**Los clientes con interacción están activos**

Mides sin importar el estado

Por que algunos clientes no tenían cargado algún producto en la sugerencia de ventas?

Cuando se empezó a utilizar el modelo de best next

Claudia sugirió un slide que compare ola 1 del 2022 contra ola 1 2023.

Más en valores, no tanto en amarrar fórmulas en data que es lo que alienta un power bi.

Dias libres afectan mucho las ventas.

Solicitudes de carta de saldo

Abril se comportó muy parecido a febrero

Esa efectividad es contra ese mismo mes, no es resultado de una maduración.

Pueden haber algunas maduraciones que no necesariamente sean por la SV sino porque venga de alguna campaña conjunta.

Un pp o una hip que la cargaste en sugerencia pero en realidad se había vendido en una campaña.

Una sv para una hip es muy improbable que tenga una efectividad porque en 15 días no se puede hacer ese proceso.

Ahora que lo de la maduración va a ser mensual es complicado a darle un seguimiento a productos como la hip

**Investigar los 10 mandamientos**

**Preguntas de vn**

Marisa

1. El customer journey usual de los jurídicos como se ve en términos de cómo van adquiriendo nuestros productos desde que nosotros los adquirimos a ellos.

Distribución carga la información en Stella para campañas de ventas.

Cargan las sugerencias de ventas, usualmente no a patrimoniales porque tienen un oficial.

Antes nos llamábamos propuesta de valor

Mientras más productos y contratos tengan más suben de segmento y mejor es nuestra relación con ellos.

Mientras mayor los contratos mayor la relación de los clientes que el banco.

Segmentación de crédito: que tan propenso es a que no nos pague una deuda que tríeme con nosotros.

Cada vez que alguien pasa una tarjeta de crédito hay una tasa de intercambio y el banco gana una comisión de eso.

También los préstamos cobran comisiones por gastos legales.

El ingreso del banco es como el 70% de la prima anual de los seguros.

Ingresos de colectores: claro, nos dan una comisión.

Recargas de Panapass.

Tenencia de productos incrementa la relación con el banco.

Un cliente que da una carta de trabajo sabemos su salario, pero un cliente de mucho tiempo que no ha actualizado no sabemos.

Modelo de estimación de ingresos

En la apc solo se pueden ver los productos de crédito y no tarjetas de débito, cuenta se ahorro, prestamo personal, etc.

Se mide cuantos productos de crédito tiene un cliente vs cuantos tiene con nosotros.

El que más utiliza el cliente es la visa débito.

Relacion bajos, mediano, alto.

Lo que le da más ingresos al banco es que transacciones con tarjetas, que hagas pagos por banca en línea y banca móvil, que tengas productos de crédito.

Rentabilidad por cliente al año de una hipoteca es 800

Rentabilidad anual por tarjeta es de $200

El área de disponibles prioriza a clientes que tienen mejor relación con el banco.

Ahora en el Stella esta la sugerencia de venta y el next best product.

Una fundación de intereses privados o filantrópica, algo que no es operativo va ahí abajo en Estrellas diamante y patrimoniales jurídicas.

Hay muchas microempresas mal segmentadas porque no hay manera de medir cuanto facturan anualmente.

Micro creditos

Líneas de credito pequeñas

Hipotecas específicas para ellos.

Ampyme y AEI panama asociación con ellos, ellos están involucrados con emprendedores y microempresas.

Empresas medianas los atiende el area de banca comercial y tienen un asesor.

La segmentación se corre la regla mensualmente, si cambias a diamante o planting.

Maytalin, mesa ágil.

Que tipo de campañas existen?

Campañas productivas que vienen de segmentos.

Campaña reactiva.

Filtros que validan que el cliente no tenga malas referencias apc y en el banco.

Medios propios: no tenemos que pagar por ellos para realizar comunicaciones.

Email: más utilizado para llegar a los clientes.

Banner en la aplicación, en la banca móvil.

Push notifications

SMS

Atm: feria 5 Estrellas

Distribución les carga la base proactiva pero ellos tienen que limpiar la reactiva.

A inicio de cada mes se les carga en Stella la info.

