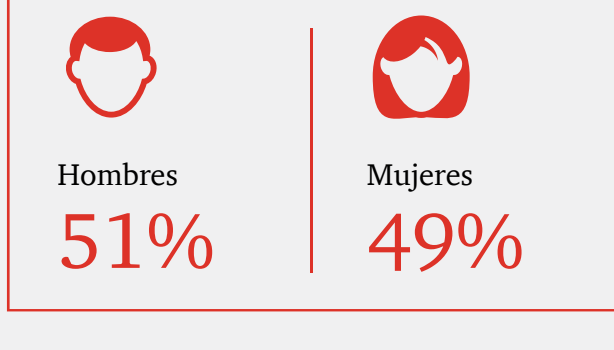
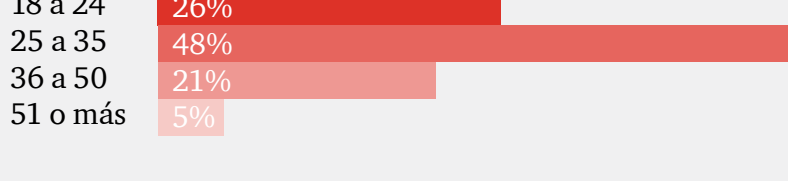


¿Qué buscan los clientes de servicios financieros en la era digital?

PwC Argentina realizó un sondeo en el que se les preguntó a más de 500 personas acerca de sus hábitos y preferencias bancarias. Se exploraron temas relacionados con patrones de interacción, uso de dispositivos y operaciones. La encuesta pretende obtener una comprensión más profunda del comportamiento, las prioridades y las necesidades del consumidor en los canales digitales y tradicionales de la banca.

Perfil de los encuestados



Key findings



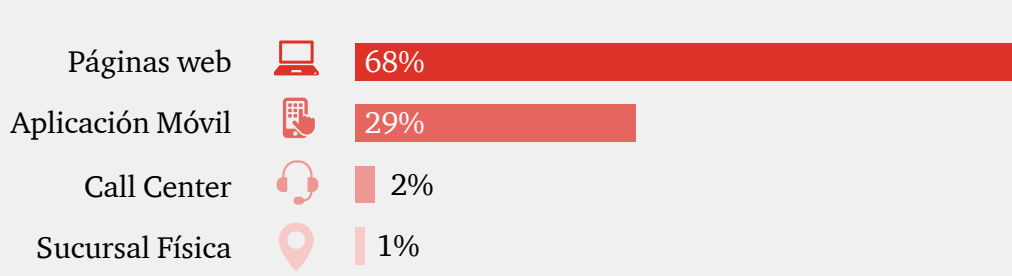
Los consumidores dejan de usar canales tradicionales y enfocan su comportamiento a través de canales omni-digitales

86%

prefiere canales digitales para realizar trámites y operaciones bancarias.

El sitio web es el canal preferido para realizar operaciones y consultas bancarias.

¿Qué canal utilizan con mayor frecuencia para realizar operaciones bancarias?



“Los bancos deben saber qué quiere su cliente y enfocarse en cada segmento de consumidores de manera diferente para satisfacer sus necesidades. Para ello, necesitan capacidades de personalización y analítica muy sofisticadas.”

“Si las instituciones consiguen adaptarse a este nuevo comportamiento omnidigital, también les será más fácil hacer frente a los próximos cambios. Porque los cambios continuarán.”

