

Behavioural Economics

Digital Customer Journeys



Introducción

Importancia e impacto

“Las teorías económicas tradicionales presuponen racionalidad, pero la economía conductual reconoce que los individuos suelen estar influidos por prejuicios, emociones y contextos sociales” ^[1]

La economía conductual es crucial para los bancos porque **permite comprender cómo toman las personas sus decisiones financieras** y ayuda a entender los factores que influyen en su comportamiento.

El mayor beneficio que aporta el uso de la economía conductual es el diseño de productos, servicios y experiencias que se ajusten a los procesos de toma de decisiones de los clientes, usando **estrategias más eficaces**, fomentando la confianza de los clientes, ofreciendo mejores resultados a sus clientes y a la institución en su conjunto.



Estrategias

Visión holística



El objetivo de incorporar los principios de la economía del comportamiento a los aspectos bancarios es mejorar el compromiso y la toma de decisiones del usuario.

- Se puede comenzar por implementar avisos y recordatorios personalizados para fomentar comportamientos financieros (como el ahorro, o compra de algún producto bancario).
- Gamificación de señales visuales como barras de progreso y gráficos para aumentar la transparencia y el cumplimiento de transacciones. Simplifique la información financiera compleja, como el historial de transacciones o las opciones de inversión, utilizando un lenguaje claro e interfaces intuitivas.
- Se pueden ofrecer opciones preconfiguradas que se agilicen la toma de decisión, que incluso pueden sinergizar con evidencias sociales mostrando testimonios positivos o logros de otros usuarios.

Al integrar estas estrategias, se pueden promover mejores resultados financieros.

Customer Journey Digital

Contratación de un Crédito

Problem Setting

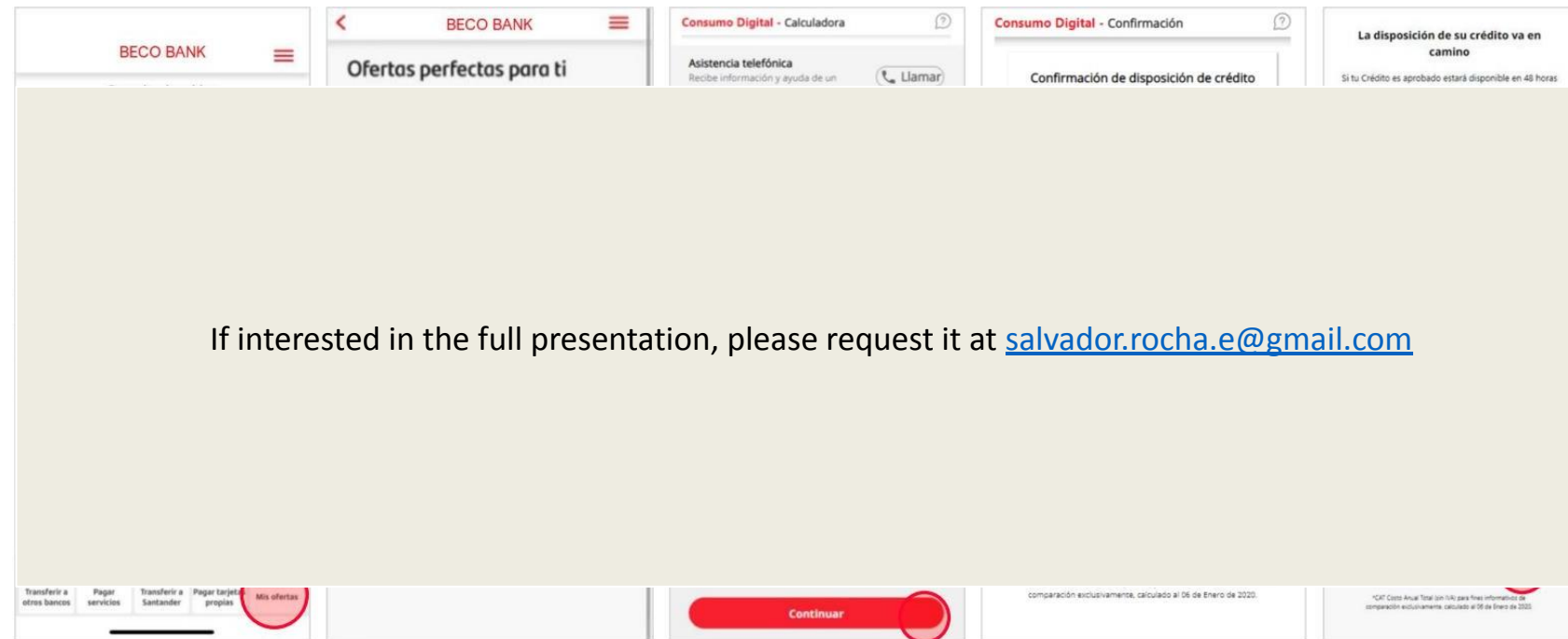
Mayor contratación del crédito y mejora de NSS

Se presenta el siguiente flujo digital, en el cual se busca incrementar la tasa de contratación de créditos personales y aumentar la satisfacción del cliente.

