

Si ellos crecen con el enriquecimiento de datos, **¿Por qué no tu banco?**

*“ El secreto mejor guardado de los gigantes tecnológicos
y su aplicación al mundo de las finanzas.*

amazon ∞ Meta Google IBM Microsoft

Si algo he aprendido en estos siete años al frente de Coinscrap Finance es que debo mantenerme alerta en todo momento. Los cambios acechan en cada esquina, si trabajas en el mundo de la banca y los seguros, probablemente sabes de lo que estoy hablando. La tecnología lo impregna todo, en especial en lo que respecta a las nuevas relaciones entidad-cliente.

Nuestra organización trabaja día a día para anticiparse a ellos y hemos pensado que podría resultar útil recopilar en un documento los casos de éxito más relevantes a nivel global. Ya sea que te preocupa que tu entidad esté más alineada con las necesidades de los clientes o que tu cifra de negocio mejore, necesitas reevaluar la experiencia de usuario en tus plataformas digitales.

Existe un amplio margen de mejora para el sistema bancario y de seguros tradicional en este aspecto gracias al enriquecimiento de datos. No olvidemos que Mastercard ya emitió un mandato según el cual todos los emisores de tarjetas de su red deben tener una solución de enriquecimiento antes de octubre de 2023.

Visa está trabajando en una medida similar.

En las siguientes páginas te contamos cómo lo están aplicando algunas de las principales compañías tecnológicas del mundo y te mostramos cuál es el camino a seguir para las entidades financieras.



David Conde Sayáns

Términos clave

Enriquecimiento de datos

Serie de procesos en los que participan **motores de inteligencia artificial, procesamiento de lenguaje natural y machine learning**. A través de distintas fuentes internas y externas, se obtienen grandes cantidades de datos que se enriquecerán a fin de alcanzar una visión integral sobre un tema. Gracias al enriquecimiento, tanto entidades como usuarios pueden tomar decisiones bien informadas que conducen a mayores beneficios.

Experiencia de usuario

Se trata de todo el proceso que ocurre cuando el usuario interactúa con una interfaz digital. Incluye sus sensaciones, motivaciones y necesidades durante la navegación. Todo un mix de emociones hacia el sitio web o App que hace que quiera volver a entrar una y otra vez. Si el usuario experimenta sentimientos positivos es más probable que mejore la tasa de conversión y de participación.

Behavioral Design

La disciplina combina diseño y psicología, utilizándose sobre todo en la mejora de la eficiencia de productos digitales. Tiene en cuenta todos aquellos factores que pueden influir en la toma de decisiones de los usuarios. Muchas veces estas van más allá de la razón. El Behavioral Design descubre sus motivaciones en la interacción con las plataformas online para ofrecer una UX que les facilite la vida.

// Tanto entidades como usuarios pueden tomar decisiones bien informadas que conducen a mayores beneficios.

La nueva era del análisis de datos

Según varias encuestas¹, todos los grupos de edad han incrementado el uso de las aplicaciones de banca móvil en los últimos años. Casi el 95% de los GenZ las usa regularmente, los millennials superan el 90% y generación X y boomers, se mantienen en un 85%. ¿Qué significa esto? Que prácticamente todos los clientes usan la App de su banco para comprobar sus saldos, realizar transferencias y pagar facturas de manera habitual.

Millones de transacciones realizadas a diario desde tu App contienen las respuestas a todas tus preguntas: ¿cómo evito la fuga de clientes hacia la competencia? ¿de qué manera puedo mejorar la UX? ¿Es posible personalizar mis comunicaciones para lograr incrementar mis ventas? ¿Cómo puedo mejorar mi onboarding y atraer a más usuarios? Gracias al enriquecimiento del dato transaccional bancario se obtienen las soluciones.

Veamos cómo Amazon, Google, Meta, IBM o Microsoft han aprovechado su amplio conocimiento del cliente para ofrecer una mejor experiencia de usuario y generar más volumen de negocio.



Amazon es el mayor marketplace online del mundo y utiliza el enriquecimiento de datos y el behavioral design para mejorar la experiencia del cliente en su sitio web. Gracias a ello logra aumentar sus ventas y fidelizar al usuario.

