

BANCO ATLAS

Insights Y Propuestas de Negocio

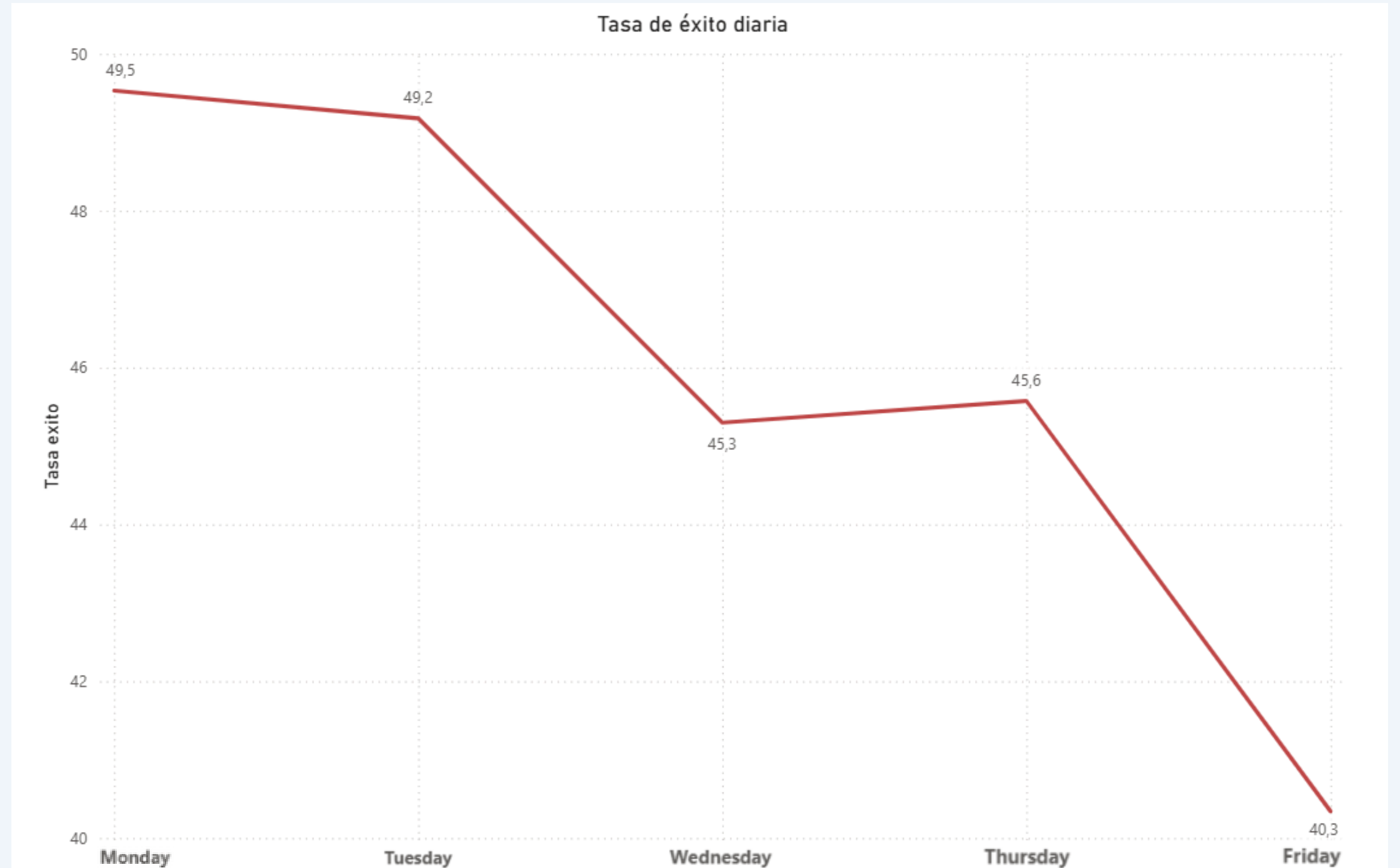
Marketing y
Comunicación

*¿Cómo responden
nuestros clientes a lo
largo de la semana?*

Márketing y Comunicación

Insights

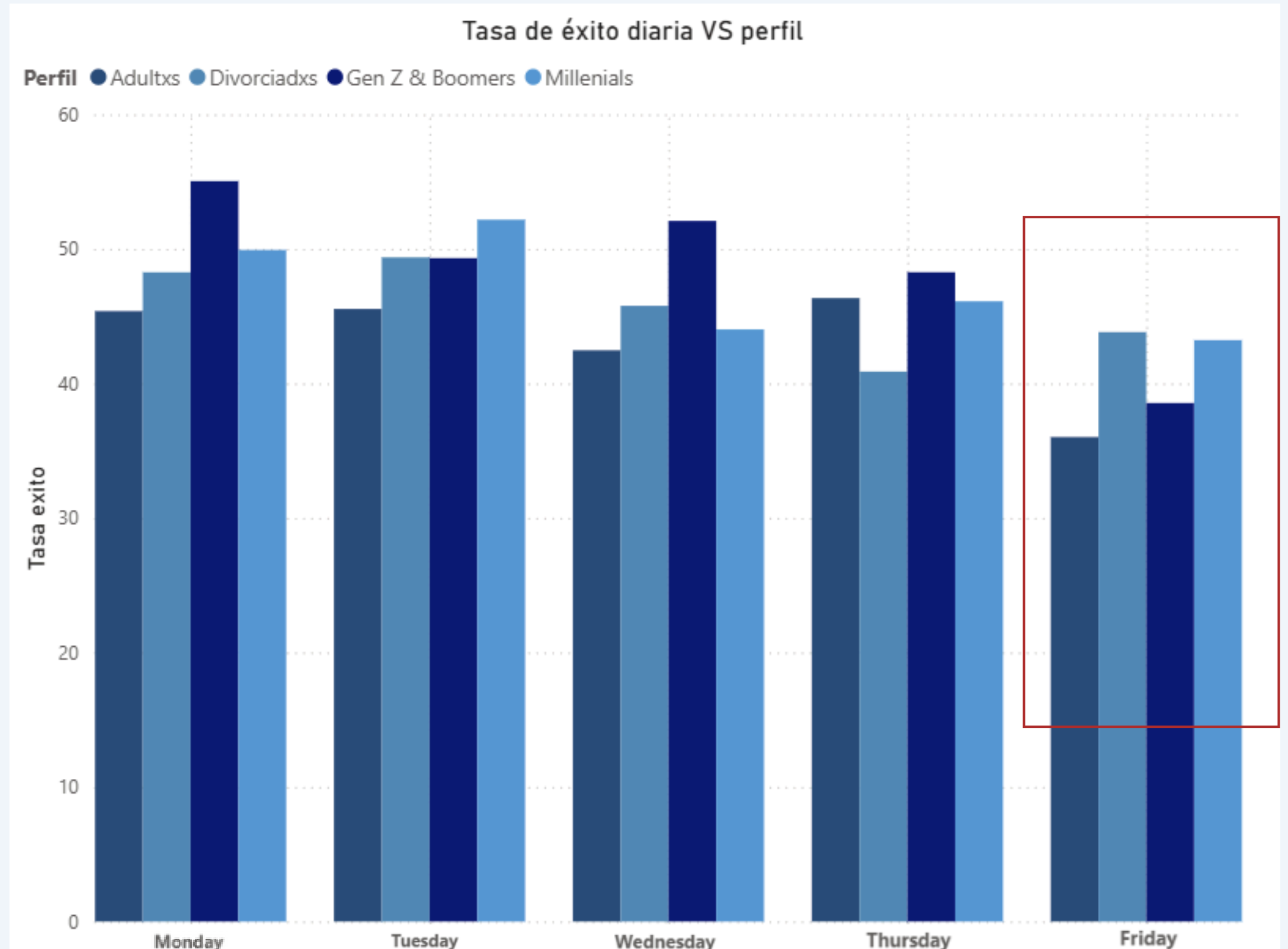
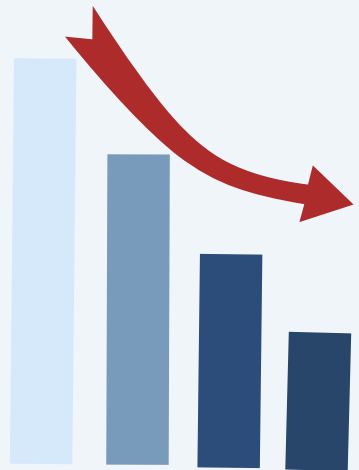
La **Tasa de éxito** se desploma a lo largo de la semana.



