

**T****eT****e**

i d e a s   a   t i e m p o

**¡BIENVENIDXS A B89!**

# Reto

---

¿Cómo podríamos hacer para mejorar la interacción con los usuarios de una manera más humana y eficiente a través del app de B89?



## INVESTIGACIÓN

**6**

**Entrevistas a usuarios.**

**4**

**Diagramas de pez.**

**2**

**Scan de redes sociales.**



# **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

---

## Servicio post-venta deficiente

- Les molesta la demora en la atención tanto en oficina como telefónica.
- Los asesores no tienen autonomía, las herramientas y/o el conocimiento para solucionar problemas al instante.



## Falta de control o seguridad

- Los usuarios tienen miedo de los fraudes o robos, llegan a pagar seguros para sentirse protegidos.
- Desconfían de los procesos y siempre están alertas a que no se vaya a generar un cobro doble.



## Falta de información y comunicación

---

- Sienten que el Banco se contacta con ellos sólo cuando quieren colocar un producto.
- Sienten que los bancos no se preocupan en explicar de una manera sencilla los servicios que ofrecen.





## Falta de transparencia

- La información de sus movimientos le resulta muy técnica.
- Sienten que les cobran muchas comisiones sin razón.
- Creen que siempre hay una “letra chica” que los terminará perjudicando.





# **USER PERSONA**

---

# Juana Jimenez



**Ejecutiva de cuenta en una  
agencia publicitaria**

- **Edad:** 30 años
- **Ubicación:** Lince, Lima
- **Estilo de vida:** Sofisticada
- **Estado civil:** Soltera

## Resumen

A Juana le gusta aprovechar su tiempo libre al máximo, cada vez que tiene días libres realiza viajes tanto al interior del país como al extranjero.

Es una persona en constante movimiento, le gusta hacer ejercicios y es una entusiasta de temas relacionados a la conservación del medio ambiente y responsabilidad social.

## Apps más utilizadas



## Metas

- Tiene como meta ahorrar para una maestría.
- Quisiera seguir ahorrando para futuros viajes

## Frustraciones

- Le frustra la complejidad de los procesos (colas en oficina, comisiones, letras chicas, el servicio) de los bancos.,
- Le preocupa que le roben su dinero a través de fraudes digitales.

## Must have

- No perder tiempo en algo que no lo requiere
- Poder sentirse segura al momento de realizar una compra por internet

***"Quiero que todo esté a un clic de distancia"***



# INSIGHTS

---

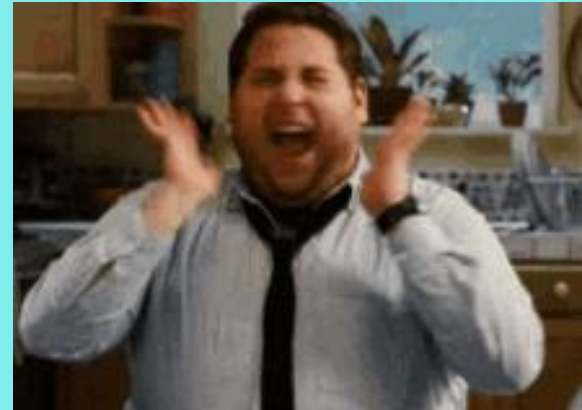
## Espera en línea nomás...

---

Los usuarios tienen mentalizada la idea que van a perder el tiempo al llamar o contactar a un Banco. Lo asocian con burocracia y procesos rígidos.

**“Tengo que llamar al banco  
... me voy a demorar la  
vida”**

José, 26 años



## Mejor dime que no te importo

---

Los usuarios perciben al Banco como una entidad distante y poco amical por lo que se sienten poco valorados y mal atendidos.

**“Los Bancos siempre llaman para venderme algo pero nunca quieren hablar conmigo cuando tengo un problema”**

Vanessa, 31 años



## El Banco nunca pierde

---

Las personas tienen miedo a los cobros ocultos y sienten que el banco les “roba” su dinero amparándose en contratos poco claros y con letras pequeñas.

