



Hacia una Banca más Digital

Hacia una banca más digital

Comprometidos con generar ofertas de valor personalizadas y ajustadas a las necesidades financieras de cada uno de nuestros clientes, hemos avanzado en nuestra estrategia, para brindar soluciones financieras mucho más ágiles, fáciles y efectivas; en las que invertimos importantes recursos en tecnología, mercadeo digital, data y analítica.

Es así como la publicación londinense *The Banker* nos reconoció como el Mejor Banco en Colombia en 2018, destacando nuestra estrategia digital y los esfuerzos que hemos realizado para mejorar el acceso de las personas a los servicios bancarios. A su vez, la revista financiera *Global Finance* nos otorgó el premio a Mejor Banco del País 2018, resaltando nuestro desempeño en el mercado y el significativo avance a nivel tecnológico.

Estas distinciones nos posicionan como líder en la banca digital, y responden a uno de los 6 pilares de nuestra estrategia corporativa, *Capacidad Analítica y Transformación Digital*, que tiene como objetivo transformar la vida de nuestros clientes, ofreciendo experiencias digitales, aplicando tecnología a los procesos del negocio y fortaleciendo nuestras capacidades en analítica de datos.

Experiencias digitales que muestran resultados

Encontramos en la digitalización una oportunidad inmensa para brindar a nuestros clientes productos hechos a la medida, que permitan procesos más sencillos y eficaces.

Como resultado, hoy tenemos más de 1.2 millones de clientes que valoran la adquisición y uso de nuestras soluciones y servicios digitales, a los que se pueden acceder de manera intuitiva y rápida.

El proceso de digitalización del Banco se ha venido desarrollando desde nuestro Lab Digital, con el que en 2018, logramos potencializar y consolidar nuestros canales digitales como la primera opción en las transacciones de nuestros clientes.

A continuación, presentamos los principales logros de nuestra estrategia digital:

Aumento de la base de clientes

Hemos logrado que una de cada tres cuentas de ahorro y tarjetas de crédito vendidas a personas naturales sea por canales digitales, agilizando el proceso y dinamizando la gestión del servicio prestado. Sumado a esto, el 85% de las personas que ingresan por nuestros flujos digitales son nuevos clientes, lo cual nos permite aumentar nuestra base, cumpliendo con uno de los pilares de nuestro plan estratégico.

Portafolio más amplio de productos digitales

Gracias al trabajo de nuestros colaboradores, en 2018 nos consolidamos como el banco con el portafolio de productos 100% digitales, más amplio del mercado. En este periodo, lanzamos Crédito para Vivienda y Libre Destino. Estos dos productos se suman a los desarrollados en 2017: Cuenta de Ahorro, Tarjeta de Crédito y Crédito de libranza, los cuales pueden adquirirse de manera ágil y dinámica por nuestro portal Web, Banca Móvil y nuestros módulos digitales ubicados en más de 100 oficinas.

La colocación a través del canal digital ha tenido un nivel alto de aceptación entre nuestros usuarios. En el caso de Cuenta de Ahorro más del 36% fueron colocadas por este medio, mientras que la colocación en Tarjetas de Crédito Digital fue del 31%.

Nuestros clientes digitales realizan más de 358 millones de transacciones en nuestro portal de internet y a través de la aplicación de Banca Móvil.

Digital como herramienta para apalancar los canales tradicionales

Buscando generar una mejor experiencia para nuestros clientes en las oficinas, decidimos llevar la digitalización a través de la iniciativa Tu Banco en Minutos, instalando 100 módulos digitales de autogestión, que se sumaron a los 40 ya existentes y nos aportaron el 27% de las aperturas.

En estos módulos, nuestros clientes pueden abrir Cuentas de Ahorro y Tarjetas de Crédito. Para garantizar la seguridad de

nuestros clientes y de nuestros procesos, la apertura de los productos digitales se realiza mediante autenticación biométrica, fruto de la alianza estratégica con la Registraduría Nacional del Estado Civil.

De otro lado, buscando acercar y facilitar a nuestros clientes las nuevas dinámicas que estamos implementando para llevar la digitalización a todos los escenarios, realizamos un piloto en el que la fuerza móvil de ventas usó tablets para ofrecer nuestros productos digitales. En este proceso tuvimos excelentes resultados, razón por la cual en nuestra estrategia digital definimos un plan de despliegue para 2019, en donde podremos estar más cerca de nuestros clientes, a través de la ampliación de la cobertura de los flujos digitales en todos nuestros canales.