Márketing y Comunicación

Insights

Los **viernes** son los días con menos contrataciones en todos los perfiles.



Márketing y Comunicación

Propuesta de negocio



Focalizar contactos en **lunes** y **miércoles**



Distribuir contactos entre **lunes** y **martes**



Focalizar contactos en **lunes** y **jueves**



Centrar contactos en los **lunes** y **martes**

Márketing y Comunicación

Propuesta de negocio

- Limitar las llamadas los **viernes**



Enviar e-mails



Proporcionar información de forma menos densa



Dejar el fin de semana para reflexionar



¿Qué umbrales de saldo podrían indicar mayor riesgo de morosidad?

Finanzas y Riesgo Crediticio

Análisis

Segmento de riesgo

Score de riesgo

 Saldo | Incumplimiento | Préstamo | Deposito | Hipoteca

Índice de riesgo relativo

Tasa de incumplimiento

 Incumplimiento

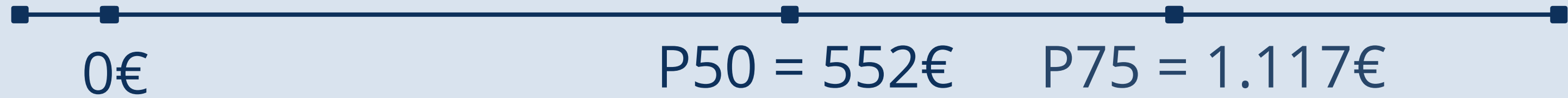
Rangos de saldo

 **Saldo**

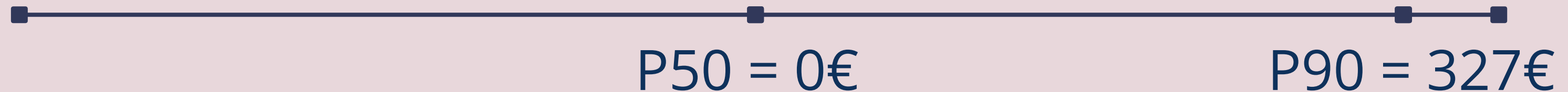
Finanzas y Riesgo Crediticio

¿Cuáles son los rangos de saldo de los clientes?

Todos los clientes



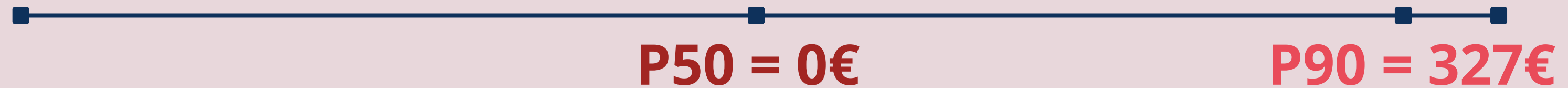
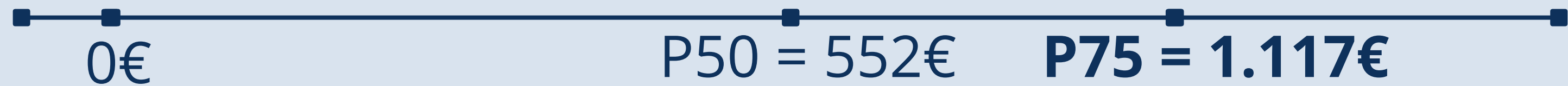
Clientes con incumplimiento



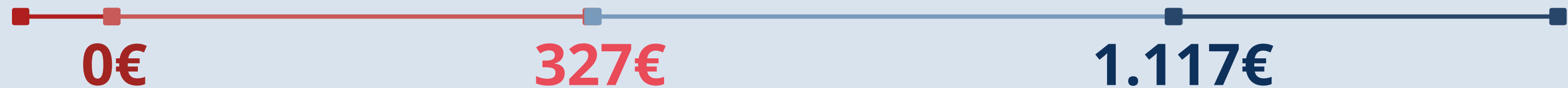
Rangos de saldo

Finanzas y Riesgo Crediticio

¿Cuáles son los rangos de saldo de los clientes?



