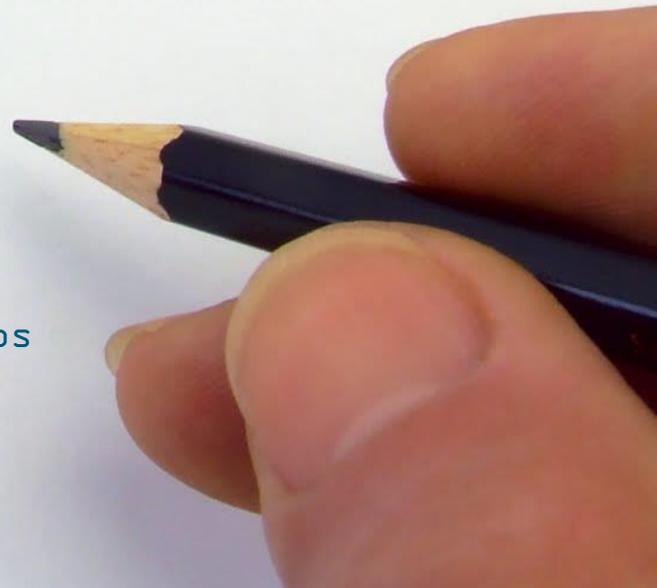
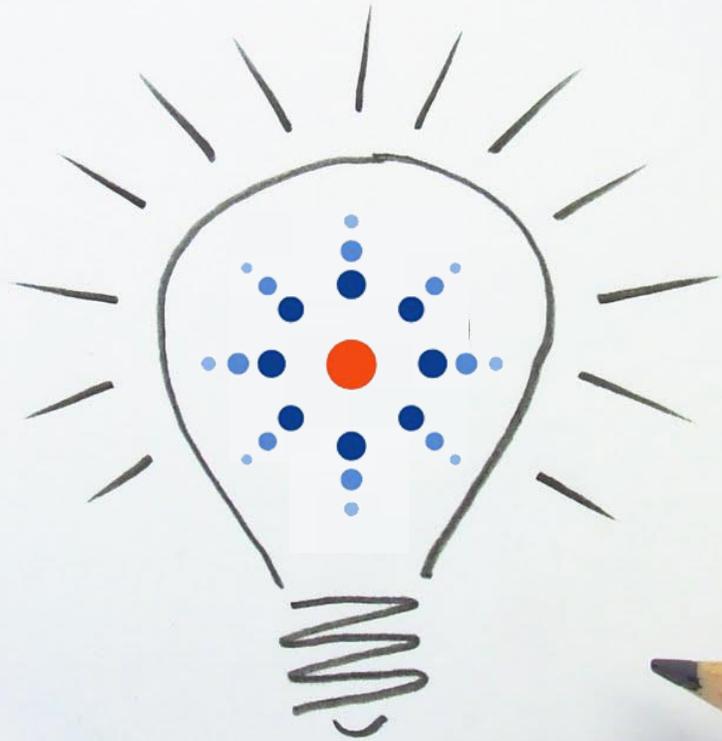


Transformación digital en el



Francesca Raffo
División Clientes Contentos

César Casabonne
División Banca Personas

La experiencia de los clientes están cambiando...

Elección



Usabilidad



Experiencia



Costo / Beneficio



Transparencia



Personalización



El cliente están cambiando...



Móvil primero

Online en cualquier momento y lugar



Cliente hiper-informado

Información de productos, opciones, reviews



Comportamiento de compra intensificado

Redefinición de lealtad, comparación rápida de precios



Time es el nuevo lujo

1 click, interfaces intuitivas y fácil de usar



Una criatura con un *mindset* social

Comparte y escucha en muchas redes



Al cumplir **125 años** renovamos nuestra
marca así como la **promesa** con
nuestros clientes
Queremos ser el aliado en la
realización de los sueños de
nuestros clientes





Banco más
★ enfocado en sus ★
clientes

Crear una
experiencia
distintiva
vía digital

Desarrollamos con McKinsey una estrategia basada en 3 grandes fundamentos

¿Qué?

Jugadas maestras

- Foco en 6 jugadas maestras
- Priorizar según impacto e importancia para nuestros clientes

¿Cómo?

Capacidades

- Apalancarnos en el mejor proveedor
- Aprender y crear capacidades internas

Organización y gobierno

- Empezar con un pool pequeño de gente con gran talento
- Crear nuevos modelos de trabajo y gobierno

Para ejecutarlo, creamos el Centro de InnovaCXión...