Aplicación mejor calificada del sector financiero

Nuestro Lab Digital, además de diseñar nuevos servicios para nuestros clientes, se ha concentrado en mejorar la aplicación de Banca Móvil y transformar la experiencia que ofrecemos en el portal web del Banco. De esta forma, hemos logrado ser la app mejor calificada del sector financiero con un promedio de 4.3, aumentamos el número de clientes que usan los canales digitales en un 33% y el volumen transaccional en un 28%.

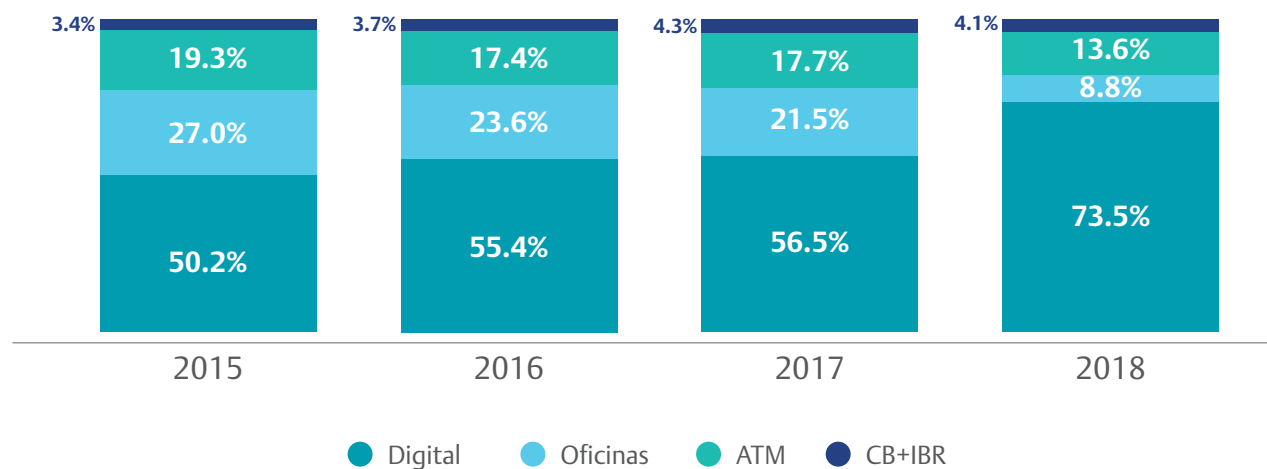
Migración Transaccional

En 2018, gracias a la constante innovación y desarrollos tecnológicos, hemos logrado potencializar y consolidar los canales digitales como la primera opción transaccional para nuestros clientes; el resultado de esto se evidencia en un crecimiento de 17 puntos porcentuales en la participación de los mismos respecto al 2017, pasando del 56.5% al 73.5%.

Pieza fundamental de esta estrategia, ha sido la implementación de iniciativas como, el Onboarding Digital, con el que se enseña a nuestros clientes a realizar transacciones en los canales virtuales, mediante la descarga de Banca Móvil. Así mismo, desde la vinculación y el desarrollo de campañas estructuradas, tenemos en cuenta el perfil de uso de la base de clientes activos, quienes son invitados a utilizar alternativas como nuestra app y el portal bancario. Adicionalmente, en 2018 dentro del plan de mejora continua, se logró identificar y reclasificar 18.2 millones de transacciones realizadas por nuestros clientes en canales digitales que hasta el año pasado quedaban asociadas al canal oficinas.



Evolución transaccional por canal



Abrev.: CB: Corresponsales Bancarios
 IVR: Respuesta de Voz Interactiva (canal de autogestión de llamadas)
 ATM: Sigla en inglés que identifica los cajeros automáticos (Automated Teller Machine)

Marketing Digital

De acuerdo con las nuevas tendencias de Data contamos con un área que trabaja en la planeación, análisis, ejecución y medición de impacto de campañas, que impulsan la venta de nuestros productos digitales a través de diferentes plataformas. Nuestros esfuerzos están divididos en dos grandes metodologías, pauta digital y estrategia de posicionamiento orgánico.