— Rosana Mazza, Socia de PwC Argentina

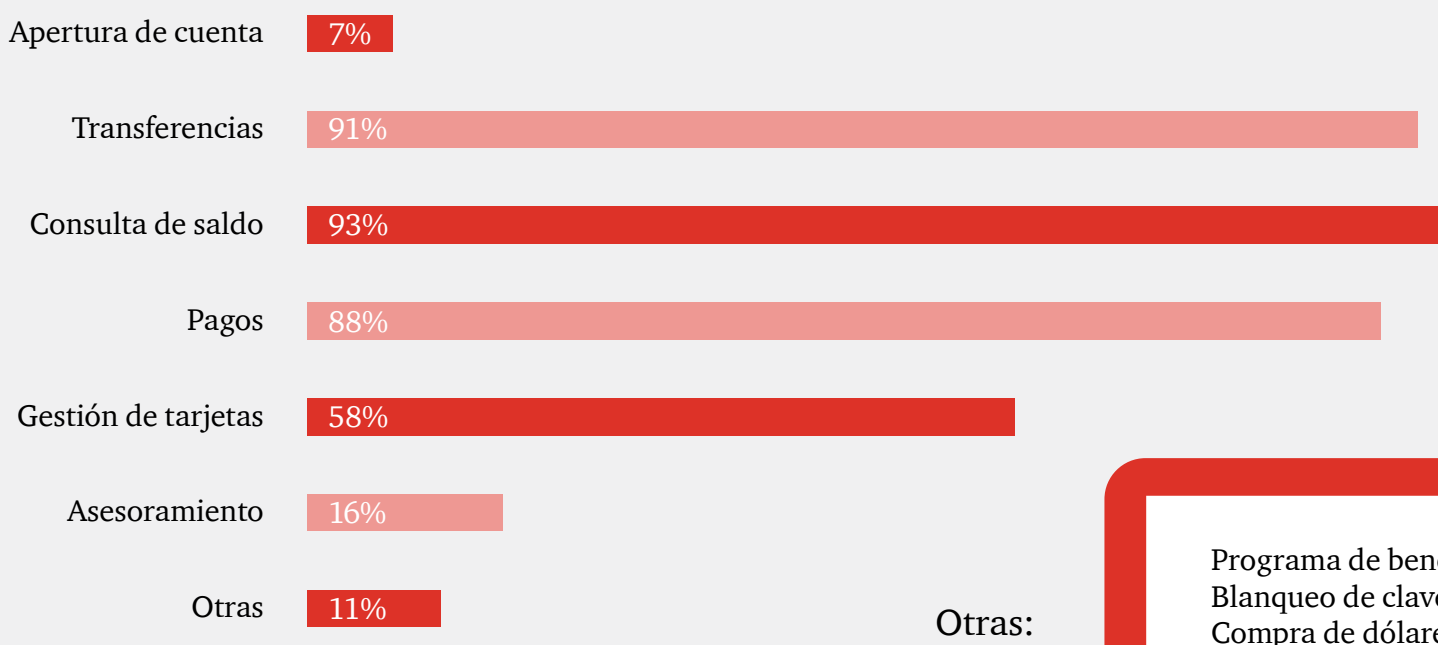


¿Qué canal utilizan con mayor frecuencia para realizar operaciones bancarias?



■ Tablet ■ Computadora ■ Teléfono fijo ■ Celular ■ Otro

"A la hora de realizar operaciones más sofisticadas como aperturas de cuenta, créditos, inversiones, entre otras, aún se sigue eligiendo con frecuencia los canales tradicionales. En cambio para operaciones más simples como consultas de saldo, transferencias y pagos los usuarios eligen canales digitales"



Otras:

Programa de beneficios
Blanqueo de claves
Compra de dólares
Plazos fijos
Inversiones
Créditos



El futuro de las sucursales:

Las visitas han disminuido de "unas pocas veces al mes" a "unas pocas veces al año"

Sin embargo, las sucursales físicas no van a desaparecer.

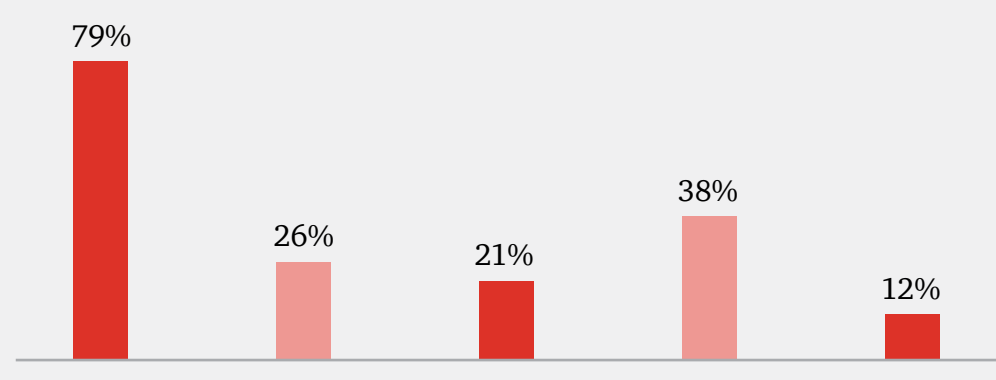
73%

cree que las sucursales son importantes.