Primeramente, obtendremos insights de cada etapa del funnel del journey.

- ¿Cómo podemos **incrementar el awareness** de las ofertas de crédito?
- ¿Qué **canales** se están utilizando y cuál es el canal con el que mejores resultados tenemos?
- ¿Cuál es el perfil de las personas que han adquirido antes el crédito? ¿Cómo podemos **usar mensajes personalizados o dirigidos a otros segmentos de interés**?
- ¿Cómo se están **comportando los usuarios en la app** y que tan seguido están accediendo a las pantallas de crédito?
- ¿Qué **porcentaje, en qué punto, y por qué los usuarios deciden no continuar** en algún momento de la solicitud?
- ¿Cómo se está midiendo el NSS y cuál es la queja más frecuente?

Estas son sólo algunas de las preguntas en las que nos podemos apoyar a mejorar el funnel

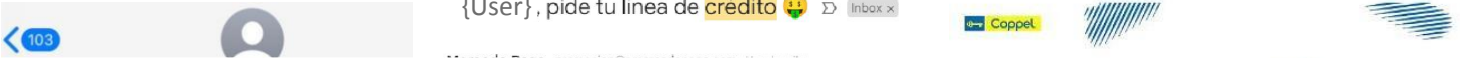


Awareness

Hipótesis: “El uso de avisos y recordatorios para ofrecer el crédito a los clientes, incrementará los niveles de contratación en XX%”

⚠ *Suposición:* Se asume que los créditos son pre-aprobados*

**El journey y contenido digital (anuncios/mensajes) cambia si el cliente tiene que realizar la solicitud de crédito y se debe de analizar la capacidad de pago por parte del banco.*



If interested in the full presentation, please request it at salvador.rocha.e@gmail.com

Consideraciones:

Uso de SMS, Mail y video. Se podría esperar mejores métricas de las primeras dos, al ser enviadas a segmentos objetivos de la base de clientes del banco. Los canales se pueden optimizar mediante un [MKT Mix Model](#)

El Flujo Ideal

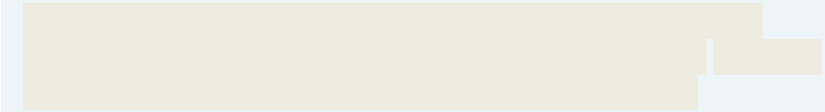
Análisis cuantitativo de las interacciones de los usuarios con la app, facilita la optimización de flujos clave

If interested in the full presentation, please request it at salvador.rocha.e@gmail.com

Visits with rage taps
14%

Imagen de: <https://uxcam.com/blog/best-user-flow-tools-software/#overflow>

Es importante tener mapeado el número de interacciones requeridas para completar el proceso de contratación del crédito.



Por ejemplo, un estudio realizado por [Deloitte](#) indica que un flujo optimizado de principio a fin para la apertura de cuenta en un banco

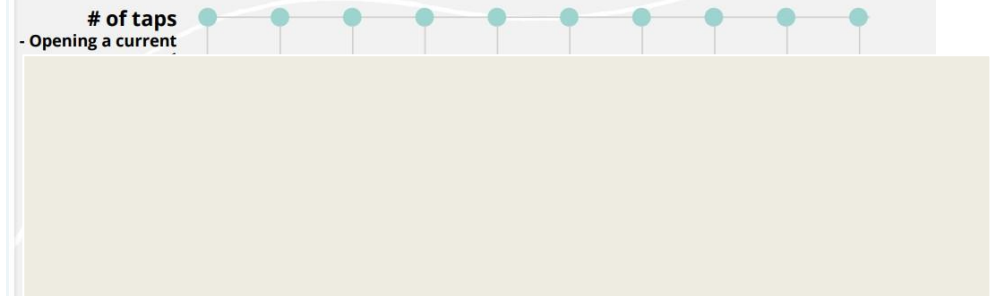
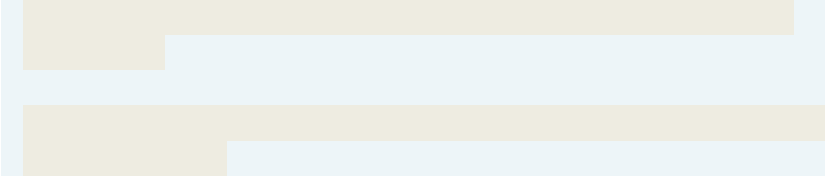
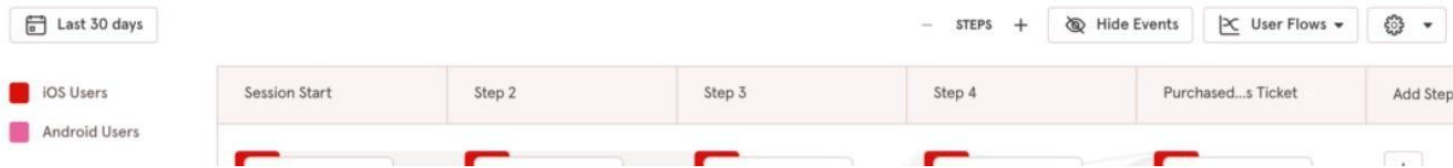


