



ASOBANCARIA

XI



CL@B

COLOMBIA

2011

INNOVACIÓN

PROGRESO

Latinoamérica en su mejor momento





1949

***“¿Las consecuencias
de la Revolución francesa?
todavía es muy pronto para saberlo”.***

Mao Tse Tung

La revolución que se pedía en 1789...



se hace realidad en

Redes Sociales 2011

Redes Sociales y Bancos:
No hay rosas sin espinas

Agosto 2011



35 Directivos de Bancos
1547 Usuarios de Internet
Cuestionario Online sobre Base propietaria D'Alessio IROL ®

Certificación IRAM-ISO 9001:2008



D'Alessio IROL
 International Research Online - Latam

La presencia en redes sociales ya forma parte de la estrategia del Sistema Financiero de la región.

Pero todavía se preguntan cuando y cómo.

¿Entrar o no entrar en redes sociales?

Dos posiciones entre los Directivos de Bancos de América Latina

1 La decisión esta tomada, es con todo y es ahora

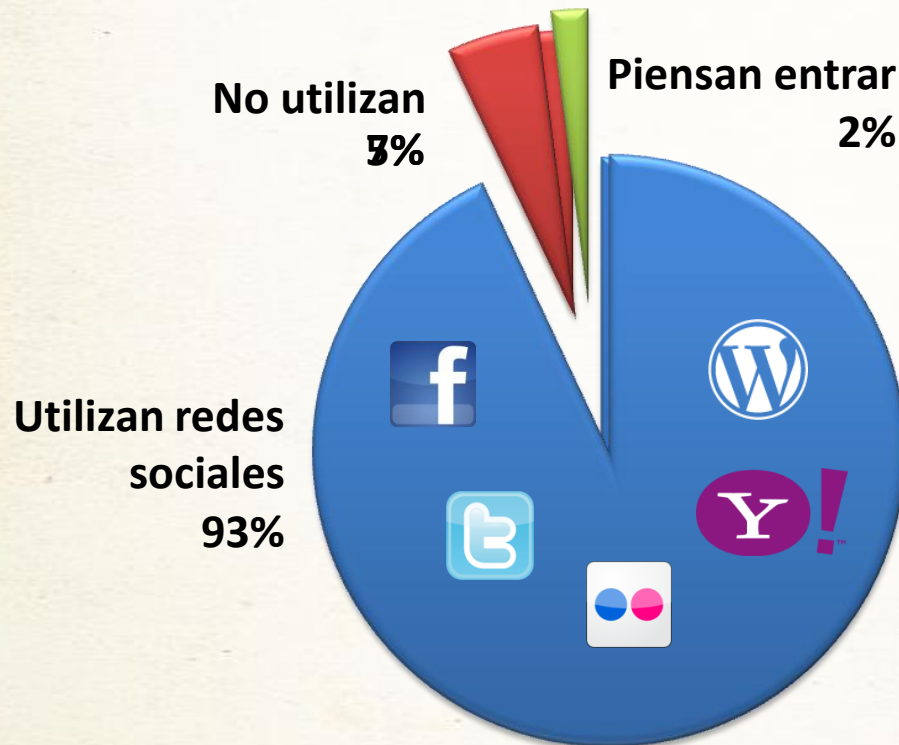
***“Absolutamente hay que estar.
Las Redes Sociales están evolucionando como
un canal de relacionamiento muy efectivo.”***

Están preparándose para entrar con menor riesgo

***“Los bancos deben considerar muy especialmente tener
presencia en las redes sociales. Como se trata de un cambio
cultural, requiere de un análisis previo importante,
capacitación del personal y desarrollo de herramientas, que
demandarán algún tiempo.”***

Una revolución en expansión

Las redes sociales gozan de buena salud y están **CRECIENDO** en América Latina.



95% de los usuarios de Internet

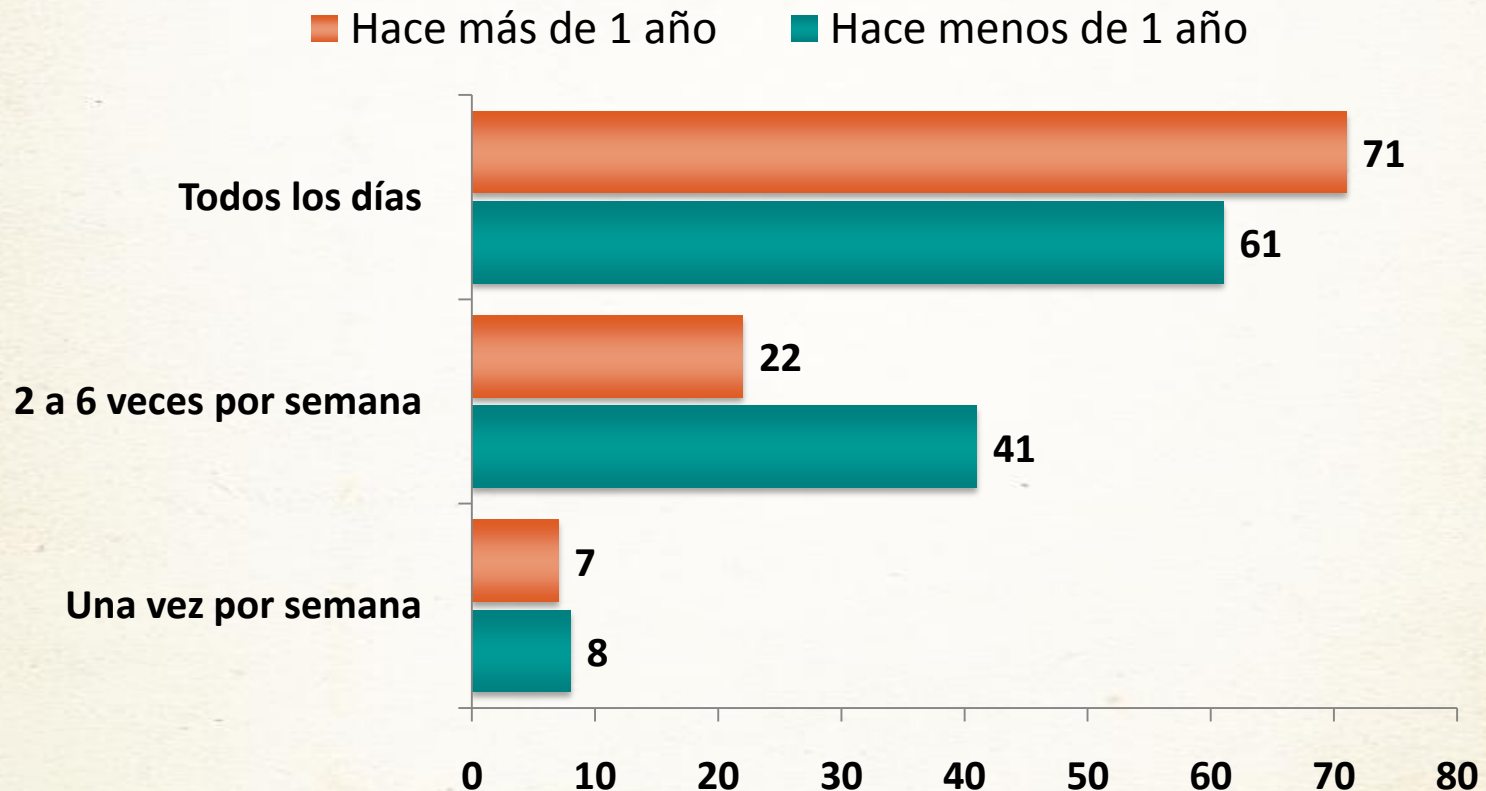
91% le encuentran utilidad.