Medios pagos

LinkedIn

Facebook

Spotify

Ciertos clientes que no son elegibles se cargan

La idea de todo es cargar una base de calidad para que ellos puedan llegar a sus metas.

Stella va más enfocado a telemercadeo. Best next product

Sucursal atiende la sugerencia de venta que acapara el 90% de la base del banco para crear fidelización al cliente.

Claudia

Dice que la información tiene que cuadrar. Le da mucha importancia a la validación.

Claudia me dijo que le faltaba una persona en disponibles y estaba esperando para programar las reuniones con productos y las otras mesas.

4 áreas que le reportan a tato

Yarelis: calidad de la información

La actualización de datos en temas de sustento de ingreso.

Lisa ming es la jefa

Ventas digitales son como nuestros hermanos, mira las ventas a través de tubos.

Transaccionalidad, Yappy, atención a clientes nuevos,cuenta joven, productos.

Otras mesas

Campañas y servicios

Canal más de venta digital para comunicar a los clientes.

QUE SOMOS EN SEGMENTOS?

Somos los guardianes de los clientes,

En toda empresa hay distintas aristas.

Arista de productos:

en toda empresa hay quienes ven los productos que ven las condiciones, la rentabilidad que tasa, la lista de los productos.

Arista de los canales:

Telemercadeo, sucursales, call center, las mesas de ventas digitales.

Arista de clientes:

Tanto para naturales como juridicos, tenemos que cuidar que esos clientes sean lo más rentable posibles. Que crezcamos en la base de clientes pero en los clientes que queremos. Es decir que captemos más clientes, que no se nos vayan. Que tengan los productos correctos y que se lleguen por los canales correctos.

Cada iniciativa, nosotros tenemos que saber vender la iniciativa, hablar con productos, ponernos de acuerdo con los canales, ya hay iniciativas que son recurrentes, pero hay otras que se crean acá como puede que se creen en otro lado.

Las ideas no sólo vienen de segmentos, las iniciativas vienen de productos, aveces vienen del canal, pero es como una simbiosis y eso es lo chévere de lo que quiere que hagamos al principio, conocer a la gente, entender bien el objetivo del squad en el que estamos, y sobre todo que es un squad súper retador que se diferencia en qué hay muchos otros equipos que están enfocados en un solo tema,

Transaccionalidad, recarga en el metro, recarga de celular, Panapass, que se afilien, que hagan pagos.

Hay otros equipos que están enfocado solo en vender, modos otros vemos todo, tenemos que tener la capacidad de hablar de cuantos pp se están vendiendo, pero en 2 h hablar de cuantas segundas cuentas se abren, porque no funciona una campaña, vemos todo a alto nivel.

Cuando queremos ver a bajo nivel ahí es donde entra nuestro rol que somos básicamente el cerebro del departamento, nos tenemos que especializar en sacar data, validarla, encontrar patrones, ver que encontrar, que ideas proponer, porque nuestro rol no solamente es tomar pedidos y sacar data, el objetivo principal es ser el respaldo de cada iniciativa o de cada cosa que se hace.

Tato tiene 4 áreas principales y otras hibridas.

Francis que forma parte del squad que comparte con el MiG.

Suponemos qué hay un campo en el MIG que no existe un nuevo producto, y necesitamos que ese marco salga en el MIG, tenemos que levantarle la mano a Francis.

Penetracion de clientes:

Que productos tienen, que productos le faltan de acuerdo a su perfil.

Transaccionalidad y saldo:

Ver mucho el tema de cliente ideal:

Aquel que transacciona, hace pagos, recargas, transferencias (banca en móvil y banca en línea) y que a la vez utiliza cualquiera de sus tarjetas en un punto de venta.

Le damos tracking a eso y vemos oportunidades, hey, estos clientes no me están transacción ando en punto de venta,si me transaccional digital, quiero ver que productos tienen, que segmentos son, que edades tienen, que saldos tienen.

Entonces levantar la mano y decir, sabes que, aquí hay una oportunidad con esta base de clientes, podemos hacer algo diferente y así van naciendo las estrategias.