Imagen tomada del estudio de [Deloitte](#):

El camino a un Flujo optimizado

La recolección de data es fundamental para soportar las hipótesis de usuarios



El entendimiento y monitoreo de los usuarios a lo largo del flujo ayudará a conocer, el efecto de la implementación de

If interested in the full presentation, please request it at salvador.rocha.e@gmail.com

Propuestas para el Flujo Actual

Diseño Eficiente

Hipótesis: "Se puede incrementar el número de usuarios que ingresan al flujo de contratación, si se muestran la oferta visualmente en la pantalla de inicio"



If interested in the full presentation, please request it at salvador.rocha.e@gmail.com

Benchmark: Apps con opciones a crédito

Propuestas para el Flujo Actual

Información clara y simple

Hipótesis: "Se puede incrementar la tasa de contrataciones en el flujo, si se muestra la información clave para la toma de

Consumo Digital - Confirmación

← Préstamos personales

DOCUMENTOS CONTRACTUALES

If interested in the full presentation, please request it at salvador.rocha.e@gmail.com

comparación exclusivamente, calculado al 05 de Enero de 2020.

Benchmark: Apps con opciones a crédito

Propuestas para el Flujo Actual

Gamificación y evidencia social

Hipótesis: "Al incluir evidencia social en la pantalla de ofertas, se incrementará el número de sesiones iniciadas en el flujo de

If interested in the full presentation, please request it at salvador.rocha.e@gmail.com

Propuestas para el Flujo Actual

Gamificación y evidencia social

Hipótesis: "Al incluir una barra de progreso en las pantallas, se brindará claridad al usuario de la cantidad de pasos a seguir, y



If interested in the full presentation, please request it at salvador.rocha.e@gmail.com

Propuestas para el Flujo Actual

Medición y mejora del NSS (Advocacy)

Hipótesis: "Al incluir una pantalla de evaluación, después de la contratación, pero antes del regreso al *home* de la app, se



If interested in the full presentation, please request it at salvador.rocha.e@gmail.com

correspondientes.



Mauricio Herrera



★ ★ ★ ★ 30 de junio de 2023

Se la pasan ofreciendo créditos en la aplicación y en llamadas. Pero cuando uno quiere utilizar uno de esos créditos, sus pasos son complicados y no dan opciones viables. NO CONTRATEN TARJETAS DE CRÉDITO O CREDITOS. ES MUY DIFÍCIL USAR SUS PRODUCTOS. Nuevamente. 50 minutos al teléfono, 4 operadores, cada uno se les debe explicar la situación y al final no resolvieron.

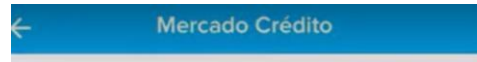
Esta opinión les resultó útil a 21 personas

miro

Propuestas para el funnel de salida

Lealtad

Hipótesis: "Al incluir esquemas de lealtad y referidos, las tasas de contratación se incrementarán"



If interested in the full presentation, please request it at salvador.rocha.e@gmail.com

promociones con socios clave (como en Mercado Pago)