Una revolución en expansión

Entrar en una red social genera el deseo de conectarse más.

¿Hace cuánto tiempo que te conectas con Redes Sociales? -%-



Una vez en Internet participan en redes...

Usuarios de todas las edades



Hombres y mujeres



93% 92%

Con o sin intereses familiares

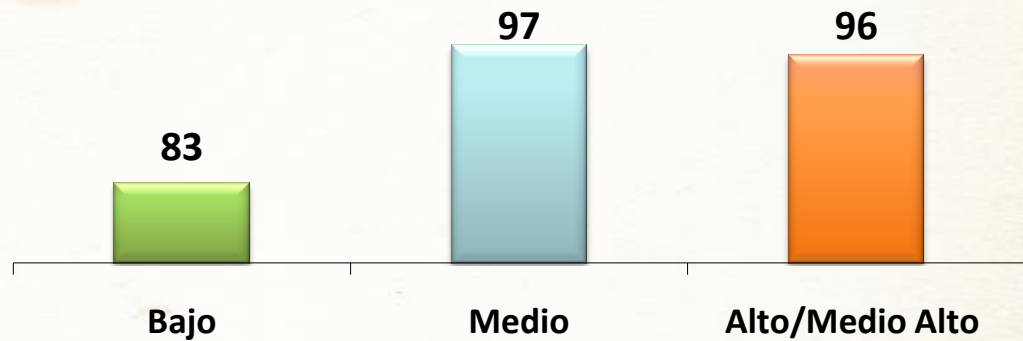
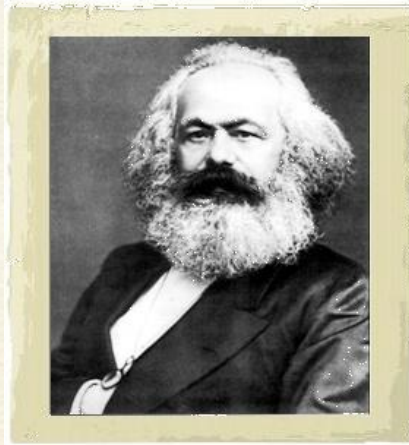


Tienen hijos
92%



No tienen hijos
93%

**Como pasa usualmente en las revoluciones culturales
las inician los niveles medios y altos.**



**Pero en esta, los niveles bajos
vienen caminando rápido.**

Los tiempos de prueba son muy rápidos.

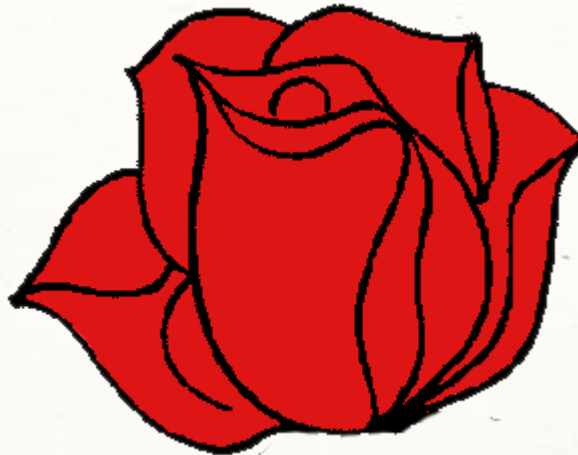
En el primer año prueban con las redes más conocidas.



A partir del segundo crecen las conocidas y avanzan otras.



Fraternidad = Comunidad



Para el 77%, las redes sociales les sirven para acercarse a los afectos (que ya conocen) y quizás han dejado de frecuentar.

Utilizo redes para...



Los afectivos 77%

Comparten otras actividades (5)

Para encontrar amigos que no veo

Difundir información interesante

Saber donde están mis amigos

Buscar sitios



Los sociables expansivos 23%

Comparten más otras actividades (8)