Creamos un grupo dedicado con una misión clara



Lograr una experiencia distintiva vía digital promoviendo la colaboración multidisciplinaria, implementando una plataforma común y aportando recursos especialistas de una fuente central



Experiencia del cliente

Eliminar los puntos de dolor e incrementar el valor de la marca vía experiencias digitales multicanal, personalizadas e interactivas



Digital

Absoluto compromiso digital



Seguimiento

Seguir y monitorear los resultados para continuar mejorando



Innovación

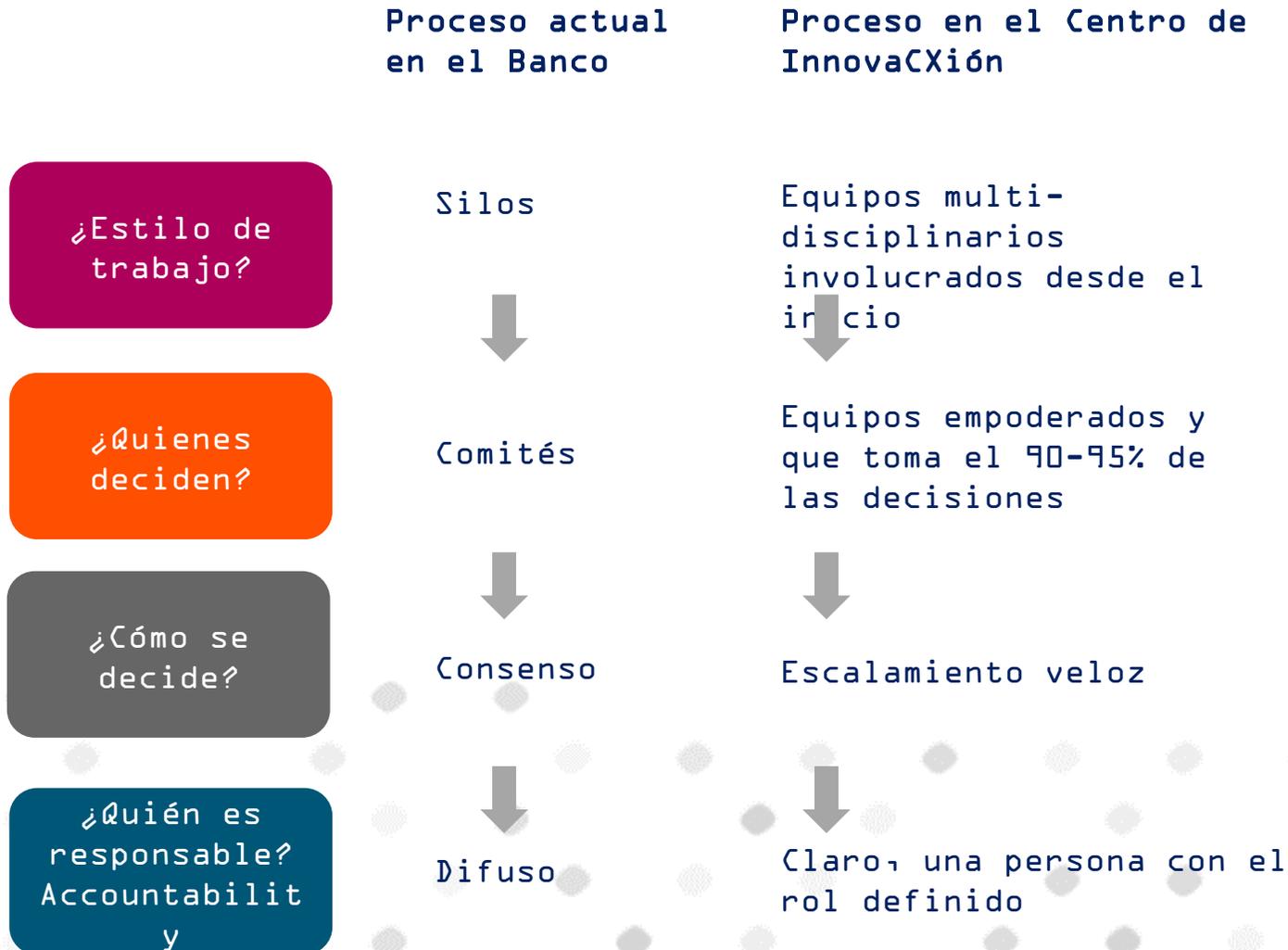
Identificar y desarrollar productos impulsados por nuevas tecnologías e identificar oportunidades de innovación