Jurídicos

Se ha hecho un cambio y nosotros nos vamos a quedar con la parte de los jurídicos más de consumo. Vamos a sacar bastante información, sacar bastante data que ahorita no lo hemos hecho porque antes lo mirábamos más a nivel de todos los clientes jurídicos que no tenían oficial. Ahora vamos a ver las microempresas que es uno de los segmentos que tengan o no tengan oficial y vamos a agarrar un nicho de gente que no hemos explorado todavía que son los emprendedores y ahí hay un gran reto porque son clientes naturales pero queremos empezar a tratarlos de manera distinta y eso es un gran reto porque esos los tenemos que ver cómo un cliente natural que tenemos que ver sus necesidades desde el punto de vista del emprendimiento.

La política de contacto se mantiene, el tema de que el cliente no se le mantenga en diferentes campanas de ventas a la vez sino que se le respeta la política de un producto cada mes y el próximo producto no se le puede ofrecer hasta dentro de 4 meses.

Y en los productos comisionarles (no de crédito) cuenta de ahorro, seguro, profuturo, visa débito, se les da 3 meses de descanso.

Ciclo de vida

Miran toda la parte de crecimiento del cliente y que se mantengan en el banco y seguir creciendo a una buena tasa, cómo accionar la disminución de disercion de productos.

Fidelización

Retención de productos

Tarjetas de crédito, préstamo hipotecarios.

Inteligencia de negocios

Ella quiere que me especialice en jurídicos, pero no es fijo, si uno quisiera estar en un área donde aprenda otra cosa, podemos hacerlo.

Banca corporativa, banca comercial y eso depende del tamaño de la empresa, lo de los oficiales.

Preguntas:

1. tarjeta de crédito pre-aprobada, a que clientes se le ofrece, campañas reactivas.
2. Dueños del producto pos y end pos, que es eso? Y como trabajamos con ellos?
3. Ventas digitales, como trabajamos en conjunto con ellos? Les pasamos nuestra base de jurídicos y las propuestas de valor para que ellos llamen o como?
4. La marca para saber cuantos ya han sido llamados, quien la está haciendo?
5. Como nosotros interactuemos por campañas reactivas y pro activas con los clientes. La campaña proactiva de llamarlos pero no en frío, la reactiva de aquellos que llegan a la sucursal y ya le tenemos una tarjeta preaprobads
6. Nosotros tenemos que ver todo lo mismo que hacen los otras mesas pero en nivel de 29k de microempresas.

CARO

El día a día de nosotros es full campañas de ventas todos los meses.

1. Tarjeta de crédito pre aprobada.
2. De punto de venta
3. Moví pago
4. Cada 3 meses de leasing que las queremos hacer más recurrentes

Esto es para micros

Se siente con los dueños del producto de Pos y de end-Pos

Que es pos?

Este es el disponible que tenemos para este mes, Que perfil queremos usar? Con esta actividad económica que tengan saldos en cuenta, les pasamos todas las reglas de negocios.

Ese perfil a final de mes se lo pasamos a la mesa de ventas digitales. El equipo de lisie del castillo y kacie Maure.

Para los clientes de pos y de end pos ellos hacen un envío por correo, al correo que yo tengo registrado en el banco.

Un arte, quieres sacar un punto de venta, los beneficios, de los llenan los datos, todos los clientes que reaccionan lo cargan en Stella, cargan la campaña y un equipo de ventas llama al cliente.

No es tan fácil porque no tenemos la mejor tasa del mercado.

Hacemos estrategia con la mesa, yo te cargo los clientes que llenaron los datos, pero también los que se cayeron que no terminaron de llenar los datos. Luego los que hicieron click pero no llenaron los datos, y de último aquellos que abren el correo.

Es una base pequeña 29k de clientes es pequeña y cargamos 1500 de cada producto. Le damos la vuelta muy rápido.

Queremos ponerle una marca para saber cuantos clientes he cargado en las diferentes campañas. Si ya lo cargue 3 veces en punto de venta ya no lo voy a cargar mAs. Eso se tiene para natural pero ella lo pidió para jurídico.

A tarjeta de crédito ella le carga todos los meses 150 y ellos los llaman a todos, es poquito, ellos pueden llamar a más.