Subir fotos

Contactar amigos que no veo

Buscar sitios

Contacto con colegas

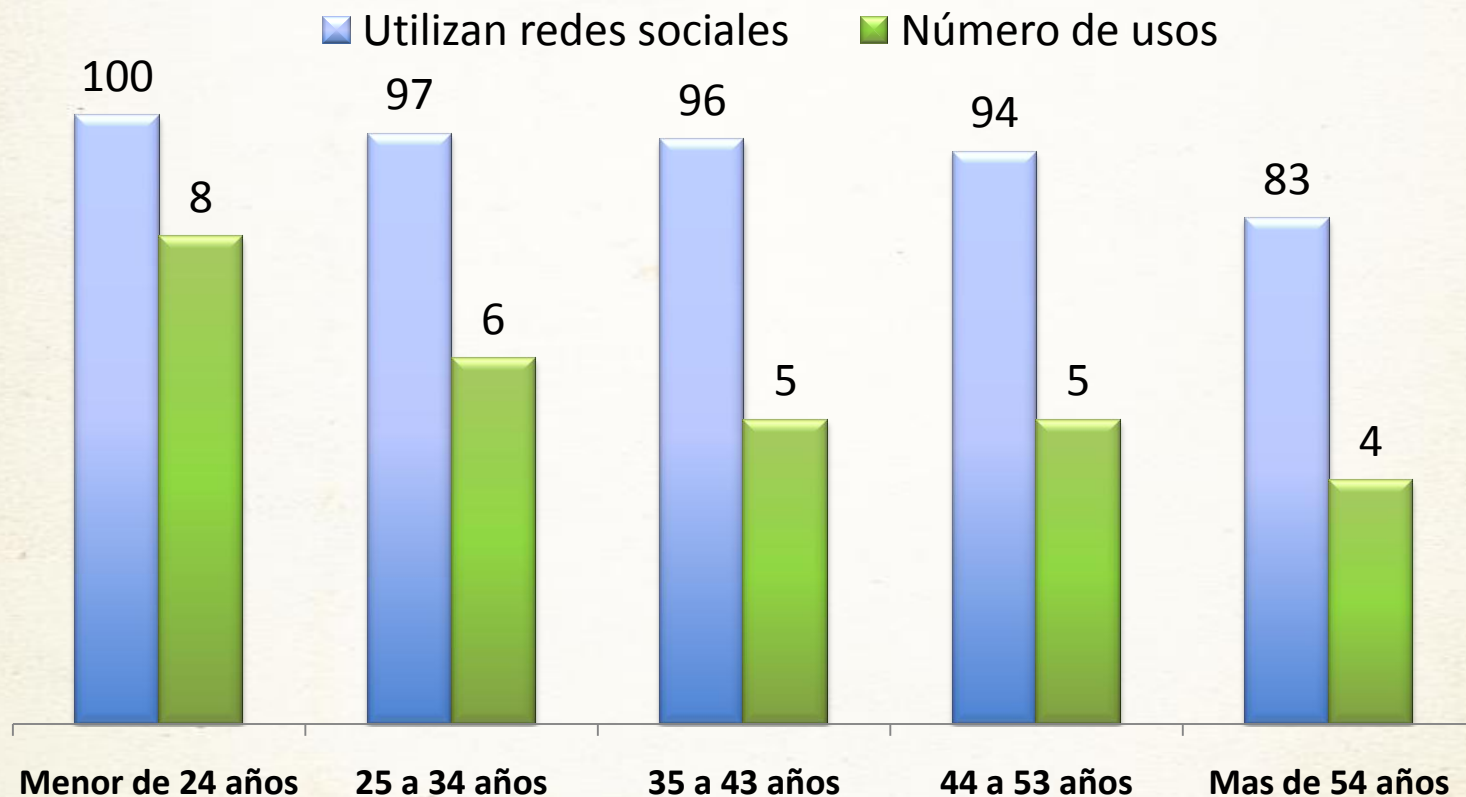
Jugar online

Difundir comentarios

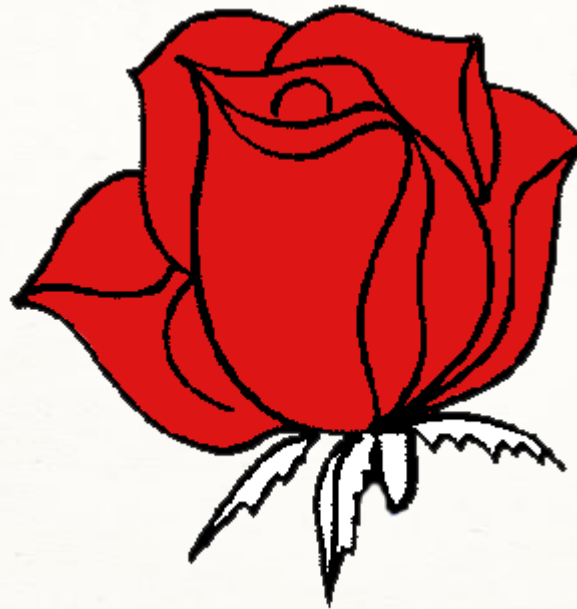
Oportunidades de compra

Como en toda revolución los jóvenes son los más entusiastas.

“Al no estar conectado en redes, se pierde la posibilidad de comunicarse con los clientes jóvenes de hoy y mas importante, los de mañana”.



Libertad



38%

Entro en redes para decir
lo que pienso sin censura.