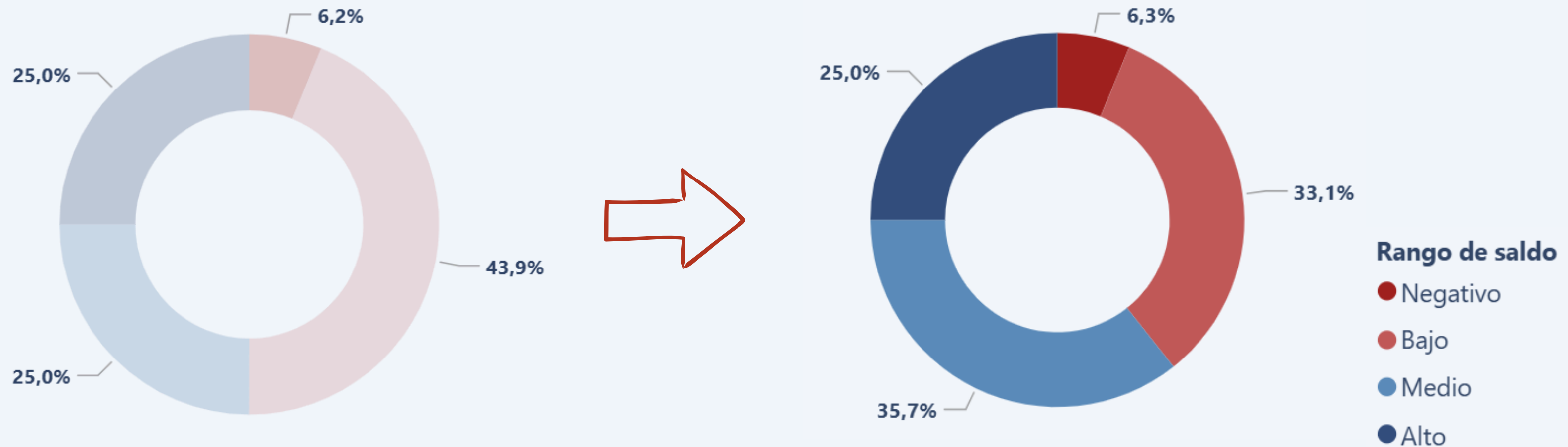
Rangos ajustados



Rangos de saldo

Finanzas y Riesgo Crediticio

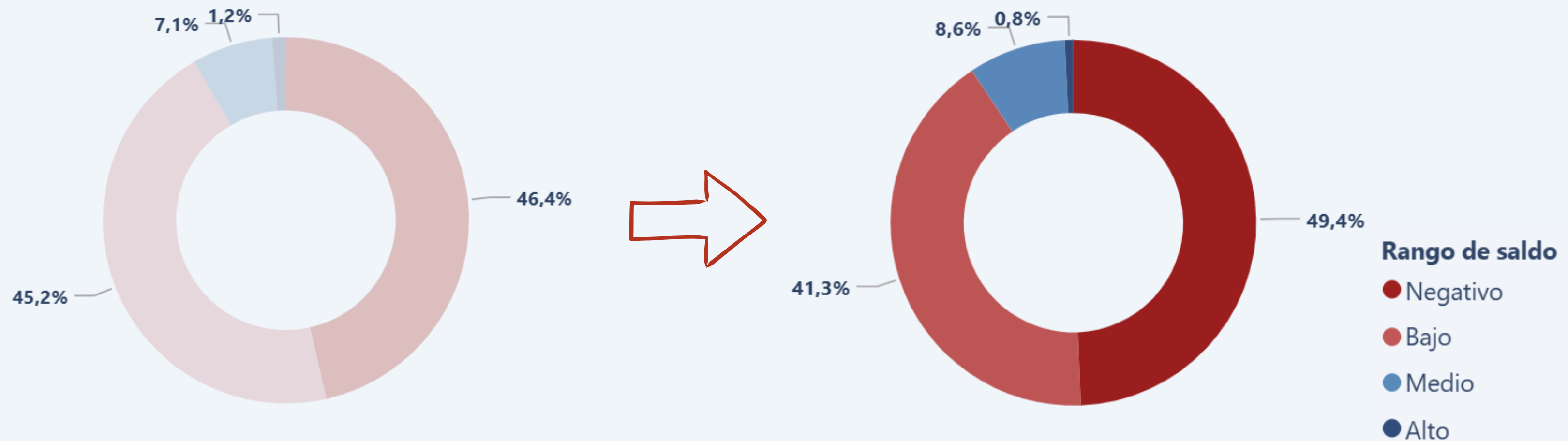
¿Cómo se distribuyen los clientes por rango de saldo?



Rangos de saldo

Finanzas y Riesgo Crediticio

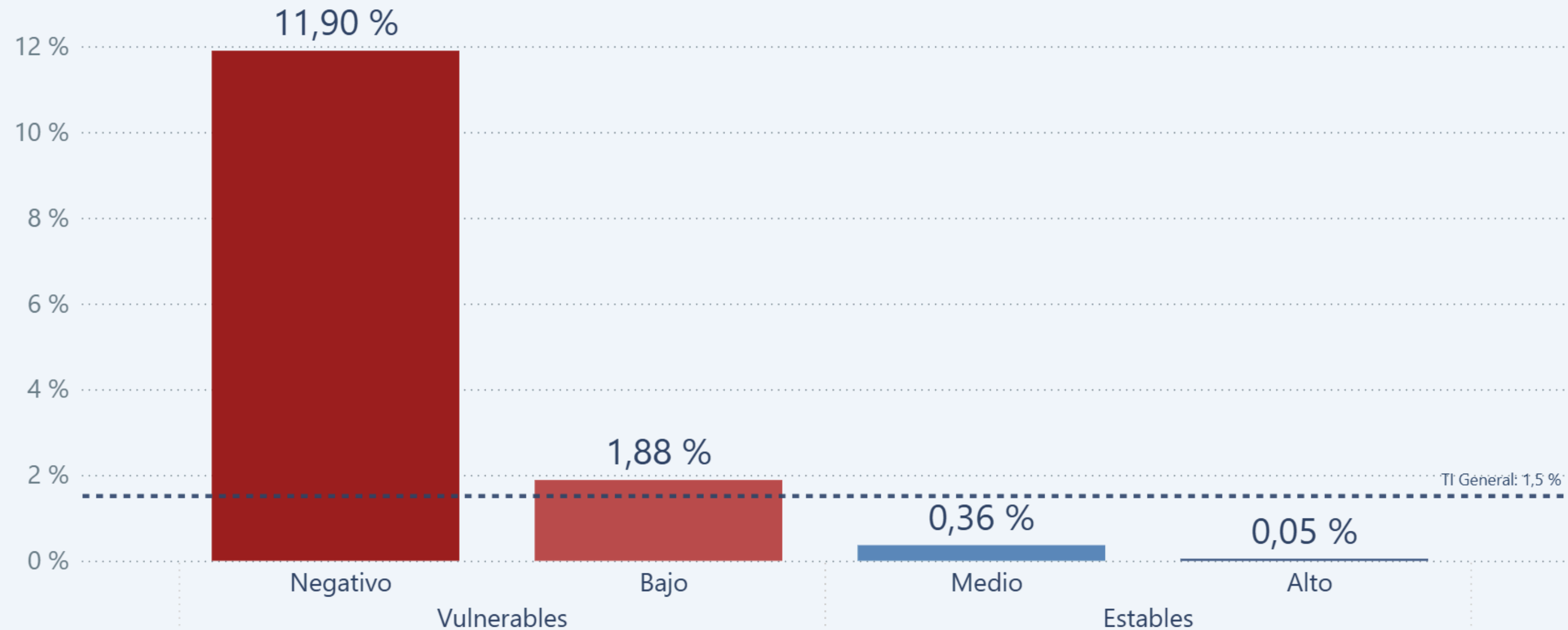
¿Cómo se segmentan los clientes con impago por rango de saldo?