También tenemos una campaña de crédito reactiva, lo ofrecen la gente de sucursal, yo

Estoy esperando que tu vengas, veo que tienes una tarjeta de crédito pre aprobada, cuando viniste a hacer una transferencia internacional, ya con que este pre aprobada, belleza.

Si no la tienes pre aprobada, te pido de todo:

1. Pacto social
2. Acta
3. Stan financiero

La gente queda demasiado feliz y piden bastantes tarjetas de crédito adicionales.

Campaña de leasing, queremos evitar llamar al cliente en frío, queremos que haya un toque antes por correo.

Crédito digital

A 60 meses, a 30 meses algo pequeño, hablando con producto eso está en el pipeline de último.

No vamos a ser digitales en jurídicos hasta mediados del otro año.

El día a día es crear políticas de diferentes productos para que el disponible sea más grande, antes en tarjetas de crédito el disponible eran 600 de 29k y la política se ha ido revisando.

Ahora tenemos un disponible 10k pero solo le cargamos 150 al mes. Es un reto.

Un pantallazo grande para tirar ideas.

Como crecemos también

Captamos 500 al mes jurídicos pero perdemos 480, hace falta entender retención.

A Claudia le llega punto de venta cuando es una fundación, hay algo con los filtros.

Belleza, chévere

**Pymes**

Plan estratégico 2023-2026

Pymes y emprendedores

Empresarial absorbe > $400k

Nosotros que somos consumo <400k

Audiencia:

Micro empresarios

Emprendedores

Esta gente necesita que le llevemos digital, tarjetas de crédito.

Reto:

Las plataformas digitales en el banco están creadas para la persona natural. No para la persona jurídica.

Hay que hacer mucho análisis de estos clientes e identificar oportunidades.

Modelo:

Asalariados

porque tenían un préstamo personal con bg y les hacían descuento directo.

Emprendedores

Yappy comercial

Patente comercial

Movi pago

Seleccionamos aquellos que tienen un 80% de probabilidad de ser emprendedor.

 Por que no agarrar el 95%? Que terminó siendo 274k

Préstamo digital para un emprendedor para que mueva su negocio,

como te lo vendo?

Como te hablo?

El plazo va a ser diferente

El monto va a ser distinto

Esas son cosas que tenemos que ir armando, aterrizando.

Lourdes tmbien forma parte del squad.

En vez de darle 10 prerequisitos, enviar solo 1 correo.

En vez de llamarte, hay gente que prefiere que les escriban por WhatsApp.

Estaban haciendo una limpieza de la data histórica porque salió a raiz del plan estratégico que en microempresas teníamos que crecer 150 millones de dólares en 3 años.

Cómo crecer eso? En un segmento que factura 400k

11 minutos

Panama Pacifico

Howarts

**Pp y Pa con jacky**

Préstamo digital-Lourdes

Riesgo comparte el modelo con 300k de los 1.6m. Llega a Lourdes y ella filtra más con:

1. Malas referencias
2. Edad de jubilación

De allí se agarra una parte proactiva y otra reactiva.

Puede ser que un cliente tenga una campaña reactiva o no tenga una campaña reactiva pero siempre tiene SV.

Pp regular no se acciona por canales digitales:

1. Tmk
2. FV (volanteo e iban a la empresa)
3. Sucursales

Clientes de banca patrimonial (diamantes y patrimoniales)

Banca de alerta acp, cuando otro banco consulta le accionan un prestamo.

Clientes sin sustento de ingreso

Clientes de declaración jurada

Clientes de tarjeta bien te adicional

Piloto acaba de nacer para manejar clientes sin sustento de ingreso también y los activos.

El producto que tiene más filtros es PP y no es preaprobado

Nosotros llegamos hasta entregar bases con los filtros, de ahí en adelante se encarga la mesa de gestión de campañas y servicios que cargan a Stella y canales (tmk, fv, ventas digitales)

A final de mes para sacar las efectividades regresa aca.

Celina saca efectividades de lo que se desembolsó de lo que sea que entregamos.

La mesa de Helsy si saca de donde vino cada venta (push, banner, etc).