Los afectivos 35%

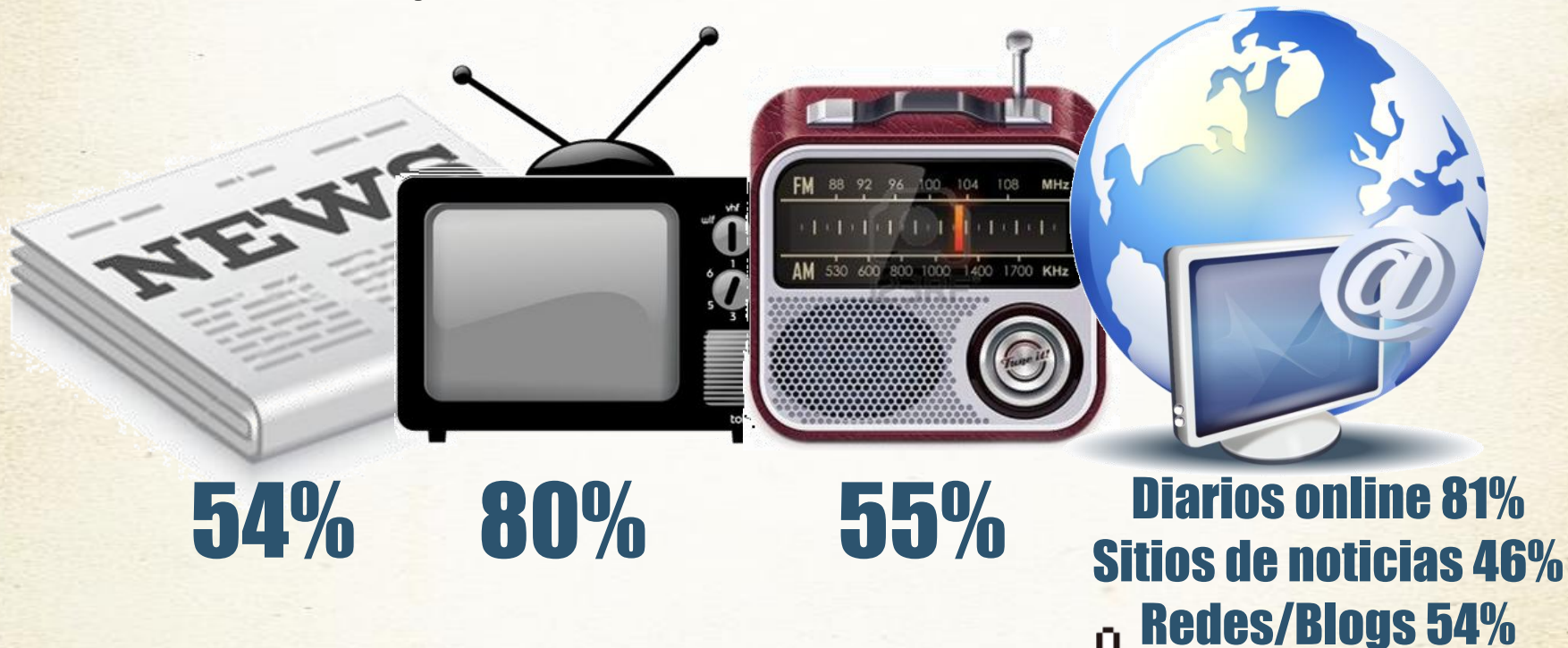


Los sociables expansivos 52%

Internet se *filtró* dentro de los medios tradicionales y ahora ocupa un lugar propio como canal de información.

Redes, blogs, foros ya ocupan espacio.

Se informan por 4 medios:



Entretenimiento: El contacto es en multicanalidad (4 medios).



TV
56%



Redes y blogs
43%



Música
37%



Juegos online
33%



Revistas
24%



Foros/ comunidades
22%



Internet
58%



Sitios de intercambio de contenidos
10%

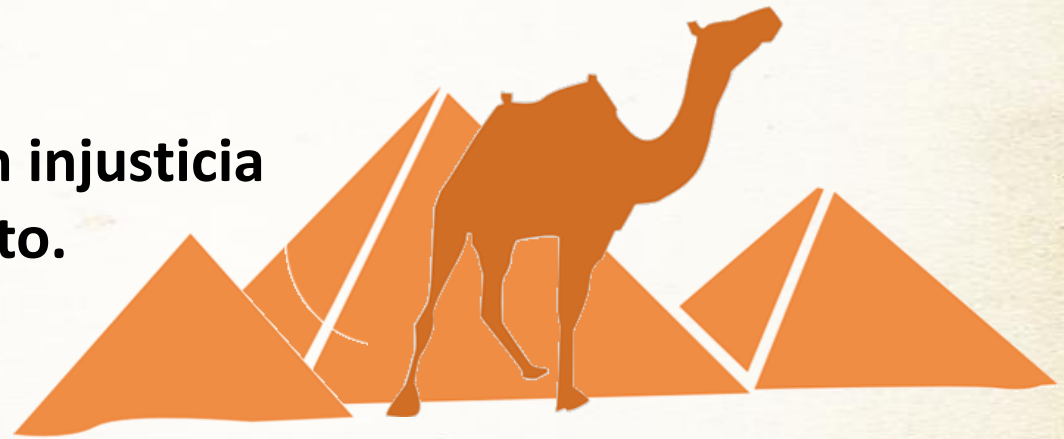


Igualdad

Las redes sociales están funcionando como una herramienta de DEMOCRATIZACIÓN

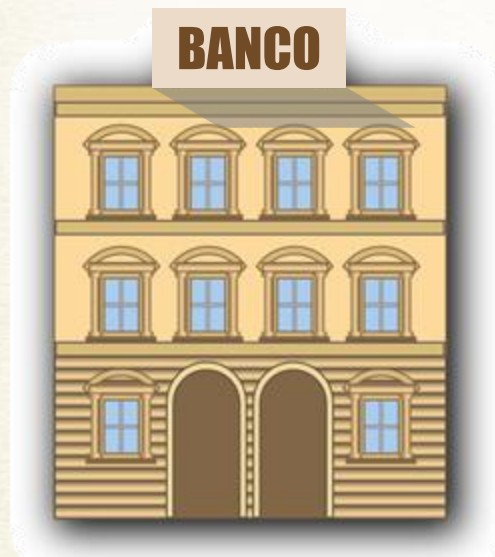
17% difunde habitualmente comentarios políticos.

Pero... cuando sienten injusticia generan fuerte impacto.



Los usuarios están conscientes que las redes les dan el poder de difundir y movilizar.

Antes



Hoy



No entran específicamente para conocer o contactarse con marcas, pero....

Si les muestran una promoción que consideren ventajosa la utilizan,



Si tienen un problema que no les resuelven utilizan el poder de difundir la experiencia negativa para forzar la reacción, y *la solución.*

E-commerce:

También funciona en las redes sociales



Encuentran oportunidades para comprar



Conocen experiencias de marcas/productos



Preguntan por experiencias con una marca



Siguen mensajes de una marca

Bancos y clientes:

Problemas más allá de las redes sociales.

Los clientes quisieran que sus Bancos cambiaran:

"No me dan lo que me prometieron"

"Es el menos malo"

"Quisiera que me atiendan mejor"

*"Que me ofrezcan lo que necesito,
no lo que es un negocio para ellos"*

*"Todo va bien hasta que tengo un problema,
un resumen con errores, la tarjeta que no llega"*



4 de cada **10** quieren conocer los problemas de otros clientes y como se los solucionaron (o no).

3 saber si les interesa escuchar

2 ingresaron a las redes sociales para quejarse con una marca o una empresa.

Y si tienen un problema sin resolver... **3** utilizó en algún momento a las redes sociales.