Principales aplicaciones de **enriquecimiento de datos** que realiza el gigante minorista

Segmentación de la audiencia: Gracias a ellas puede crear tipologías de clientes. Los segmentos de audiencia se basan en perfiles de usuario y tienen muy en cuenta el comportamiento durante la visita a la web. Esto le permite ofrecer productos que sean de interés para el usuario.

Recomendaciones personalizadas: A través de técnicas de enriquecimiento de datos, sugiere diferentes productos adaptadas a los usuarios. Para hacerlo tiene en cuenta el historial de compra y navegación del cliente. También le sirve para incluir información sobre productos complementarios o parecidos.

Optimización de resultados de búsqueda: Amazon emplea esta tecnología en la mejora del buscador de su sitio web. De esta forma es capaz de identificar sinónimos, realizar correcciones ortográficas y sugerir términos relacionados con la búsqueda del usuario.

Análisis de opiniones de clientes: Gracias al análisis y enriquecimiento del dato, Amazon realiza un estudio de las opiniones volcadas en su plataforma. Esto incluye identificación de patrones y análisis del sentimiento. Resulta vital para conocer la reacción ante un nuevo producto o servicio.

Supongamos que un usuario ha estado comprando productos para bebés en Amazon, como pañales, toallitas y biberones. Utilizando técnicas de enriquecimiento de datos, Amazon puede analizar el historial de compras del usuario y enriquecerlo con información adicional, como la edad del bebé, el género y la ubicación geográfica del usuario. Después, utilizando modelos de aprendizaje automático y behavioral design, recomendará productos relevantes y específicos para el bebé del usuario, como juguetes educativos, libros para bebés o ropa.

Además, Amazon puede utilizar esta tecnología para ofrecer recomendaciones de productos similares. Por ejemplo, si el usuario ha comprado un biberón, el marketplace puede recomendar otros productos de alimentación para bebés, como chupetes, biberones especiales para recién nacidos y productos de lactancia materna.

Amazon aprovecha el enriquecimiento del dato para añadir información adicional al historial de compras del cliente y recomendar productos relevantes para sus necesidades. Esto, sin duda, mejora la experiencia del usuario y aumenta las ventas en la plataforma.



Siguiendo el ejemplo de Amazon, bancos y aseguradoras podrían comenzar a segmentar a sus usuarios utilizando patrones de comportamiento. Conocer los hábitos de consumo puede ayudar a predecir futuros intereses.

Saber qué compran, cuándo y dónde ayuda a tu compañía a mejorar la oferta de productos y servicios mientras aumentas la satisfacción con tus plataformas.



La compañía creada por Mark Zuckerberg tiene en su portfolio aplicaciones tan conocidas como Facebook, Messenger, Instagram o WhatsApp.

Cómo utiliza Meta el enriquecimiento de datos

Rastrea la actividad del usuario y evalúa los intereses para recomendar contenido personalizado. Si un usuario se interesa por un producto concreto, le puede sugerir artículos relacionados, reseñas de productos o tutoriales.

Adapta el contenido a la ubicación del usuario. Si una persona navega desde Reino Unido, Meta le mostrará contenido relevante para su área, como noticias locales, eventos y negocios.

Se anticipa a posibles problemas o necesidades. Esto ayuda a la compañía a abordar de manera proactiva los problemas de los clientes y brindar una mejor atención, lo que se traduce en una mayor satisfacción.

Ofrece anuncios personalizados a los usuarios en función de sus intereses. En el caso de que un usuario visite con frecuencia un sitio web en particular, Meta puede sugerir productos relacionados con los productos que ha visto.

Detecta patrones en el comportamiento de los internautas, lo que le permite ofrecer experiencias más personalizadas y atractivas. Rastreado la actividad de los usuarios en todas las plataformas puede sugerir contenido relevante.

// Con el enriquecimiento de datos, Meta puede identificar las preferencias de los usuarios y proporcionar contenido más relevante.

Meta puede utilizar el enriquecimiento de datos para analizar los hábitos e intereses de navegación de los usuarios. De esta forma, consigue ofrecer mensajes más relevantes. También es capaz de determinar sus intereses y preferencias para enriquecer la información con datos adicionales, como ubicación, edad y estilo de vida, lo que le permite comprender mejor al usuario y orientarlo con behavioral design.