**“Me preocupan mucho las comisiones o los errores que puedan ocurrir. Me siento obligada a revisar mis movimientos en todo momento”**

Paola, 29 años

## Quiero saber todo

---

Los clientes necesitan tener control de sus consumos a fin de poder analizarlos mejor y evitar gastos excesivos, pero sienten que solo les brindan datos confusos y no información relevante para ellos.

**“Los Bancos me brindan información solo del monto del consumo que acabo de realizar, a mi me gusta recibir además el nombre del establecimiento, la descripción y fecha, lo ideal es que aparezca automático”**

Franco, 26 años





# **IDEAS DE SOLUCIÓN**

---

# Solución de consultas, dudas y reclamos

Solución de consultas,  
dudas y reclamos

Clientes y no clientes

Descripción:

Que en todas las pantallas exista una opción en donde los clientes puedan contactar al banco para resolver sus dudas o para ingresar reclamos.



- Habilitar la opción para que personas que no son clientes aún la puedan utilizar (ej. proceso de registro) sería relevante.
- Para temas complejos, favorecer la interacción con un humano y no con "robot".
- Considerar la comunicación por Whatsapp ya que es el canal más cotidiano.

# Solución de forma y motivo de contacto

Elección de forma y motivo de contacto

Para todos los clientes

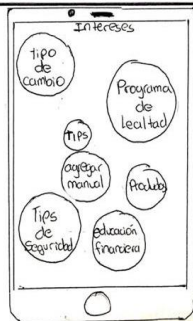
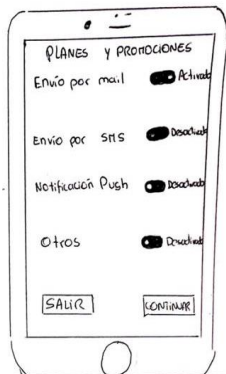
Descripción:

El usuario puede elegir

① Forma: Mail, SMS, push notifications  
Dentro del app o teléfono

② Motivo: Tipo de cambio, educación financiera, programa de lealtad, tips de seguridad, productos

La persona puede personalizar



- Las notificaciones Push están asociadas a avisos de seguridad.
- La opción de elegir diversos canales de acuerdo a sus necesidades específicas es importante.
- La elección de la frecuencia de contacto permite generar mayor sensación de control.
- Definir el tipo de promociones o intereses permite entregar un servicio más personalizado.
- Prefieren solicitar contacto para otros temas no listados.

# Solución de consumos detallados

## Consumos detallados

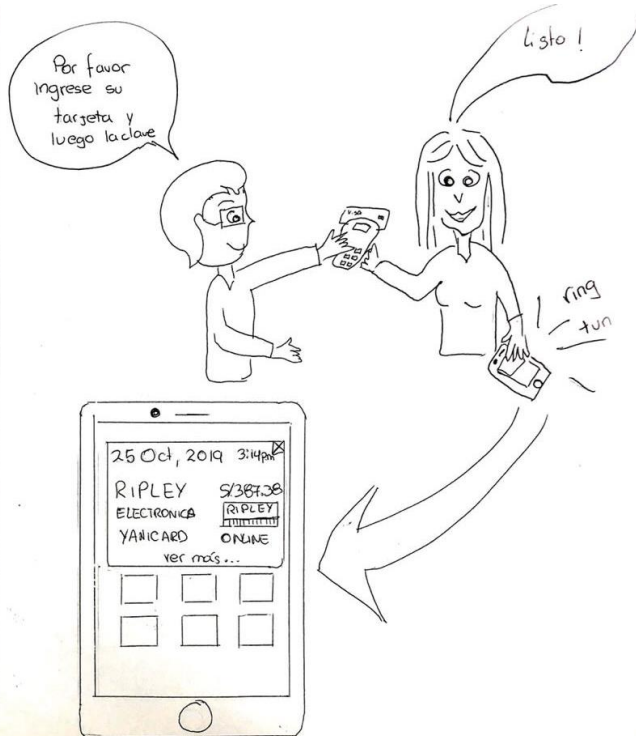
Para los clientes que realicen compras

### Descripción:

Información detallada de sus compras de una manera sencilla y detallada, mediante un push

### Información

- fecha y hora
- Nombre comercial del establecimiento
- importe
- categoría
- tipo de tarjeta
- tipo de movimiento (físico u online)



- Esta solución es efectiva para generar un sentimiento de seguridad.
- No usar la razón social sino el nombre comercial del comercio permite disminuir las dudas.
- La fecha y la hora del consumo importa más que el proceso.