En especial después de un año de interactuar con redes sociales :
aumentan del **16** % al **37** %



**Las redes sociales confieren el poder
-que antes no tenían-**



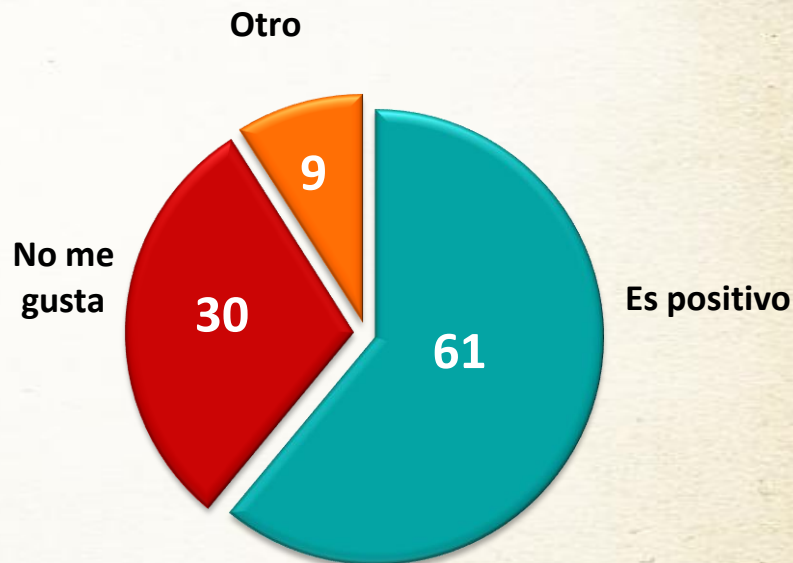
**25% de sus comentarios tuvieron repercusión
-negativa para la marca- sobre sus amigos**



**O generaron la respuesta
-que no llegaba- de la Compañía**

6 de cada **10** usuarios valoran si el Banco responde a un critica,
pero no a todos les modificaría positivamente la imagen
que ya se formaron.

¿Que te parece si un Banco responde a
algún comentario negativo en redes
sociales? -%-



¿Cual debería ser la actividad de un Banco en redes sociales?

Para los Directivos: Mantener un canal abierto e informar sobre novedades útiles al usuario.

“Nuestra actividad debería ser presentación de ofertas y novedades.”

“Mantener una comunicación bi direccional con sus clientes, contarles las novedades”

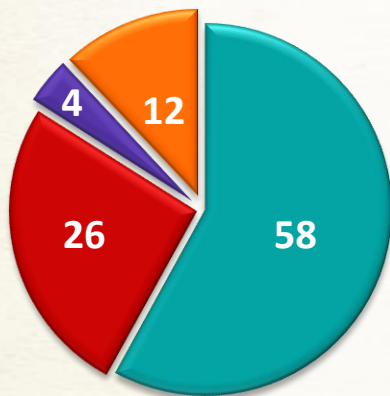
“En principio, la que realizamos desde el Banco, mantener informados a los clientes, y potenciales clientes, de manera directa y periódica”

“Muchos son los usos que los bancos pueden darle a las redes sociales, por ejemplo dar a conocer promociones y beneficios, responder consultas, etc.”

Y, coincidentemente **6** de cada **10** usuarios valoran que los Bancos les informen en las redes de sus novedades

Es positivo que un Banco participe en redes sociales. %

■ Si ■ No ■ Otro ■ No lo sé



El futuro va en esta dirección:
Aumenta la valoración con mayor experiencia en redes sociales.

Hace menos de 1 año

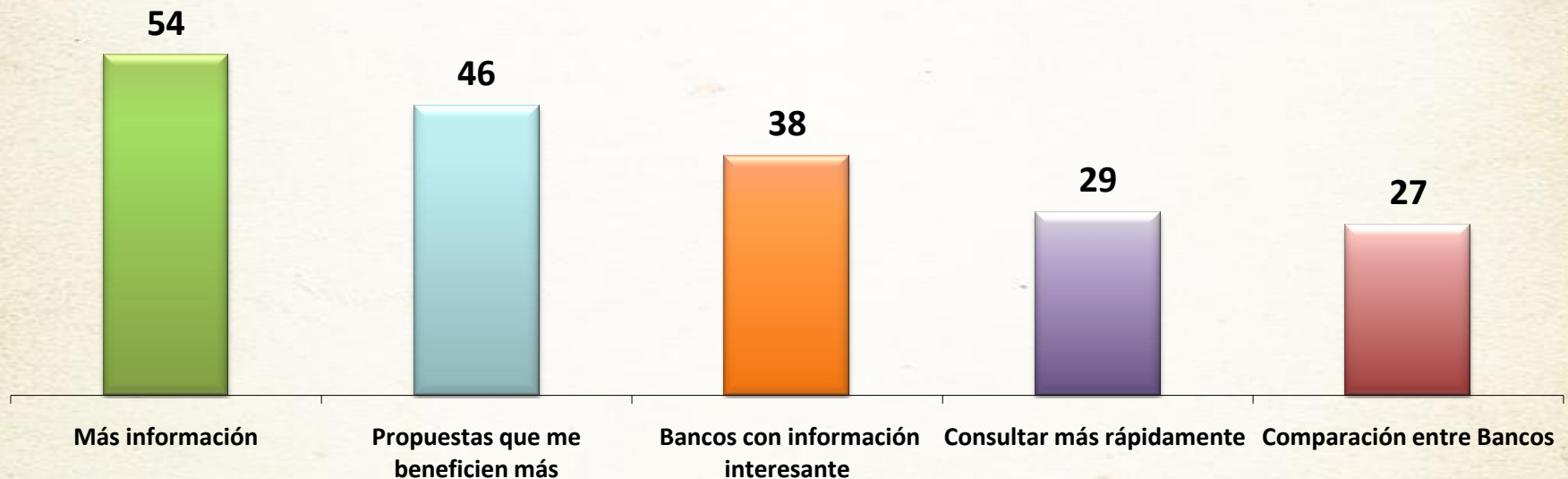
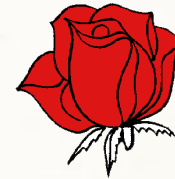
46%

Hace más de un año

61%

Para los clientes, una función de los Bancos en las redes sociales es permitirles comparar, contratar mejor y más cómodamente

Puede beneficiar a 8 de cada clientes que encuentran
- % - Múltiple



Temores

de los Directivos de Bancos:

“Creo que el riesgo principal puede ser quedar expuestos a críticas de parte de clientes, que pueden ser vistas por muchas personas.”