Analizando el historial de navegación, permite encontrar palabras clave y temas más visitados. Algo muy útil para lanzar alertas que sean relevantes, como publicaciones relacionadas.

Además, al detectar la frecuencia con la que un usuario visita una web, cuánto tiempo permanece en la página y qué productos o servicios mira, Meta puede orientar mejor los anuncios que coinciden con sus necesidades.



*El caso de Meta demuestra que el enriquecimiento puede ayudar a las entidades a **conocer los intereses reales de los usuarios**. Bancos y aseguradoras ya utilizan algoritmos de aprendizaje automático para analizar la actividad de sus clientes en su día a día.*

Gracias al enriquecimiento de datos, pueden ofrecer alertas personalizadas y generar un mayor engagement.



La compañía utiliza el enriquecimiento de datos para mejorar la precisión de sus resultados de búsqueda, añadir información sobre la ubicación y el perfil del usuario para ofrecer resultados de búsqueda locales relevantes.

Cómo aplica Google el enriquecimiento de datos

Respuestas instantáneas: Mediante las técnicas de enriquecimiento de datos ofrece respuestas inmediatas a las consultas de los internautas. Esto incluye mostrar los resultados directamente en su página, como la conversión de unidades de medida, la información meteorológica o el cambio de divisas.

Búsqueda semántica: Emplea la tecnología para entender el significado de las consultas y ofrecer resultados de búsqueda más curados. Es el caso de la identificación de sinónimos, el análisis del contexto de las consultas y la detección de relaciones entre conceptos.

Sugerencias de búsqueda: Se basa en el historial del usuario y las tendencias de búsqueda globales para ofrecer sugerencias gracias al enriquecimiento del dato. Esto es de gran ayuda para los usuarios, pues encuentran resultados más relevantes y ahorran tiempo.

Publicidad dirigida: Google utiliza una gran cantidad de datos para mostrar anuncios a los usuarios en función de sus intereses, comportamientos y características demográficas. Estos datos se recopilan a través de múltiples fuentes, como la actividad del usuario, la ubicación geográfica, su perfil, etc.

Google es el buscador más utilizado del mundo, con más del 92% de cuota de mercado.

El buscador de buscadores puede también recopilar información sobre la actividad del usuario en múltiples dispositivos, como teléfonos móviles, ordenadores de escritorio y tabletas. A través del enriquecimiento de datos y el behavioral design, Google puede combinar esta información para crear tipologías de usuarios más completas y precisas, lo que permite ofrecer anuncios hiper personalizados y relevantes.

Por ejemplo, si un usuario busca en su móvil información sobre un viaje a Nueva York, y luego navega por sitios web de hoteles y actividades turísticas, Google puede utilizar la información de navegación cruzada para mostrar anuncios relacionados con viajes a Nueva York en el ordenador del usuario. De esta manera, puede mostrar anuncios más relevantes y aumentar la efectividad de la publicidad.

Recopilar información sobre la edad, la ubicación geográfica y las preferencias de los clientes es vital para crear perfiles más detallados. Esto permite mejorar la experiencia del usuario y ser menos intrusivos.



Hemos visto cómo el enriquecimiento ayuda a resolver inmediatamente las dudas del usuario.

*Las entidades pueden aprovechar el enriquecimiento del dato para saber cuál es el **mejor momento para emitir sus mensajes**, ya sea porque se aproxima la fecha de vencimiento de un seguro o porque se da alguna circunstancia nueva, como un ingreso extra susceptible de ser derivado a un producto de inversión, por ejemplo*



IBM es una empresa líder en tecnología que ofrece soluciones de análisis de datos y utiliza el enriquecimiento para ayudar a las empresas a comprender mejor la ingente cantidad de información que se genera con la actividad diaria.

Cómo aplica IBM el enriquecimiento de datos

Personalización: Gracias a las técnicas de enriquecimiento de datos puede recopilar información adicional sobre los usuarios que utilizará para personalizar la UX, ofreciendo contenido y recomendaciones personalizadas.

Mejora de la calidad de los datos: Elimina errores y duplicados, y también agrega la información que falta. Esto asegura que los usuarios tengan acceso a información precisa y completa para poder tomar mejores decisiones.

Análisis del sentimiento: Los usuarios vierten cantidad de información en las redes sociales y otras plataformas. Esto permite a IBM identificar tendencias y opiniones sobre sus productos y servicios. Gracias a esto puede realizar ajustes y mejoras.