Comunicación y cultura

Compartir la innovación, digital y experiencia del cliente y promover una nueva cultura

...donde nos gestionamos de una manera distinta, y buscamos cambiar la cultura del



Fue necesario cambiar las reglas dado el nuevo contexto:

Diseño

1. Centrado en el cliente y enfocado en journeys
2. Experiencia y diseño para WOW
3. Omni-canal
4. Simple
5. Basado en innovaciones exitosas ("no se inventa la rueda")

Ejecución

6. Fracasar rápido y aprender rápido
7. Prototipos acelerados y muchos lanzamientos (ej. cada 90 días)
8. Retar las ~~No hay~~ restricciones

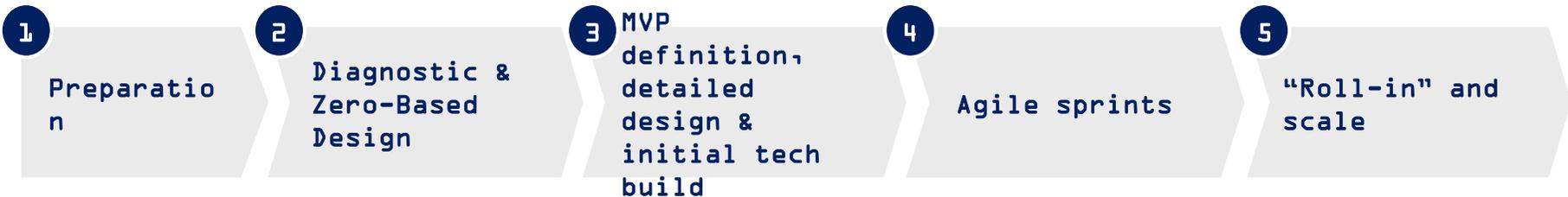
Valor

9. Basada en la creación de valor
10. Temas grandes selectivos

En Octubre 2015, empezamos chiquito pero con una gran aspiración



Para alcanzar nuestro primer producto, pasamos por un proceso de 5 grandes etapas



Armamos el equipo, nuestro nuevo ambiente de trabajo y nos pusimos a trabajar

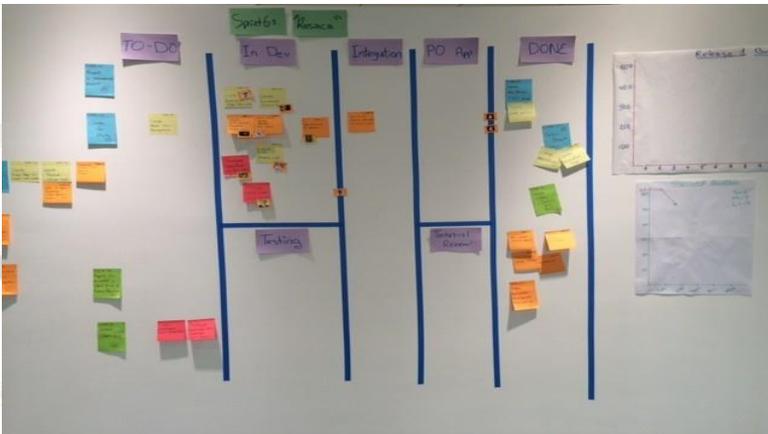
1
Preparatio
n

2
Diagnostic &
Zero-Based
Design

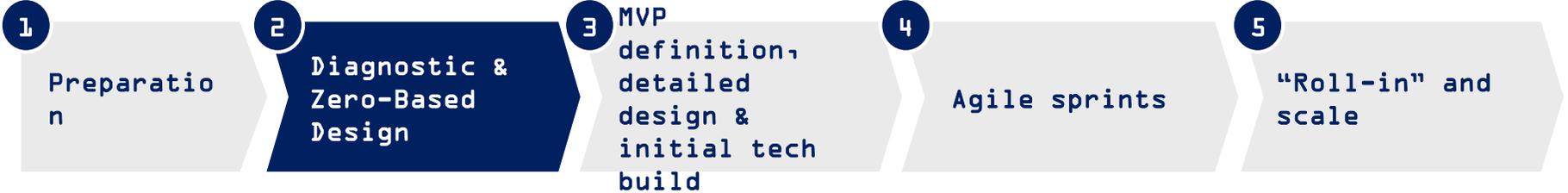
3
MVP
definition,
detailed
design &
initial tech
build

4
Agile sprints

5
"Roll-in" and
scale



Empezamos por entender a nuestros clientes...