“...creo que aplican los riesgos inherentes a la dinámica de las Redes Sociales: La gente opina - en tiempo real - y esto puede ser bueno o malo según la opinión. Esto impacta directamente en la marca.”

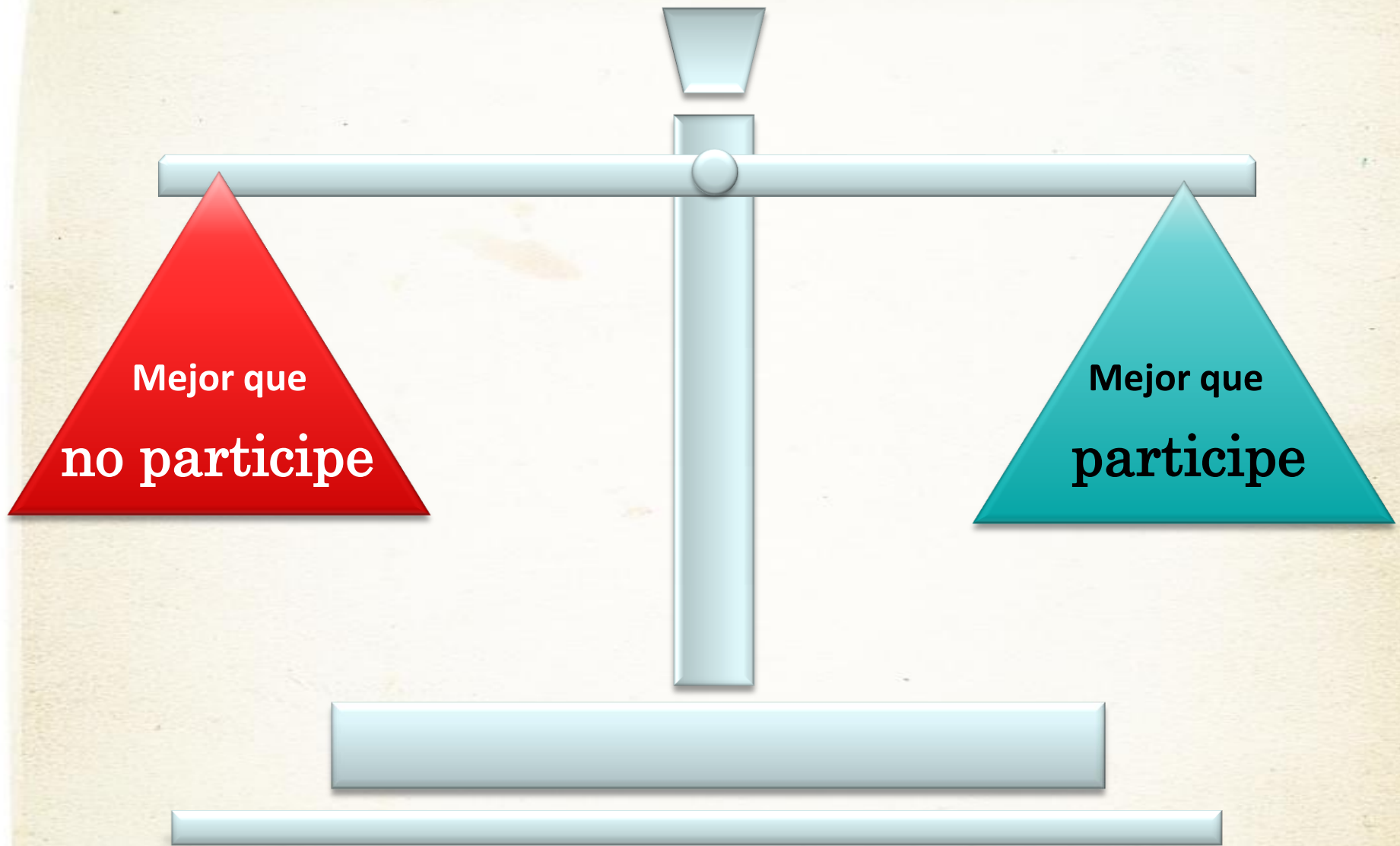
“Las redes sociales tienen la amplitud de llegarles a todos y sin censura previa, esto hace que uno corra riesgos en cuanto a las expresiones que los clientes o no clientes quieran volcar”