Lo que nos interesa es lo que nosotros entregamos porque nos permite saber si lo que entregamos está funcionando y si nuestros indicadores van en aumento o van disminuyendo. Si van disminuyendo siempre hay una razón.

Cuenta joven

Empleador malo (empresa que está quebrando, riesgo la llama)

Utilización del disponible, cada producto tiene un descanso distinto , en PP son 2 meses.

Cliente Cesante, que no han actualizado el empleo, pero que está recibiendo un dinero mensualmente o está haciendo transferencia.

Ella le dice MIS a la estimación de ingresos.

Oportunidades abiertas y cerradas.

Cuando se llama a un cliente ( se acciona una campaña proactiva) , si el ejecutivo lo llama y el cliente está interesado, esto es una venta potencial que se gestiona con éxito, y genera una oportunidad de venta.

Al generar una oportunidad es que uno va viendo si se le puede deseembolsar o no dependiendo del producto.

Oportunidades negadas (que pasan a credito y que dicen que no)

Oportunidades abiertas (que no se han deseembolsado)

Oportunidades ganadas ( se desembolsa)

Regla de oportunidad

Si están abiertas 6 meses mismo producto se excluye.

Si están negadas 3 meses mismo producto no va.

Si están negadas 45 días diferente producto no va.

Así se excluyen en tc y en comisionables.

Clientes con nacionalidad extranjera con pasaporte

Clientes con nacionalidad extranjeras con cédula.

Clientes nacionalizados

Ver cuaderno.

Pantallazos en banca.

En diciembre no es obligatorio pagar préstamos.

Alivio financiero (por tema de COVID)

Tc criolla

Consejos de jaime

Cómo funcionan las bancas, ver los entes en Stella, ver un formante, que es un firmante.

Que es un firmante

un firmante se refiere a una persona autorizada para firmar documentos y realizar transacciones en nombre de una entidad legal, como una empresa o una organización.

En el ámbito bancario, el firmante es alguien designado por una empresa o una cuenta bancaria para actuar en su representación. Estos firmantes tienen la autoridad para firmar cheques, realizar transferencias de fondos, abrir cuentas, solicitar préstamos u otras transacciones financieras en nombre de la empresa. Los firmantes son normalmente identificados y registrados en los documentos legales y los acuerdos con la institución financiera.

En una empresa jurídica, los firmantes son personas autorizadas a firmar documentos legales en nombre de la empresa. Estos documentos pueden incluir contratos, acuerdos, poderes, escrituras, estatutos u otros documentos legales relevantes para las operaciones y las transacciones de la empresa. Los firmantes pueden ser los directores, los socios o los representantes legales de la empresa, y su autoridad para firmar se establece en los estatutos o poderes otorgados por la empresa.

Es importante destacar que la autoridad de un firmante está determinada por la estructura legal y las políticas internas de la empresa. Los firmantes deben actuar dentro de los límites de su autoridad y cumplir con las regulaciones y requisitos legales aplicables en su jurisdicción.

MNU : mercado no objetivo

MNRI: mercado no revisado infefinido.

Reunión con Javi

Luego del cierre de MIG, un tercer día hábil del mes (primeros días) podemos empezar a consumir esa data de ellos.

En el contexto bancario, el término "cliente castigado" se utiliza para referirse a un cliente que ha incurrido en incumplimientos o irregularidades en el manejo de sus cuentas o préstamos, lo que ha llevado al banco a tomar medidas correctivas o restrictivas en relación con esa persona.

Cuando un cliente tiene un historial de pagos atrasados, falta de pago, sobregiros frecuentes, rechazo de cheques, incumplimiento de las condiciones de un préstamo u otras conductas similares, el banco puede considerar al cliente como "castigado". Esto implica que el cliente ha perdido parte de la confianza del banco y se considera un riesgo crediticio o un riesgo en términos de cumplimiento de los términos y condiciones acordados.

Como resultado, el banco puede tomar diversas acciones, como aplicar cargos o penalidades adicionales, restringir o cancelar líneas de crédito existentes, negarse a otorgar nuevos préstamos o créditos, o incluso cerrar la cuenta del cliente. Estas medidas se toman con el objetivo de proteger los intereses del banco y mitigar los riesgos asociados con el cliente castigado.