Enriquecimiento semántico: La compañía utiliza técnicas de aprendizaje automático para agregar significado a los datos, lo que favorece su comprensión y análisis. Así mejora la precisión de los resultados de búsqueda, la clasificación del contenido y la detección de patrones.

Gracias a la tecnología, puede mejorar la calidad de los datos y agregar información adicional valiosa de cara a la toma de decisiones de negocio.

El enriquecimiento semántico es una técnica de procesamiento del lenguaje natural que agrega significado a los datos mediante la identificación de conceptos y relaciones entre ellos. En concreto, IBM lo aplica a su trabajo con la empresa de servicios financieros Banorte, para mejorar la calidad de sus datos y, en consecuencia, incrementar la eficiencia de sus procesos.

Banorte disponía de múltiples sistemas de datos que no estaban integrados, lo que generaba duplicidad de información, datos incompletos y errores. Para solucionar este problema, IBM centralizó los datos con su solución de Master Data Management (MDM). Además, utilizó la tecnología de enriquecimiento de datos para agregar capas a la información de los clientes gracias a datos como: perfil demográfico, información de redes sociales e historial crediticio.

El enriquecimiento de datos hizo que Banorte tuviera una visión más completa y detallada de sus usuarios, pudiendo ofrecer un mejor servicio y tomar decisiones más informadas. Además, al contar con información más precisa y actualizada, se redujeron los errores y se mejoró la eficiencia de los procesos de negocio.



IBM es capaz de identificar tendencias que le ayudan a anticiparse a posibles problemas y garantizar la elección de las mejores soluciones.

Con el enriquecimiento del dato, bancos y aseguradoras pueden detectar también comportamientos de riesgo o fraudulentos, obteniendo así ahorros en primas e indemnizaciones.



Microsoft utiliza el enriquecimiento de datos en su plataforma de negocios Dynamics 365 para mejorar la precisión de sus herramientas de análisis de datos. Esta plataforma ofrece una variedad de aplicaciones empresariales integradas, como gestión de ventas, marketing, finanzas, atención al cliente y gestión de operaciones.

Estos son algunos ejemplos de cómo Microsoft aplica el enriquecimiento

Extraer información clave: Identificar y agregar significado a los datos en Dynamics 365 permite establecer patrones y extraer información clave. Esto permite a los usuarios comprender mejor el contexto detrás de los datos y tomar decisiones informadas.

Integración de datos: Microsoft Dynamics 365 integra la información y la enriquece para ofrecer una panorámica completa. Puede integrar datos de ventas, finanzas y operaciones.

Análisis predictivo: Emplea técnicas de minería de datos para identificar tendencias y predecir el comportamiento futuro. Esto permite a los usuarios tomar medidas preventivas para mitigar los riesgos y aprovechar las oportunidades.

Aprendizaje automático: Dynamics 365 lo utiliza para identificar fallos en el servicio al cliente y sugerir soluciones de forma automática. Esto reduce la carga de trabajo del personal de atención al cliente y mejora la satisfacción del usuario.

El módulo de servicio al cliente de Dynamics 365 utiliza técnicas de enriquecimiento para identificar el contexto detrás de una solicitud del usuario y proporcionar la mejor solución. Si un cliente llama a ese departamento para comunicar un problema con el producto, Dynamics 365 puede utilizar técnicas de procesamiento de lenguaje natural para analizar el lenguaje empleado en la llamada y extraer información clave, como el tipo de producto, la ubicación y el problema específico.

A continuación, utilizará técnicas de enriquecimiento del dato para agregar significado a la información y proporcionar una solución personalizada al cliente. Para identificar y agregar significado a los datos, Dynamics 365 utiliza inteligencia artificial, procesamiento de lenguaje natural y machine learning. Sus herramientas necesitan comprender el significado de las palabras y frases en el contexto donde se utilizan.

Como hemos visto, muchas grandes corporaciones utilizan el enriquecimiento de datos en sus plataformas digitales para mejorar la precisión de sus herramientas de análisis de datos y ofrecer experiencias personalizadas a los usuarios.



Gracias al enriquecimiento, el usuario de banca y seguros puede tener disponible en tiempo real toda la información relativa a su salud financiera, para así tomar mejores decisiones económicas.