1 Preparación

2 Diagnostic & Zero-Based Design

3 MVP definition, detailed design & initial tech build

4 Agile sprints

5 "Roll-in" and scale

1 **Preparación**

2 **Diagnostic & Zero-Based Design**

3 **MVP definition, detailed design & initial tech build**

4 **Agile sprints**

5 **"Roll-in" and scale**

1 **Preparación**

2 **Diagnostic & Zero-Based Design**

3 **MVP definition, detailed design & initial tech build**

4 **Agile sprints**

5 **"Roll-in" and scale**

1 **Preparación**

2 **Diagnostic & Zero-Based Design**

3 **MVP definition, detailed design & initial tech build**

4 **Agile sprints**

5 **"Roll-in" and scale**

1 **Preparación**

2 **Diagnostic & Zero-Based Design**

3 **MVP definition, detailed design & initial tech build**

4 **Agile sprints**

5 **"Roll-in" and scale**

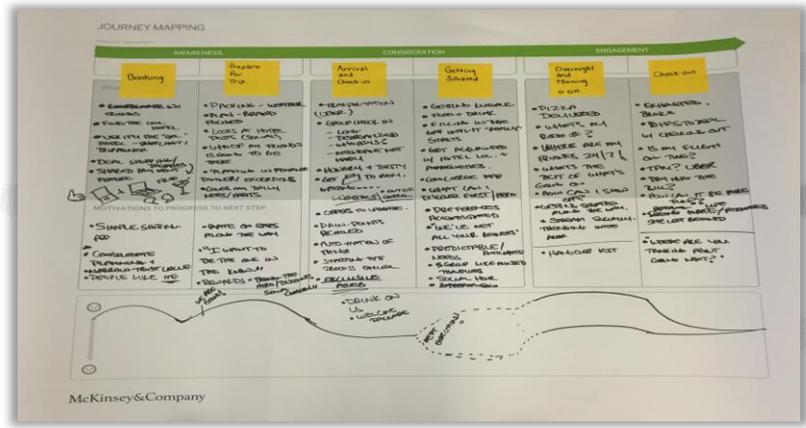
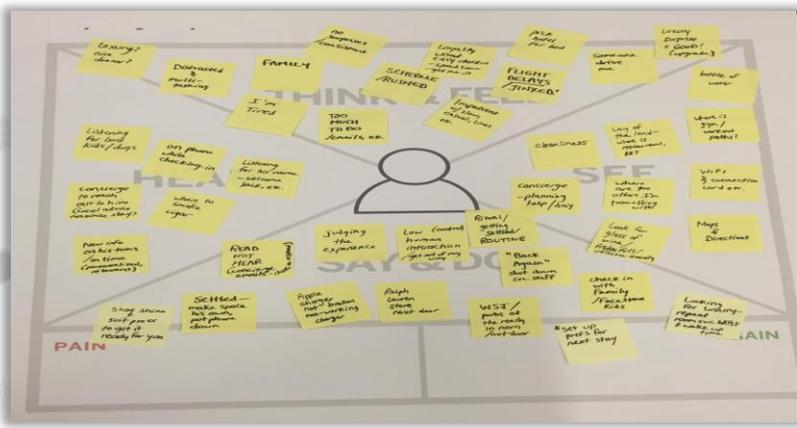
1 **Preparación**

2 **Diagnostic & Zero-Based Design**

3 **MVP definition, detailed design & initial tech build**

4 **Agile sprints**

5 **"Roll-in" and scale**



...e incorporamos a otras unidades del Banco...

1

Preparatio
n

2

Diagnostic &
Zero-Based
Design

3

MVP
definition,
detailed
design &
initial tech
build

4

Agile sprints

5

"Roll-in" and
scale



...hasta llegar al diseño de un producto mínimo viable que agregue valor a nuestros clientes

1

Preparatio
n

2

Diagnostic &
Zero-Based
Design

3

definition,
detailed
design &
initial tech

4

Agile sprints

5

"Roll-in" and
scale



En el camino, trabajamos arduamente usando las metodologías Edge...y también nos divertimos!