## **SOLUCIÓN ITERADA:**

ELECCIÓN DE FORMA Y  
MOTIVO DE CONTACTO

---

Elección de forma  
y motivo de contacto

Para todos los clientes

Descripción

El usuario puede elegir:

2) Motivo o interés:

Después de registrarse  
puede escoger los temas  
de interés.

- Tipo de cambio, educación  
financiera, programa de  
lealtad, tipos de seguridad,  
productos.

2) Forma:

Puede escoger el medio  
de comunicación y  
frecuencia.

- email, sms, notificaciones push  
dentro del app o teléfono

El usuario se registra  
en la app B-89



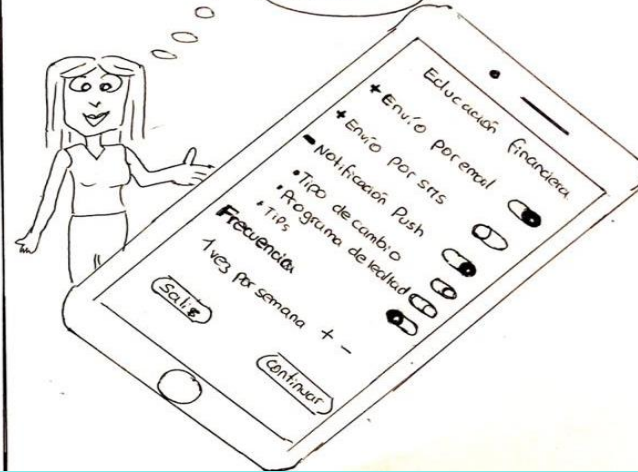
El usuario puede elegir sus intereses



Elección en la app



Que bacán!  
puedo escoger la  
frecuencia.



# ¿Por qué esta solución?

## Negocio

- Fácil de implementar a corto plazo.
- Disminuye la carga operativa del contact center.
- Mayor eficiencia de las ventas.

## Usuario

- Información personalizada y relevante.
- Disminuye la saturación de llamadas y contactos.

## Iteración




























- Hicimos 30 testeos con 10 usuarios.



# **CUSTOMER JOURNEY**

---



ETAPAS									
	Juana se entera de B89	Selecciona el producto	Recibe la tarjeta en su casa	Elige la forma y motivo de contacto	Fondea su cuenta top-up	Utiliza por primera vez su tarjeta	Revisa los movimientos de su tarjeta	Ingresa al chat	Devolución del dinero
LO QUE HACE	Descarga la app.	Abre una cuenta y elige que le envíen la tarjeta física.	Activa la tarjeta en la app	Desea que todo lo relacionado a educación financiera le llegue por mail y 1 vez por semana	Vincula una tarjeta a su cuenta	Recibe una notificación inmediata en su celular con los datos de la compra.	Ve que le han generado un cobro doble.	Un bot le pregunta el motivo de la comunicación y lo deriva a un asesor especializado.	Atienden su reclamo y le devuelven inmediatamente el cobro doble.
EN QUE PIENSA	Le parece interesante la opción de ganar puntos por sus compras.	Le gusta lo rápido que creó su cuenta pero está ansiosa a la espera de su tarjeta.	Le resultó un proceso súper rápido y sencillo de hacer.	Le agrada que finalmente se hayan preocupado en pensar que tipo de comunicación prefiera	Agrega el dinero	Le agrada recibir la alerta en su celular, le da seguridad.	Se siente molesta porque necesitaba de ese dinero para hacer una compra urgente.	Está a la expectativa ya que no sabe cuánto demorará la solución de su reclamo.	A pesar del malestar inicial, le agradó mucho la rápida solución que le brindaron.
LO QUE SIENTE									
PUNTOS DE CONTACTO									

**¡Gracias!**