Es importante tener en cuenta que las políticas y criterios específicos para considerar a un cliente como "castigado" pueden variar entre diferentes instituciones financieras. Además, las regulaciones y prácticas pueden diferir según el país o la jurisdicción. Si te encuentras en esta situación, te recomendaría comunicarte directamente con tu banco para obtener información específica sobre tu caso y explorar las posibles opciones de resolución.

Microcréditos o préstamos digitales.

Tubos digitales tiene varias fases que se va dirigiendo al cliente y se le va preguntando distintas cosas, se le va guiando. Es lo mismo que ventas digitales.

Gestión de servicios y campañas

Montan las campañas al canal que le corresponde.

Aquí se hace la selección de clientes, se pasa a gestión de servicios y campañas. Son un paso antes de llegar al canal.

Cargan el conjunto de clientes en campañas de venta potencial.

Para que los ejecutivos puedan tener el listado de clientes a los que puedan llamar.

Los de ventas digitales para cargarlos al proceso de ventas digitales.

Algunos de ellos tienen participación de sms, email, push, etc.

En cuestiones de análisis cuando nos reunimos más importante que el que es el cómo.

Los reviews de inteligencia de negocios para compartir que tipo de análisis estás haciendo y poder apalancarnos.

Los reportes de jurídicos se hacían trimestralmente.

Clientes jurídicos que buscan préstamos quizás no se les otorga hasta 1 año cuando le entregan las llaves, el tiempo de maduración puede ser elevado.

Un 90% de clientes se carga la SV

Gestión y control

Los canales de venta tienen un equipo que se encarga de la reporteria y de la gestión de la información.

Sucursales lo tiene, asociada a cada canal, ventas digitales, canales tradicionales, tkm, productos, fV.

Santiago reunión de emprendedores

Reunión sobre emprendedores

Objetivos:

1. Definir que es y que no es un emprendedor.
2. Acordar que productos se consideran dentro de la propuesta de valor.
3. Market research

Tener cuidado de no hacer overlapp con metas de otros frentes.

No podemos cuantificar los productos y la propuesta de valor si no definimos que es un emprendedor.

———————————————————————

Más que un préstamo, necesitan un sistema de medio de pago. No puedo creer que no tengan el tema del botón (clientes internacionales).

Link de pago ( con la tarjeta la gente pueda pagar, no solo con Yappy comercial)

No nos limitemos a temas sólo de préstamos.

RPE puede referirse a "Return on Private Equity" (Retorno sobre el Capital Privado), que es una medida de rendimiento financiero utilizada para evaluar la eficiencia de una inversión o para comparar la eficiencia de varias inversiones diferentes.

Micro es para consumo.

Y para arriba tenemos banca empresarial.

PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE LAS PERSONAS JURÍDICAS

Ciertas personas del segmento Micro fueron movidas a empresarial.

—————————-

En mayo se dimensiono el potencial Micro, basándonos en los productos que ya tenemos experiencia.

\*el modelo de atención debe ser casi digital.

\*\*No queremos considerar préstamos complejos porque ya tenemos los canales y no hemos podido llegar a los clientes.

\*\*Hay un tema de capacidad en temas de atender a estos tipos de clientes.

Pudiésemos arrancar con un producto que ya existe y mejorarlo como una tarjeta pyme, mientras arrancamos con el diseño de atencio y ell modelo de venta (uno mas masivo).

El potencial de emprendedor? Hicieron un stop y definieron que es.

Prefuntas que responder

1. Que es un cliente emprendedor.
2. Que % de propensión
3. Que productos de van a considerar (servicios transaccionales, o créditos)
4. Clientes con ODR? Oficial de relación de banca (banca empresarial)

Sacamos los clientes con banca empresarial ( llámese los paisanos), que tienen un comportamiento más de una microempresa porque tenían créditos comerciales .

Pero dentro de este ejercicio si están los clientes con asesores de banca preferencial y gestión patrimonial.