1

Preparatio
n

2

Diagnostic &
Zero-Based
Design

3

MVP
definition,
detailed
design &
initial tech
build

4

Agile sprints

5

"Roll-in" and
scale



Finalmente, en tan solo 16 semanas, logramos avanzar desde la ideación hasta el lanzamiento del piloto del producto

1

Preparatio
n

2

Diagnostic &
Zero-Based
Design

3

MVP
definition,
detailed
design &
initial tech
build

4

Agile sprints

5

"Roll-in" and
scale



¡Hola chicos! Les voy a presentar una experiencia extraordinaria

En todo este proceso, hemos tenido grandes aprendizajes y sabemos que tenemos grandes

Principales aprendizajes / desafíos

Velocidad

- Iniciar pequeño a un ritmo acelerado, luego escala rápido

Talento / Recursos

- Hacer, reflexionar y ajustar (no "pensar" mucho)
- Conseguir el mejor talento disponible, sea interno o externo
- Prepararse para buscar socios de largo plazo porque hay talento que no vas a conseguir sólo

Compromiso

- Liderazgo del banco tiene que estar convencido y comprometido
 - Dar autonomía en decisiones y presupuesto
 - "Vivir" la transformación - ie. VP Retail en el Centro todas las semanas
 - Mantener la disciplina de hacer las cosas de otra forma

Escalamiento

- Principal desafío: como escalar con más soluciones y equipos
 - Nuevo modelo de interacción entre negocios y TI
 - Evolución del modelo operativo de TI
 - Cambios significativos en roles, gobierno y procesos clave de tecnología (ie. Presupuesto)

... y esto es sólo el inicio y sabemos que a futuro los retos serán aún mayores

Octubre 2015

- 1 laboratorio digital
- 1 célula ágil - cuentas de ahorros
- ~15-20 recursos

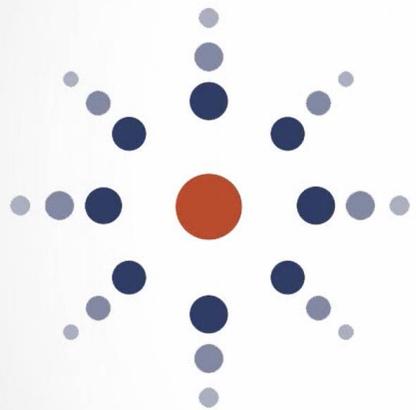
Agosto 2016

- 1 laboratorio digital
- 3 células ágil
- ~60 recursos

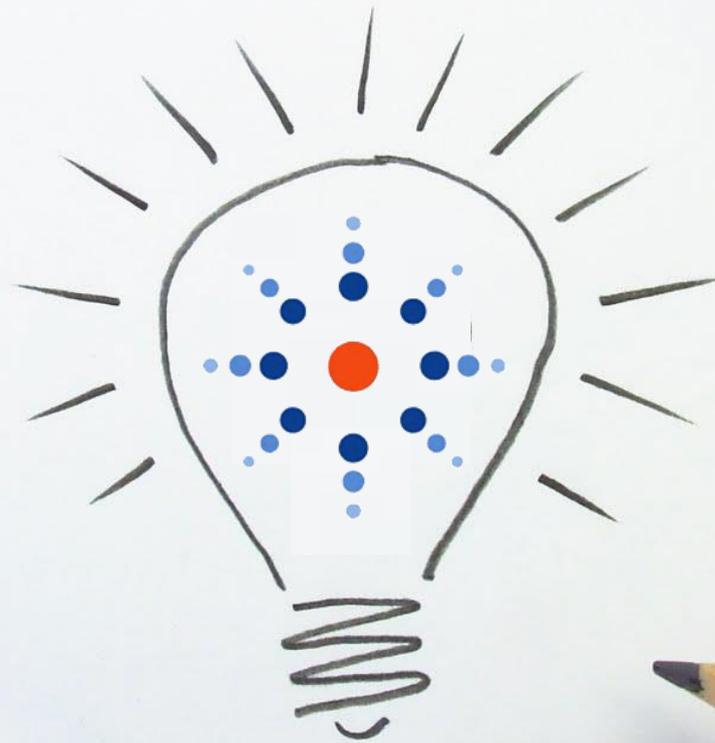
Futuro

- 4 laboratorios digitales
- ~16 células ágil
- +350 recursos

**Bienvenidos al cambio....
bienvenidos al Centro de InnovaCXión**



**Centro de
Innovación**



Gracias