Documentos en tus manos con QR

Entendiendo variables intrínsecas

Machine Learning to the rescue

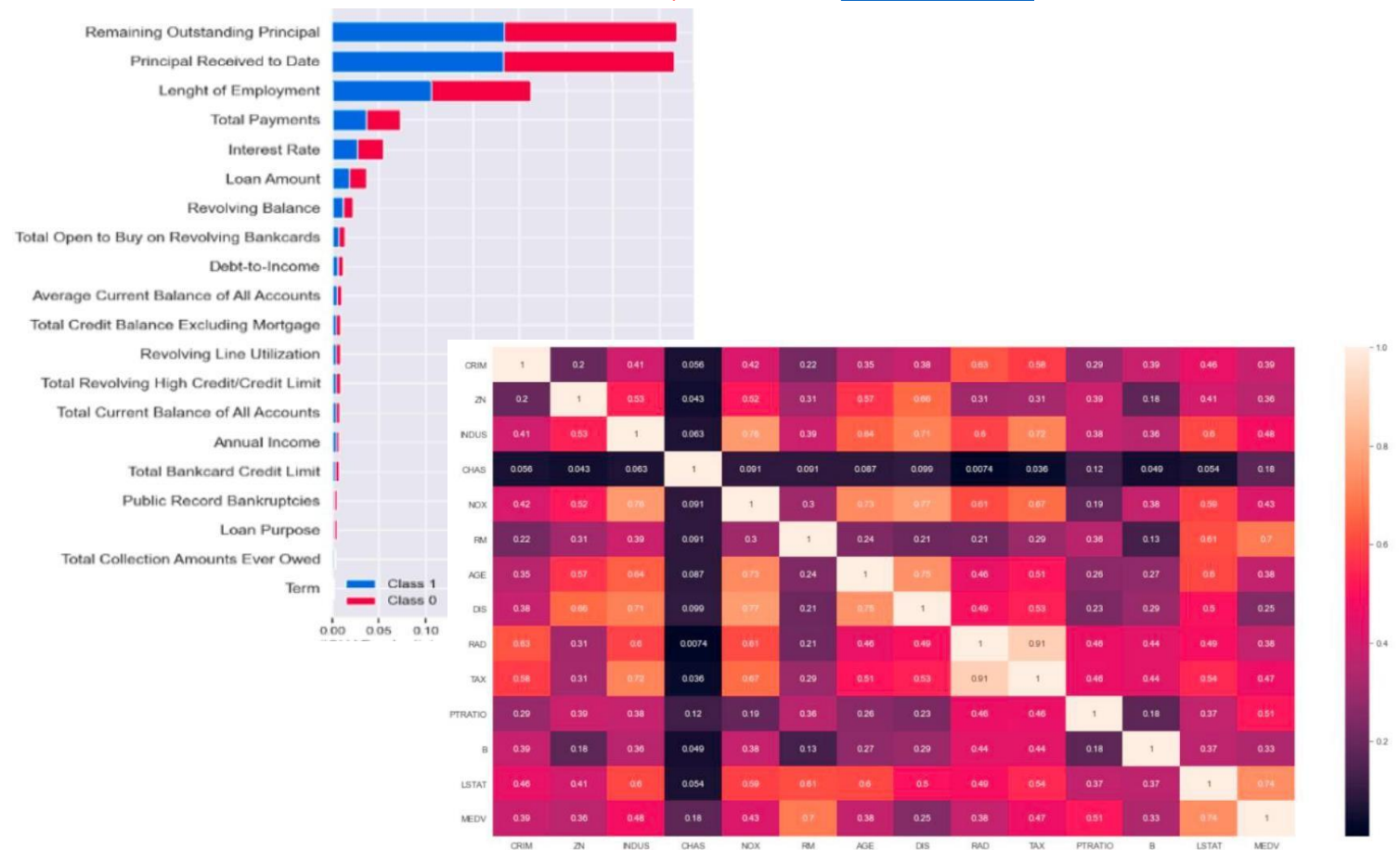
Cuando se diseñan oferta de servicios, generalmente se incluye el sesgo ya sea de la compañía o del dueño del producto. Una manera de minimizar este sesgo es mediante el análisis de la data del flujo, la data del usuario para modelar las principales razones de descarte o de contratación.

Para esto se pueden utilizar modelos estadísticos binomiales (contrató o no contrató) multivariable para identificar variables críticas.

Existe una variedad de técnicas analíticas y modelos que pueden ser adaptados a las necesidades bancarias:

- [Árboles de decisión](#)
- [Clusterización](#)
- [Modelos supervisados para modelado de variables \(ejemplo usuarios de riesgo\)](#)
- [Modelos de predicción binomial para la adquisición de un producto bancario](#)

Izquierda: Determinación de variables principales para el riesgo de [un préstamo moroso](#). Derecha: Análisis de correlación de las variables que determinan el [precio de una casa](#).



Satisfacción de Cliente

Aclaraciones Improcedentes

Problem Setting

Mejora de NSS

Se presenta la carta entregada a un cliente en donde se le menciona que su inconformidad por el cargo no



If interested in the full presentation, please request it at salvador.rocha.e@gmail.com

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Salvador'.

Problem Setting

Mejora de NSS

Hipótesis: “Aunque se haya rechazado la aclaración, si se incluyen otras formas de aportar valor al cliente,

r

C

If interested in the full presentation, please request it at salvador.rocha.e@gmail.com

Problem Setting

Mejora de NSS

Hipótesis: “Una atención personalizada (llamada) rechazado la aclaración, puede resolver todas las dudas

C
A
P
E
E
P
C

If interested in the full presentation, please request it at salvador.rocha.e@gmail.com