Rangos de saldo

Finanzas y Riesgo Crediticio

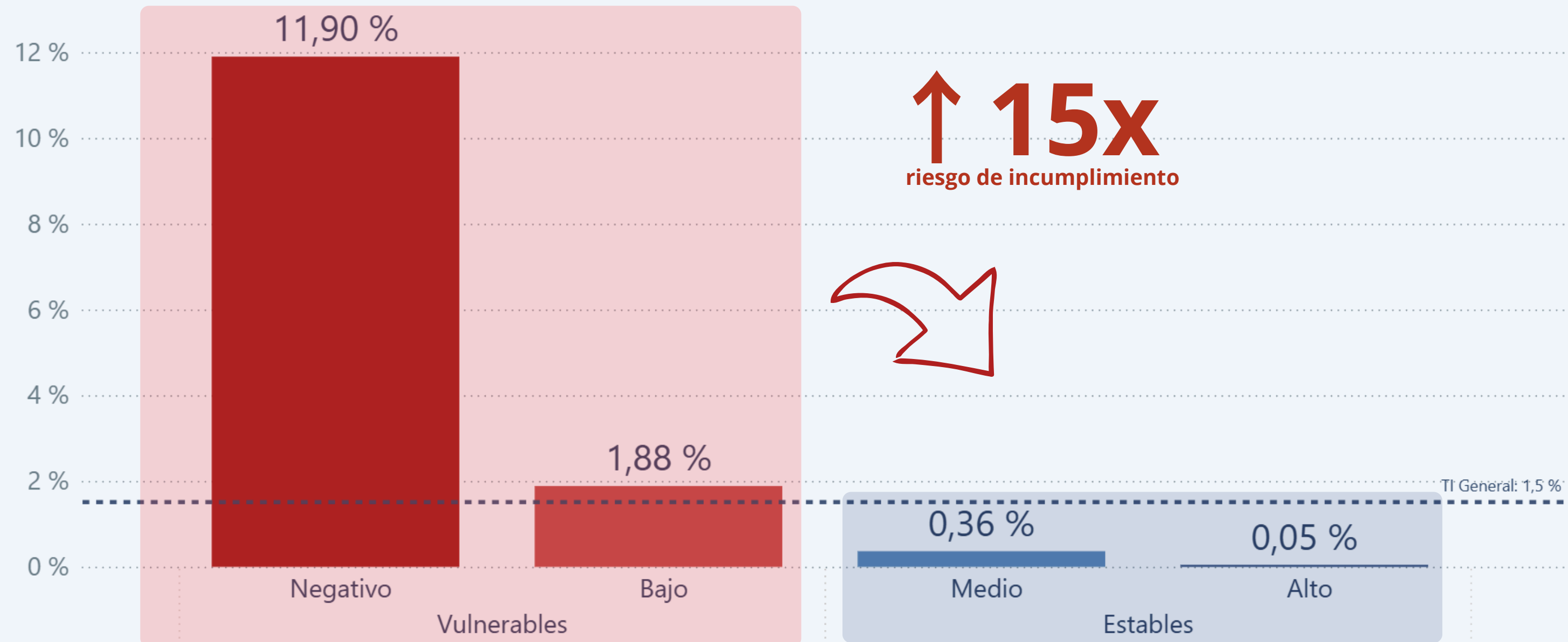
¿Cuál es la tasa de incumplimiento por rango de saldo?



Tasa de Incumplimiento

Finanzas y Riesgo Crediticio

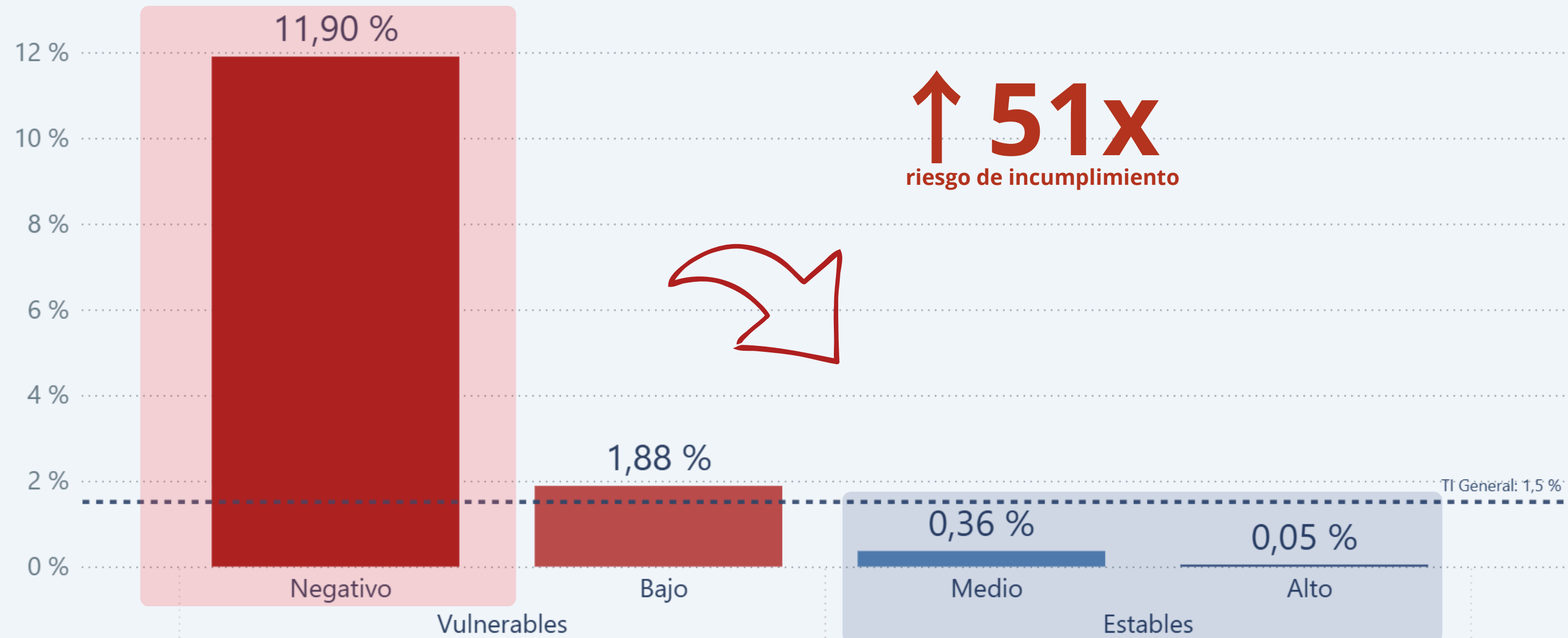
¿Cuál es el riesgo de incumplimiento por rango de saldo?