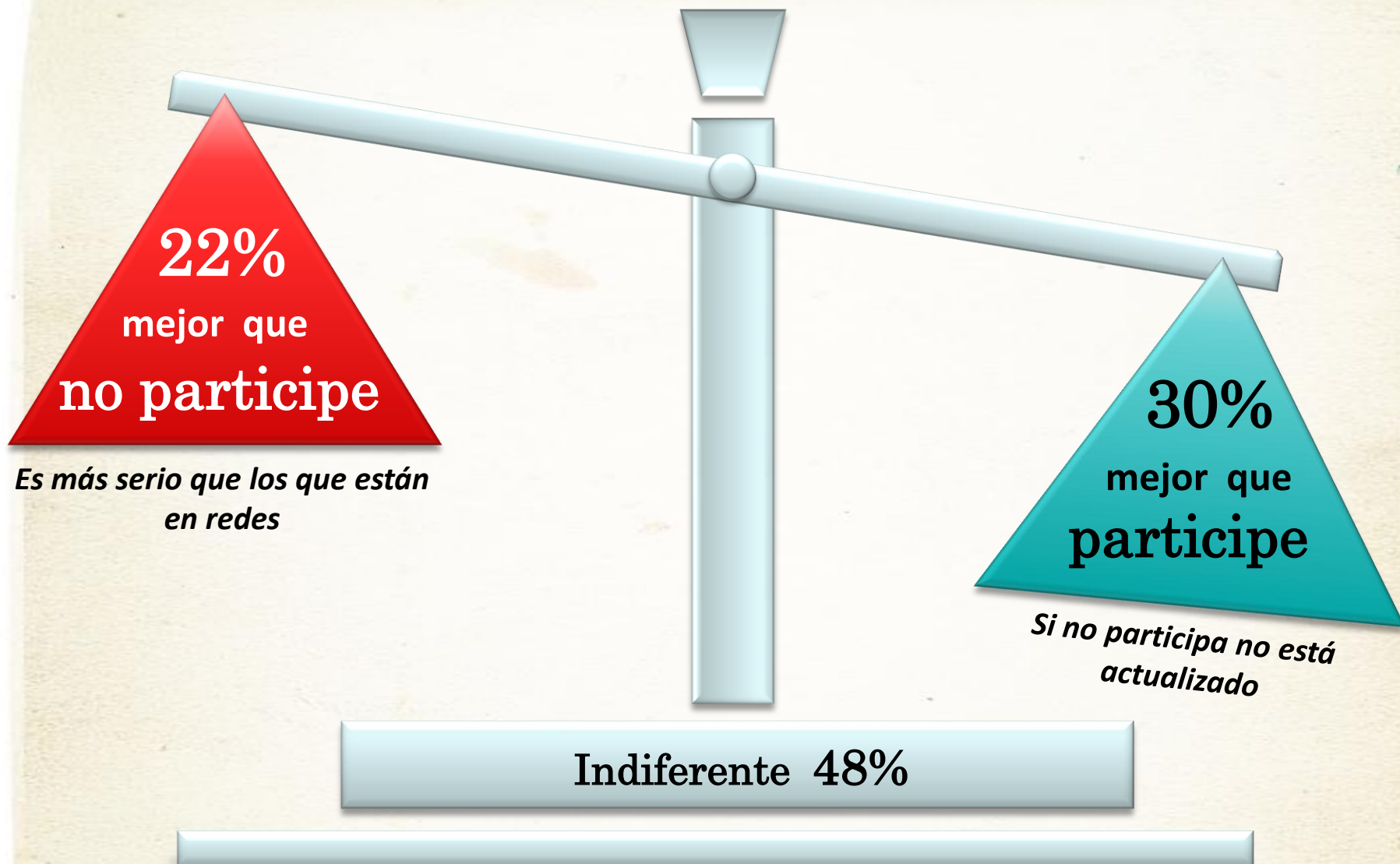
de los clientes:

Para el 32% existe riesgo para sus cuentas si su Banco participa en redes sociales.

Y en sentido contrario,

**¿Que pasa si el Banco
no participa en redes sociales?**





Los 140 caracteres que pueden servir para evitar tráfico al Call Center o para crear problemas.



Twittearían para...

Hacer la misma consulta a un Banco que en forma telefónica

41%

Haría quejas que puedan ver otros clientes

26%

Utilizarlo como medio si no tuve éxito con otros reclamos

28%



Cynthia Organizacion de Eventos SI NO VANA PODER SOLUCIONAR LAS COSAS NO ENGAÑEN MAS A LA GENTE, PARA QUE PIDEN QUE MANDE UN MAIL CON MIS DATOS POR FACEBOOK PARA QUE TODOS LO VEAN SI ES MENTIRA NADIE TE CONTACTA Y MUCHISIMO MENOS TE LO SOLUCIONA

Ayer a las 12:09 · Me gusta



Micaa Elaa

Te llena de deudas esa tarjeta...!!!

07 de abril a las 13:05



A Eduardo Vallejos le gusta esto.



Claudia Soria contestan lo que les conviene...

10 de agosto a las 12:18 · Me gusta



Gabriela Kolbovicz

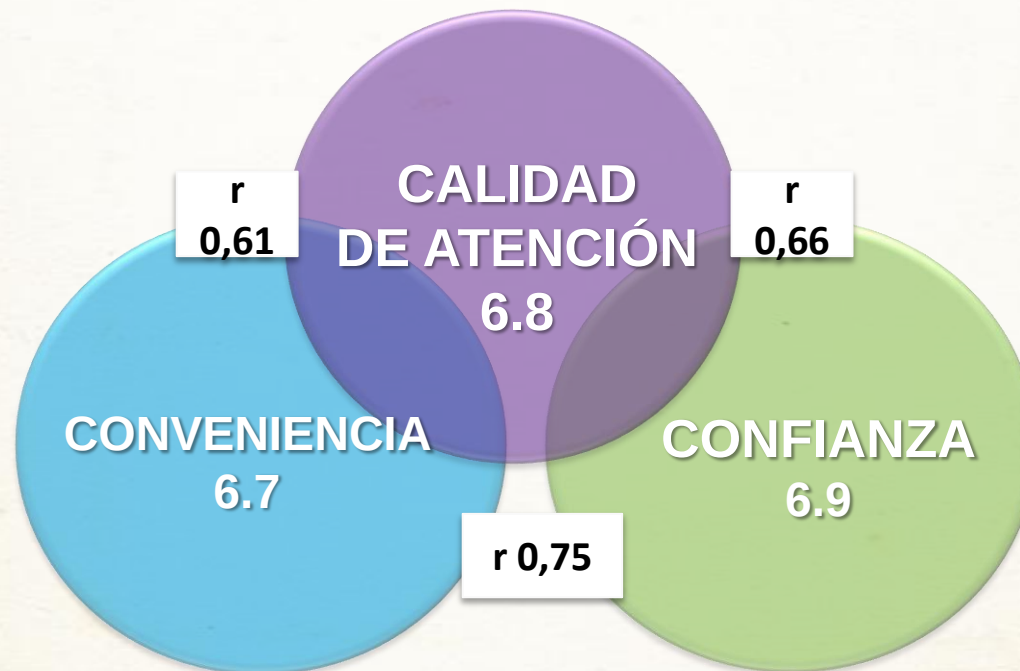
quiero q me den de baja x algo q jamas contrate y dicen tener mi firma, son unos chantas es un banco de cuarta!

26 de julio a las 12:55

No castigemos al canal!

“En la medida que el Banco trate de hacer las cosas correctamente, las voces negativas deberían ser excepciones. Si no es así el problema no es el canal, el problema es la conducta del Banco con sus clientes.”