Productos más enfocados a los emprendedores

(Autos, leasing, préstamo digital, tarjeta de crédito, préstamo personal, casacash, sobregiró)

Sacaron la penetracion de esos productos por cada cluster.

39:00

Felipe motta nos pidio que tomemos emprendedores que sean constantes.

En los últimos 12 meses hayas hecho X cantidad de ventas. Hay que definir el punto de corte, y definir en el tiempo cuanto tiempo esté.

PUNTO DE CORTE

—————————————————————

Cuando alguien menciona "definir el punto de corte" en el análisis de datos, normalmente se refiere a establecer un umbral para clasificar o segmentar los datos de alguna manera.

En el contexto que describes, el "punto de corte" podría referirse a un umbral que divide a los clientes en dos grupos: aquellos a los que vale la pena dirigir las campañas de ventas y aquellos a los que no. Este umbral puede basarse en muchos criterios diferentes dependiendo de lo que estés intentando lograr con tu campaña de ventas.

Por ejemplo, si estás analizando el comportamiento de compra anterior de tus clientes, el punto de corte podría ser el monto total que un cliente ha gastado en el pasado. Si un cliente ha gastado más que el punto de corte, podría ser incluido en la campaña de ventas. Si ha gastado menos, podría ser excluido.

Alternativamente, el punto de corte podría basarse en la frecuencia de las compras, la recencia de la última compra, la respuesta a las campañas anteriores, etc. Este umbral ayuda a maximizar la eficacia de la campaña de ventas al centrarse en los clientes más valiosos o prometedores.

Además, cabe mencionar que la definición de este punto de corte debe considerarse cuidadosamente para evitar errores de tipo I (falsos positivos) y de tipo II (falsos negativos) que podrían afectar la efectividad de la campaña de ventas.

—————————————————————

Delimitar que estes 5 meses, 3 meses.

El número de penetración de tarjetas de crédito es 93.99%.

Tiene que ser un feature del modelo.

¿Por que sería un driver del modelo? ¿Si tu traes la materia prima, el negocio tiene más formalidad?

Ni en banca patrimonial.

———————————————————-

No podemos dejar a los old school por fuera, no veo por qué dejarlos por fuera.

43:52

———————————————————

Propuesta

Cursos de educación financiera y acceso a yappy comercial por 6meses gratis.

Queremos posicionarnos en el mercado como el banco #1 para emprendedores también, que mejor manera que educándolos, hacer webinars o una serie de cursos donde le enseñemos finanzas y así nos hacemos un renombre en el área

Esta idea no vino de mi, me lo dijo carolina y me hizo resonar. Oh bg el Rey, no tienes nada para mi. Que mejor manera que enseñando y creando contenido útil y orgánico para los emprendedores, les damos valor, nos posicionamos como la empresa líder y vendemos nuestros productos.

Reducir el riesgo para ellos, que les parece por ejemplo solo para los que cumplen con el perfil de emprendedor ofrecerles una prueba de yappy comercial por 3 meses, algo así.

INVITARLOS A UN WEBINAR A TRAVES DE CORREO

El modelo no está tomando el 100% de los clientes que son emprendedores, que tienen un POS y un MPOS.

Regla O

Tienes un MPOS, yappy emprendedor.

Cliente de préstamo personal con descuento directo, son asalariados.

Hay muchos emprendedores que son asalariados.

A 90% hay bastantes clientes que tienen asesor. El tema del acuerdo de servicios con las bancas es delicado, los sacaríamos.

Se pueden financiar ellos mismos. Se excluyen bancas.

Definir el corte\*

Cuantos meses seguidos tengo que salir en el modelo

Tiene POS, MPOS, YAPPY EMPRENDEDOR, patente.

De mayo hacia atrás es ver cuánto tiempo se mantiene el cliente en la propensión.

Preguntar esto

Preguntar que es un gravy.

Lo que estábamos describiendo es que esto es una meta dinámica.

Para efectos de claridad de la data sería interesante ver la penetracion ese transaccionales en emprendedores (yappy, pos, mpos).

Banco sartander: se enfocaban muchísimo en educación financiera, Santander X, work caffe.

Convenio hace poco con la AEI y con la AMPYME.

Yappy emprendedor se revisa