Índice de riesgo relativo

Finanzas y Riesgo Crediticio

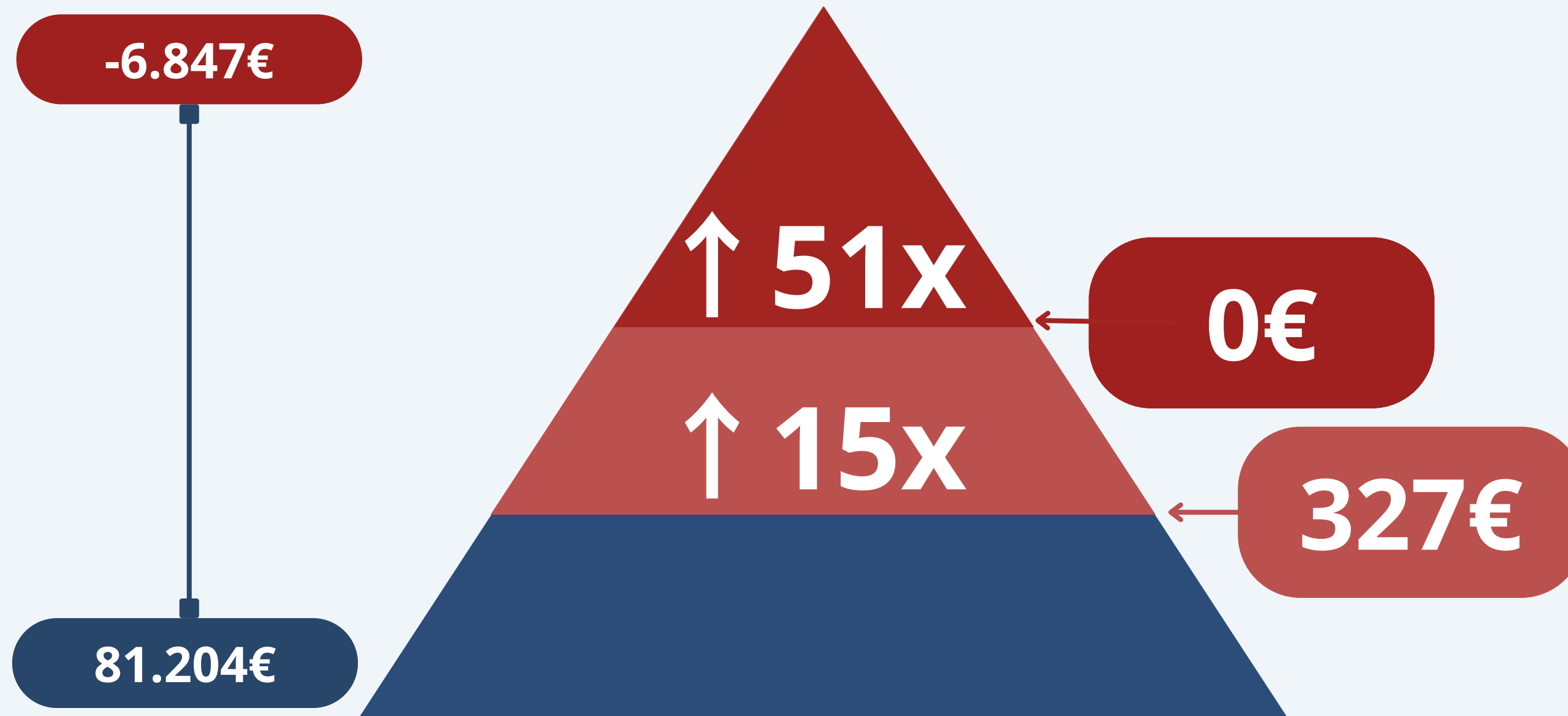
¿Cuál es el riesgo de incumplimiento por rango de saldo?



Índice de riesgo relativo

Finanzas y Riesgo Crediticio

¿Qué umbrales de saldo podrían indicar mayor riesgo de morosidad?



Índice de riesgo relativo

¿Quién contrata qué?

Perfil de
Cliente

Perfil De Cliente

Perfiles y variables demográficas

Perfil	Edad	Trabajo	Estado Civil
Gen Z & Boomers	18-24 / 55+	Estudiantes/Jubilados	Irrelevante
Millenials	25-34	Blue Collar / Services/ Technician	Married/Single
Adultxs	35-44	Blue Collar / Services/Admin	Married/Divorced
Divorciadx	45-54	Blue Collar / Admin / Entrepreneur	Married/Divorced

Perfil De Cliente

Test estadístico

0,14
V de Cramer

	Perfil	Hipoteca	Préstamo	Depósito	Productos
Perfil					
Hipoteca	✓				
Préstamo	✓	✓			
Depósito	✓	✓	✓		
Productos	✓	✓	✓	✓	