¿Qué tan importante es para los clientes que sus bancos tengan sucursales físicas?



El aspecto más valorado de la interacción humana en la sucursal es la **atención personalizada**.



“Hay problemas que necesitan la respuesta de un humano que tenga **razonamiento** y que no debas esperar por una respuesta por mail”



“Cuando me es imposible solucionar mi problema a través de los canales digitales, es mi **última opción**”

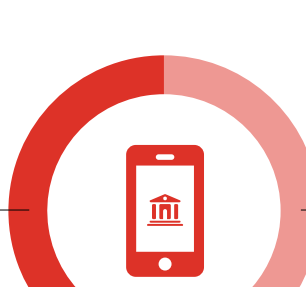


“Capacidad de **asesorarme** para ciertos trámites”

El desafío

¿Estarías de acuerdo con una experiencia bancaria 100% digital?

52,38 %

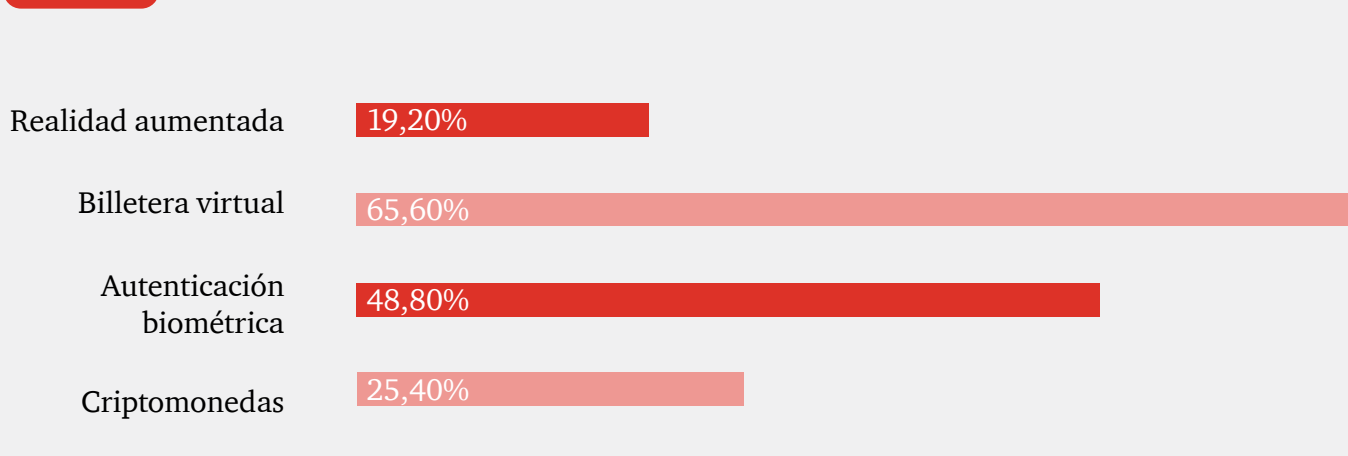


■ Si
■ No



Nuevas tecnologías en la mira:

Los encuestados coinciden en que la implementación de la “Billetera virtual”, “Autenticación biométrica” y “Pagos con QR” son las tecnologías más interesantes.



El cliente es cada vez más exigente. Los bancos deben saber qué quiere su cliente y enfocarse en cada segmento de consumidores de manera diferente para satisfacer sus necesidades.

¿Qué nuevas tecnologías te gustaría implementar para tus operaciones bancarias?