Los clientes condicionan su conformidad sobre tres aspectos básicos





Vanessa Villaluz Canahuati

Distinguidos Sres. Banco Atlántida; Quisiera confirmar si puedo tener una cuenta a Plazo Fijo con ustedes? otra pregunta; Cuanto es el porcentaje de interés de una cuenta de ahorros?

07 de agosto a las 20:43

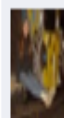


Banco Atlántida (Bancatlan) = Honduras Gracias por escribirnos Vanessa, los requisitos para el deposito a plazo son los siguientes:

- * Original y copia de tarjeta de identidad.
- * Original y copia de carnet de residencia o pasaporte (para extranjeros)
- * Completar la solicitud ...

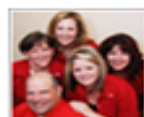
[Ver más](#)

08 de agosto



Renatta Vila disculpen saben donde puedo ver los descuentos con mi tarjeta de debito en indumentaria para rosario? solian hacer el 20% en varios locales del shopping portal pero creo que ahora es solo con las tarjetas de credito y quería asegurarme. Gracias

15 de julio a las 15:52



Bank of America

@BofA_Help

We are official Bank of America Twitter reps, here to help, listen & learn from our customers. Tweet with Bank of America reps 8-8 ET Mon-Fri and 9-1 ET on Sat
<http://go.bofa.com/BofAHelp>

+ Follow



BofA_Help

Welcome to the official Bank of America Twitter site.

Meet our team:



Tara (^tb)



Karen (^km)



Sarabjit (^sb)



Nereida (^nc)



Georgann (^gs)



Sharon (^sf)

Tweets

Favorites

Following

Followers

Lists



BofA_Help Bank of America

@RobAnaVsBofA Hi, I work for Bank of America. Please send a DM with your contact number and best time to reach you Monday. ^jd

13 Aug



BofA_Help Bank of America

@josepholesh What happened? Plz DM name/zip/phone & details of your concern so we can take a look to see how we can help. No acct #s. ^bm

13 Aug

¿Y los jóvenes...?

los más interesados en encontrar en redes
propuestas de Bancos que los beneficien. **76%**

También los más escépticos y con capacidad de difundir problemas.

Son los más interesados en utilizar las redes para conocer:

Las quejas de otros clientes **71%**

Como resuelven los Bancos esos problemas **65%**

Si al Banco le interesa escuchar a los clientes **53%**

Difunden experiencias negativas **65%**

¿Cuáles de estas palabras se encuentran en la Misión, Visión y Valores de los Bancos?

LIDERAZGO

AVANZADA

INNOVACIÓN

FUTURO

¿Cuáles de estas palabras NO se encuentran en la Misión, Visión y Valores de los Bancos ?

ESPEREMOS UN POCO

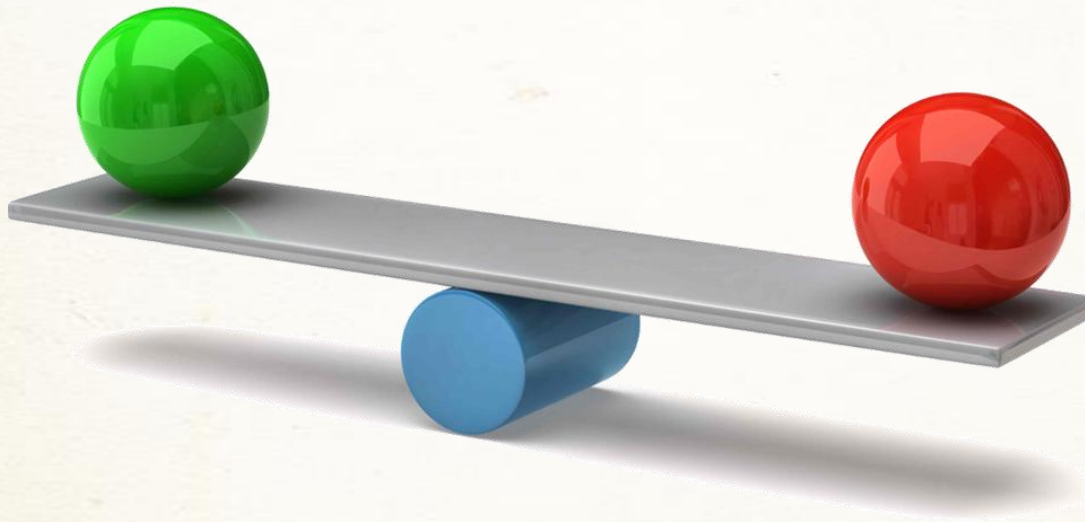
SIGAMOS A LA COMPETENCIA

NO TENGAMOS SITE

**NO DESARROLLEMOS CANALES
MÓVILES**

**NO NOS FIJEMOS QUE ESTÁ
SUCEDIENDO CON LOS JÓVENES**

**Hoy los clientes están pidiendo
a los Bancos ser sus iguales.**





Libro de quejas

#

Investigación



Infoentertainment

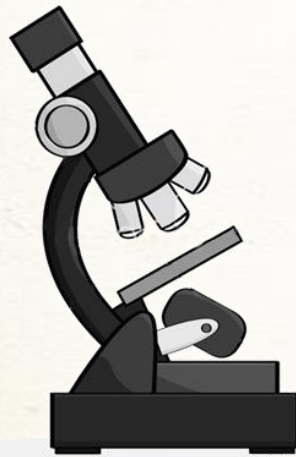


una de las funciones de las redes sociales

**Que el Banco
participe en
redes sociales**



#



**No es un sitio Light,
necesita un seguimiento permanente.
Community Management.**



Su Banco ya está en las redes

**Cuando las revoluciones vienen marchando
no se puede cerrar la puerta y taparse los oídos.**

Hasta donde va a llegar...

Todavía es muy pronto



17, 18 y 19 de agosto de 2011
Centro de Convenciones Julio Cesar Turbay Ayala,
Cartagena de Indias.

Muchas Gracias.



-  www.daleessio.com.ar
-  nora@daleessio.com.ar
-  [noradalessioirol](#)