar del 5.75% al 28% de retención en ventas por solicitudes aprobadas al mes.
Al enfocarnos en el conjunto de clientes mas amplio (clientes sin oferta 69%) se puede buscar el mayor aumento porcentual de ventas en una primera etapa.

Al utilizar un enfoque de atención a cliente personalizado se busca un aumento porcentual en ventas completadas.

La manera en la que sugerimos cumplir con el objetivo es con 3 canales de información para mantener al cliente informado durante el proceso de aprobación y así confirmar beneficios de tarjeta junto con el estado de la solicitud.

❖ Agregar una pregunta adicional en la sección de datos personales para la solicitud:

¿Metodo preferente de seguimiento durante el proceso de contratación? :

- ☐ Mensajería instantánea (chatbot)

- ☐ Llamada telefónica

- ☐ Correo electrónico

❖ Chatbot

Con la finalidad de proporcionar seguimiento virtual diario al cliente con información acerca de los beneficios disponibles y promociones recientes para atraer la atención del cliente.

❖ Mandar una encuesta de 1 pregunta por correo electrónico al cliente para saber la razón por la que no completó la solicitud de la tarjeta de crédito:

- ☐ tiempo de aprobación largo
- ☐ falta de beneficios
- ☐ atención al cliente
- ☐ % de interés alto

<https://forms.gle/iWPicfi62D2U3ntt5>