Se ha demostrado que esto significa un mayor tiempo de uso de la App y un incremento en la satisfacción con el servicio.



Ofrecer una buena experiencia de usuario es esencial para los **bancos digitales**

Si todas las instituciones financieras ofrecen los mismos productos y servicios, ¿qué puedes hacer para diferenciarte de la competencia? Necesitas ofrecer una experiencia de usuario excepcional y aprovechar el enriquecimiento de datos financieros para hiper personalizar tu oferta.

Echa un vistazo a las razones que motivan la inversión en UX

Generar confianza y retener clientes:

Cuando se trata de dinero, la mayoría nos lo tomamos muy en serio. Sentirnos seguros con nuestro banco es básico, y jamás volveríamos a usar una aplicación que proporcionase una mala experiencia de usuario. Da la impresión de inseguridad y perjudica gravemente la imagen del banco.

Acorta el embudo de ventas: Cuantos más pasos tenga que dar un cliente para completar una acción, mayor será la probabilidad de que abandone el proceso. Al mejorar su experiencia de usuario, se reduce el número de pasos requeridos en el embudo de ventas y aumenta el número de clientes.

Incrementa el tiempo de uso y el compromiso: Al disponer de un diseño simple, intuitivo y ordenado, se genera un mayor número de interacciones y aumenta el compromiso. Esto conduce a más oportunidades de venta para el banco.

5# Takeaways

Simplicidad:

Los usuarios demandan soluciones ágiles.

Transparencia:

Crear confianza en el producto desde el minuto 1.

Personalización:

Satisfacer las necesidades únicas de cada cliente.

Soporte:

Ofrecer valor diferencial y ayudar a los usuario.

Seguridad:

Proteger la información sensible del cliente.

Cómo el enriquecimiento de datos puede mejorar la UX de la industria bancaria

Es el momento de que los bancos comiencen a utilizar soluciones de enriquecimiento para añadir capas de información a los datos financieros de sus clientes. Con estas herramientas pueden identificar y mostrar claramente a sus usuarios sus patrones de consumo para que puedan tomar mejores decisiones.



Marijane Bally	-352.21	Dec 23	2022	06:00:00
Benita Dougherty	-332.44	Dec 23	2022	22:58:59
Janet Anzalone	915.02	Oct 26	2022	21:57:17
Danielus McFadden	-328.28	Sep 19	2022	20:56:53
Veronica Buxton	-8.52	Aug 18	2022	19:55:54
Adam Mullins	829.18	Jul 19	2022	18:54:54
Alana Markham	874.67	Jun 16	2022	17:53:54
Lori Bryant	-198.27	May 15	2022	16:52:55
Leann Lamb	788.45	Apr 14	2022	15:51:55
John McKeon	782.12	Mar 13	2022	14:50:55
John McKeon	-784.11	Feb 12	2022	13:49:54
John McKeon	-848.83	Jan 11	2022	12:48:54
John McKeon	-784.11	Dec 10	2021	11:47:54
John McKeon	-784.11	Nov 9	2021	10:46:54
John McKeon	-784.11	Oct 8	2021	09:45:54



Análisis



Categorización



Enriquecimiento



Starbucks

7,80€

1500 Broadway, New York 09/03/2023

Algunos de los **beneficios** que suponen mejorar la UX con el **enriquecimiento de datos**

- Visión completa del comportamiento financiero del cliente.
- Reemplaza el procesamiento manual por automatización.
- Muestra logotipos de marcas, ubicación de los merchants, categoría y huella de carbono asociada al gasto del usuario.
- Lanza avisos en caso de finalización de suscripciones, riesgo de descubiertos, etc.
- Permite crear ofertas hiper personalizadas y comunicarlas en el momento adecuado.

Aquellos bancos que mejoren la experiencia de usuario tendrán clientes leales que recomienden su marca a familiares y amigos. Al final, se trata de crear confianza y eliminar cualquier barrera que pueda retrasar una compra.

Se está produciendo un cambio imparable en la industria financiera. Con las experiencias online de los clientes evolucionando rápidamente, es más importante que nunca que los bancos ofrezcan una experiencia enriquecida y personalizada.



Aprovecha el poder
de los datos transaccionales

coinscrapfinance.com