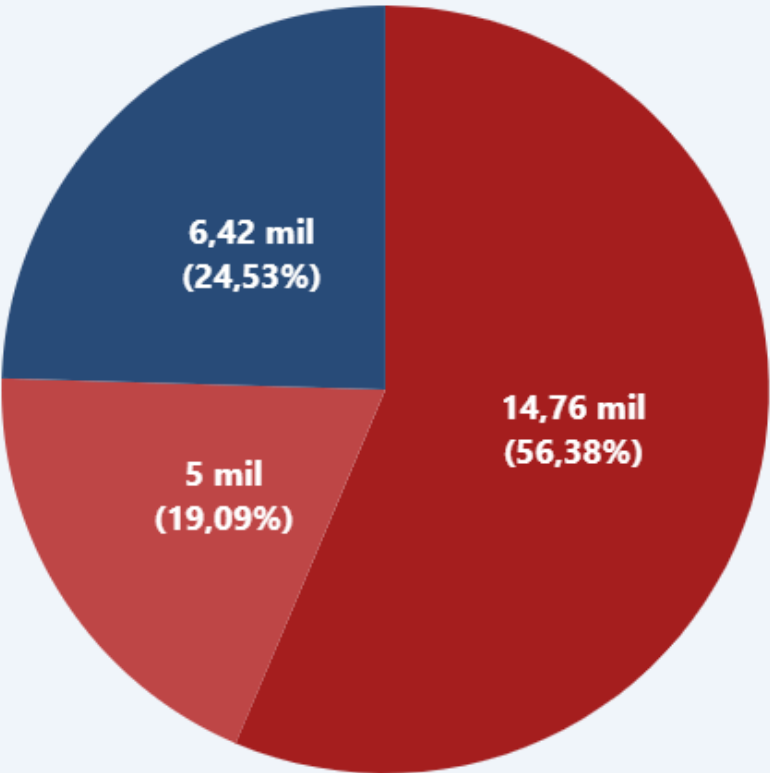


Estadísticamente
significativo

Perfil De Cliente

Insights

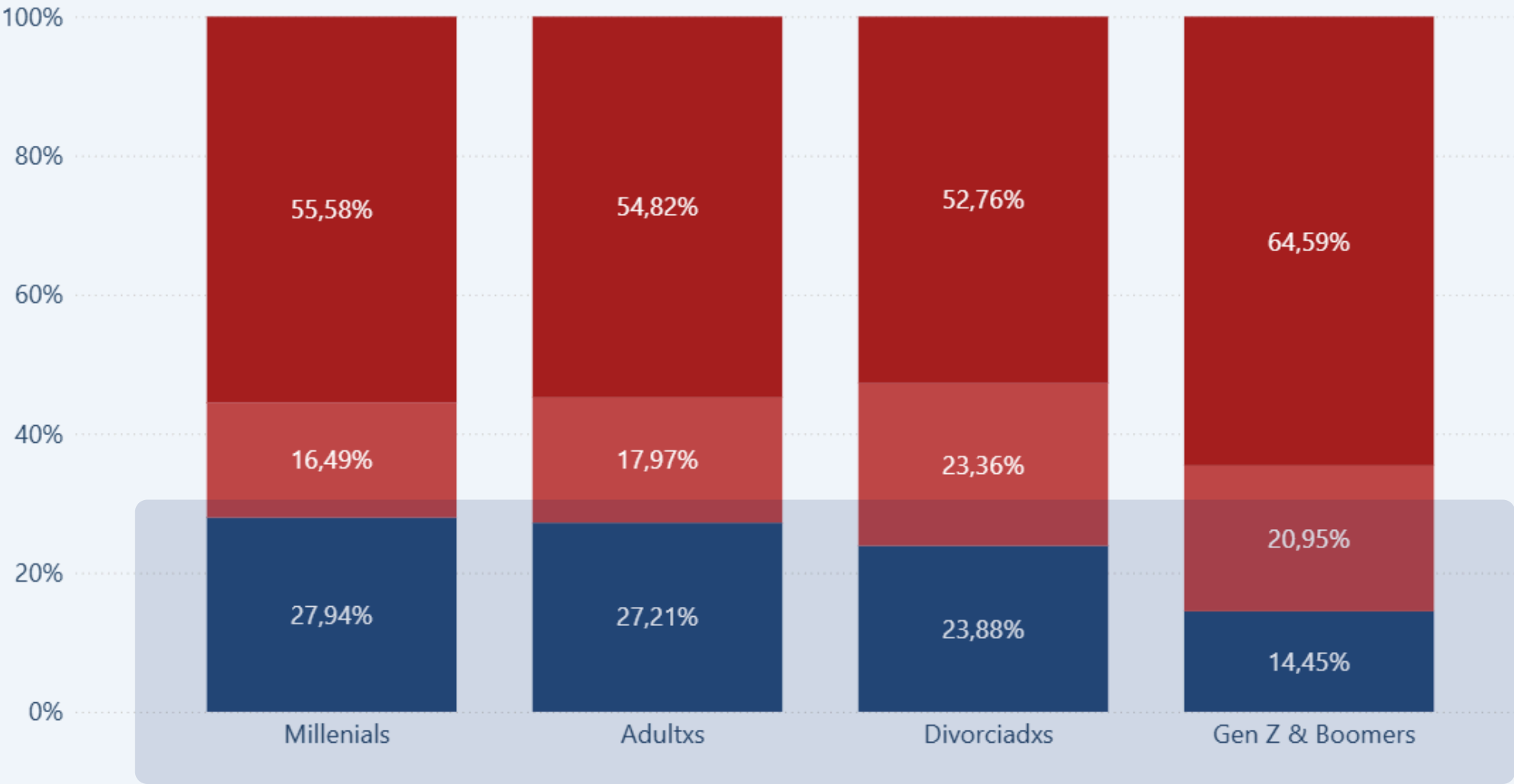
Patrón General de Adquisición



Productos contratados ● 1 ● 0 ● +1

Patrón de Adquisición por Perfil

Productos Cuenta ● +1 ● 0 ● 1

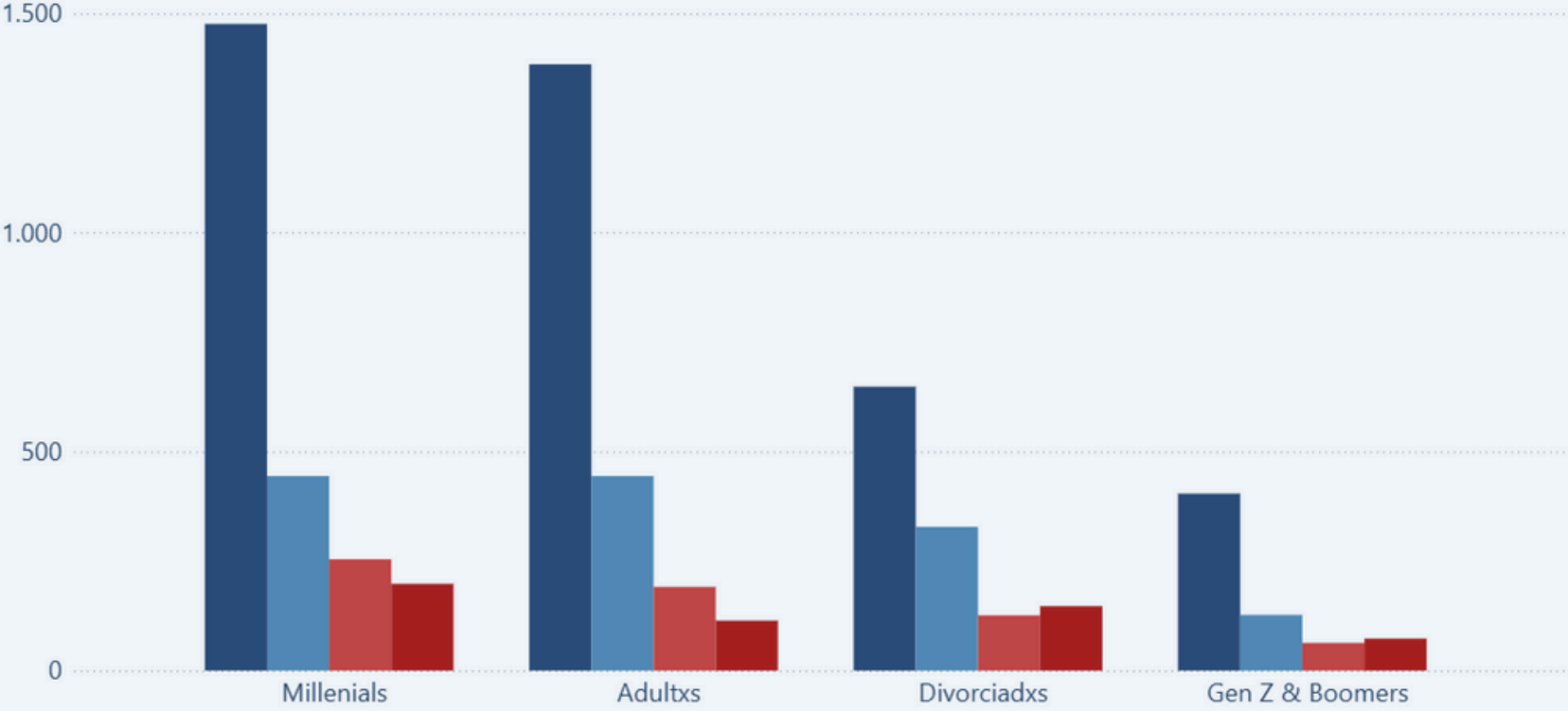


Perfil De Cliente

Insights

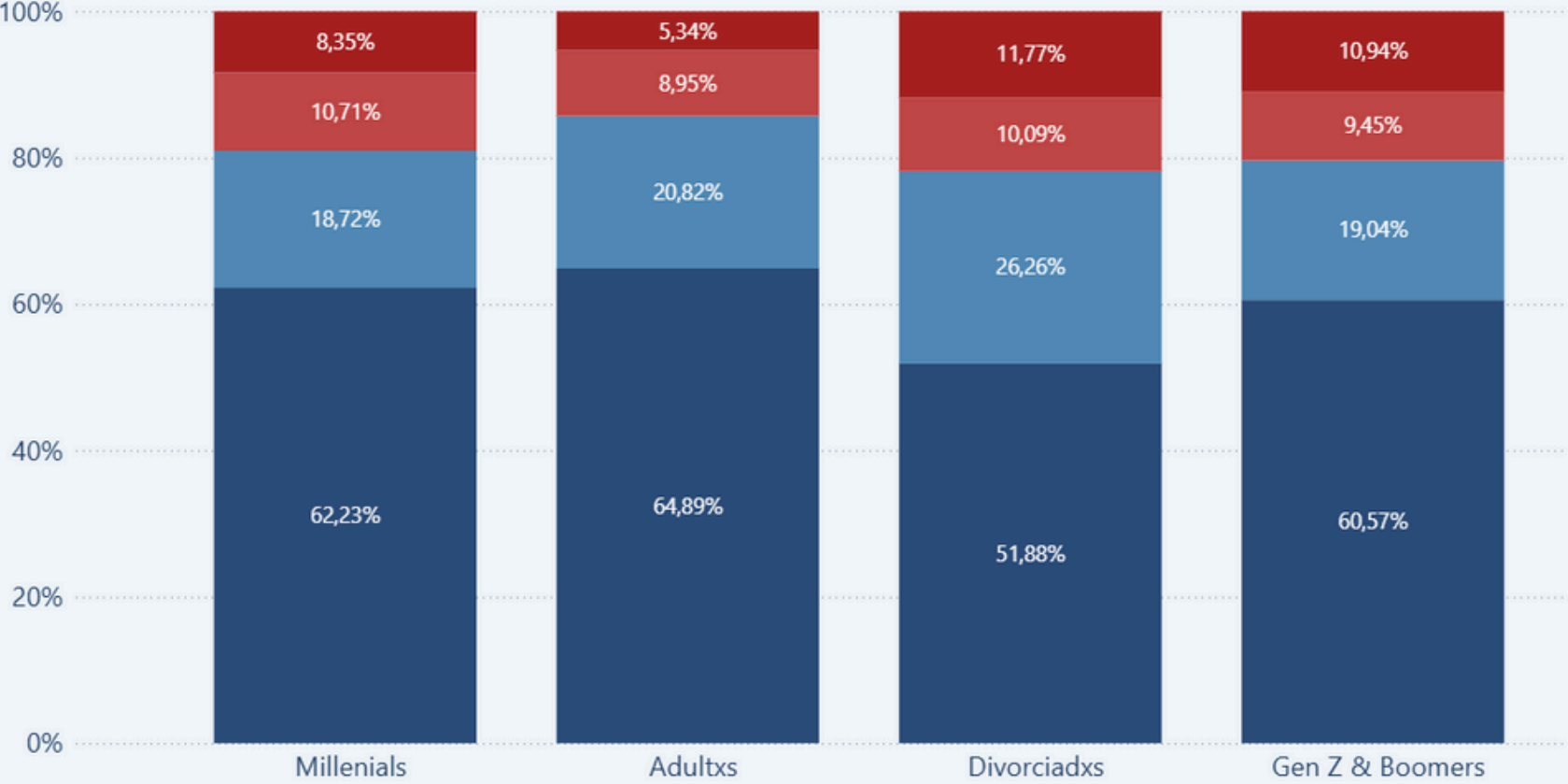
Combinación de Productos Adquiridos por Perfil

Productos ● HD ● HL ● HLD ● LD



Combinación de Productos Adquiridos por Perfil (%)

Productos ● HD ● HL ● HLD ● LD



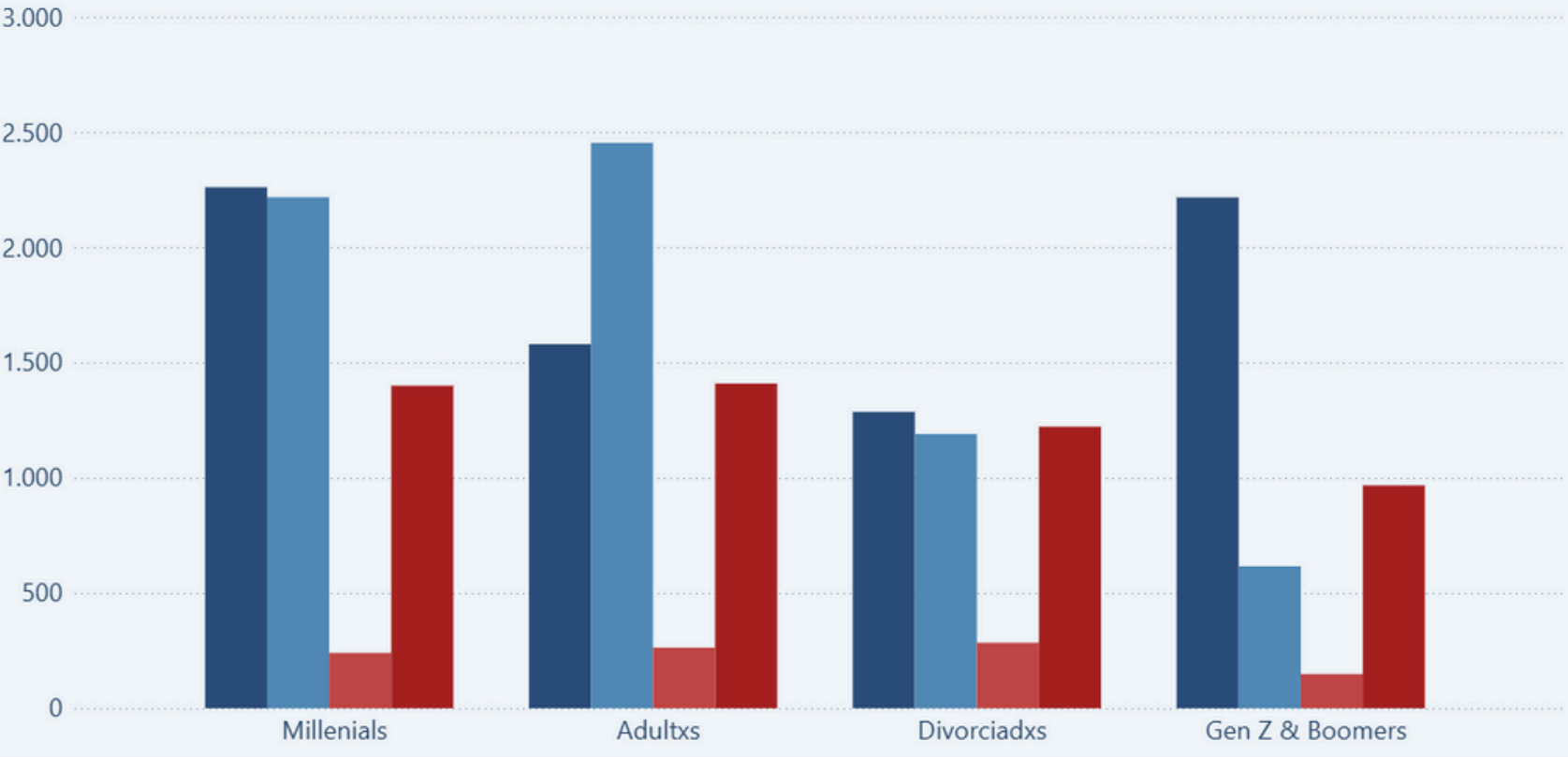
H = Hipoteca, L = Préstamo , D = Depósito

Perfil De Cliente

Insights

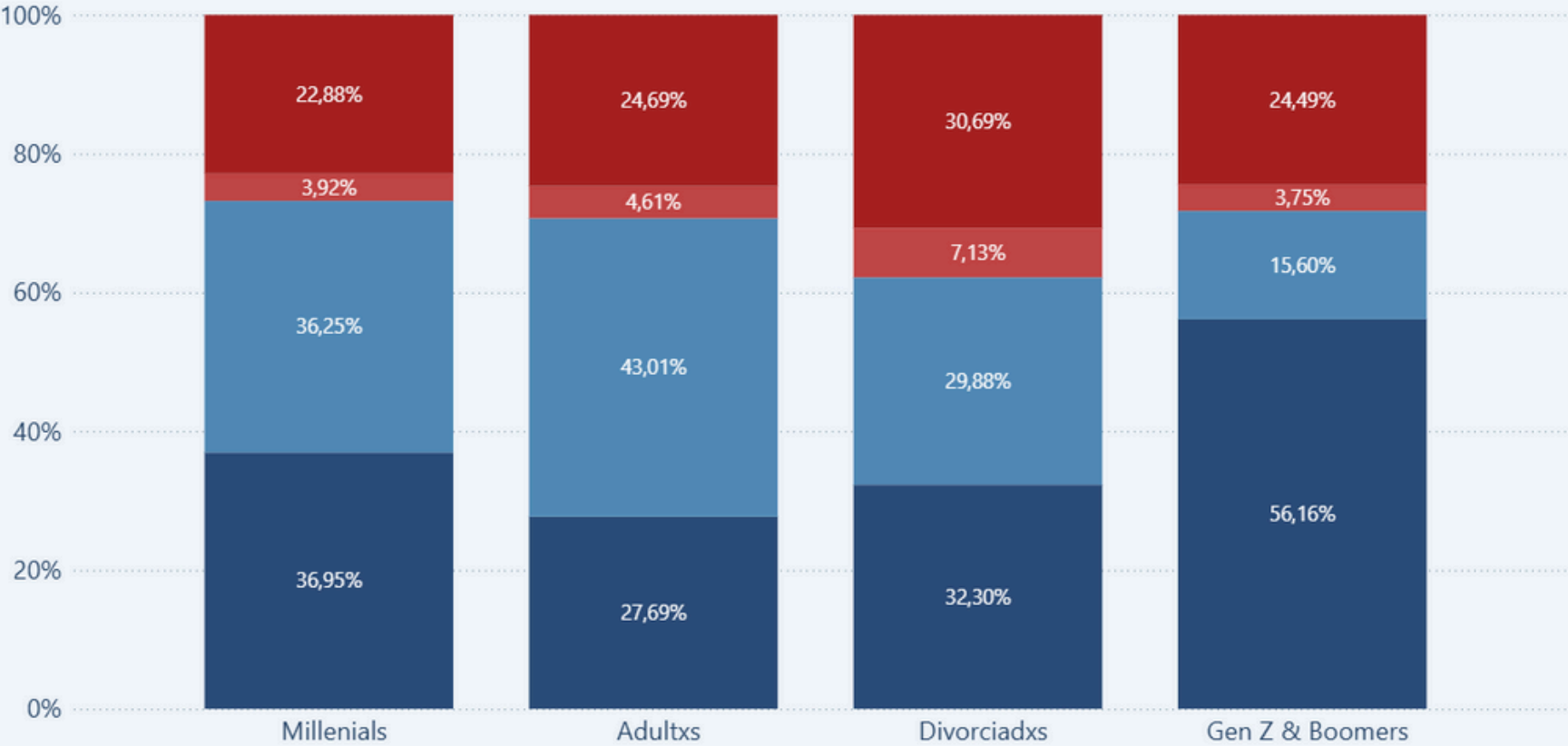
Productos Únicos Adquiridos por Perfil

Productos ● D ● H ● L ● None



Productos Únicos Adquiridos por Perfil (%)

Productos ● D ● H ● L ● None



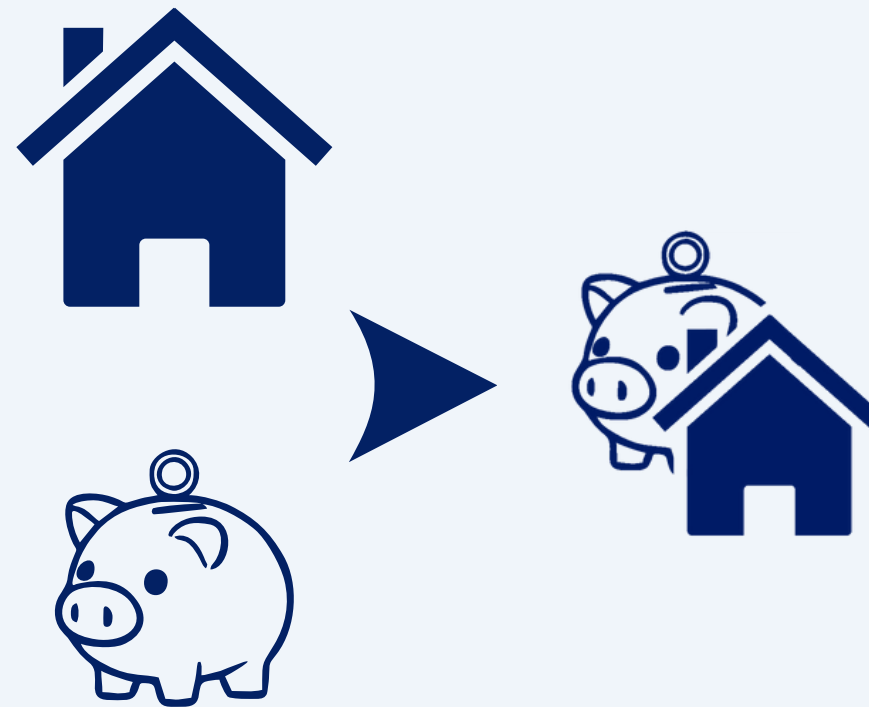
H = Hipoteca, L = Préstamo , D = Depósito

Perfil De Cliente

Propuestas de Negocio



Fomento de la
reconversión mediante
mejora en las
condiciones
contractuales



Refuerzo de las
contrataciones
predominantes
(**Depósito e Hipoteca**)



Aumento de la
conversión en Gen Z &
Boomers y Divorciadxs

semana 06.10

KPIS

47,43%

Porcentaje de Conversión

-0,23%

Porcentaje de Conversión VS
Semana Previa

13:10

Promedio de Duración de
Llamadas de Suscriptores

-00:04

Promedio de Duración de Llamadas de
Suscriptores VS Semana Previa

1,79

Promedio de Contactos Previos de
Suscriptores

0,08

Promedio de Contactos Previos de
Suscriptores VS Semana Previa

79,28%

Porcentaje de Llamadas a
Teléfono o móvil

0,56%

Porcentaje de Llamadas a Teléfono
o Móvil VS Semana Previa

dec: 92,47%

Mes con Mayor Tasa de Conversión