A partir de un trabajo de segmentación de nuestros clientes, teniendo en cuenta sus necesidades específicas, generamos campañas en Google, Youtube, Facebook e Instagram, brindándoles la solución financiera digital que requieren, de forma ágil y segura.

También trabajamos en la estrategia de posicionamiento orgánico en motores de búsqueda, lo que contribuye a atraer nuevos clientes interesados en productos específicos sin pagar en las plataformas. Para conseguirlo, realizamos ajustes a nuestro sitio web para que responda a las exigencias de los motores de búsqueda y generamos contenidos guiados por las necesidades de las personas que buscan productos digitales por internet.

Esta gestión ha disminuido el costo de adquisición de nuestros productos digitales, en cerca del 80%.

Espacios de co-creación con Talento Joven

Buscando fortalecer nuestras capacidades de innovación y promover espacios de co-creación con los jóvenes, en 2018, realizamos un convenio con la Universidad Nacional de Colombia sede Medellín, que convocó a estudiantes de la institución educativa, con el fin de resolver retos y desarrollar soluciones tecnológicas que mejoren la experiencia de los usuarios de los servicios financieros.

Este convenio nos permitió trabajar en dos ejes estratégicos: innovación en la banca y gestión del talento.

Para el eje de innovación, conformamos grupos interdisciplinarios entre estudiantes de la Universidad y colaboradores de nuestro Banco para participar en el Proyecto *Innovación Modus*, aplicando una metodología especial para el descubrimiento de cinco retos tecnológicos. Los retos estuvieron enmarcados en los siguientes proyectos: movilidad sostenible, diseño de un ecosistema de inclusión financiera, gamificación para tarjeta de crédito, producto financiero para mascotas y Blockchain.

El grupo ganador propuso una solución basada en Blockchain aplicada a la Banca Corporativa, la cual permite en-



contrar similitudes entre empresas para fomentar el intercambio de sus servicios.

En el eje de gestión del talento, iniciamos un semillero con la universidad, para vincular al Banco, practicantes y recién egresados, con el fin de desarrollar sus habilidades blandas y capacidades técnicas específicas para su crecimiento profesional y así, formar el mejor talento para el Banco. Como resultado de este convenio, en el segundo semestre de 2018 vinculamos a 3 analistas en la Dirección de Desarrollo Tecnológico.

Tecnología al Servicio de Nuestros Clientes

Trabajamos constantemente para brindarle a nuestros clientes las mejores experiencias, servicios y productos; es así como, desde el proceso de digitalización, además de presentar un amplio portafolio de productos, en 2018 nos enfocamos en aumentar la satisfacción a través de la mejora de nuestros servicios.

Para esto, implementamos las siguientes iniciativas:

Portal de Pagos Aval

Ampliamos el portafolio de servicios para nuestros clientes recaudadores a través de tres métodos de pago: botón de

Pagos Aval, botón PSE y Pago con Tarjeta de crédito, con el fin de enriquecer la experiencia y fomentar el uso del Portal. Así mismo, habilitamos para nuestros clientes la opción de pago de sus obligaciones (créditos de consumo y tarjetas de crédito) con cargo a cuentas de otros bancos.

Modelo de validación de identidad digital

Como parte de nuestra estrategia digital, implementamos un nuevo servicio de validación de identidad, a través de un sistema digital, que consulta el historial de servicios digitales a los cuales accede un usuario (Facebook, Netflix, Twitter, entre otros.), logrando identificar y validar la identidad de un cliente. Esto nos permite habilitar un nuevo modelo de enrolamiento seguro, para poder ofrecer a nuestros clientes la apertura de productos de forma digital.

Asesor Virtual de la Unidad de Vehículos

Con el fin de mejorar la experiencia de nuestros clientes, implementamos un asesor virtual para las principales marcas aliadas de la unidad de vehículos, el cual arroja una pre-aprobación de acuerdo al perfil de cada cliente. Igualmente, apoyamos toda la gestión de colocación de crédito en el Salón Internacional del Automóvil en el 2018 con el nuevo esquema de aprobación en firme y consulta en línea de ingresos, optimizando los tiempos del proceso.

Automatización del proceso de validación de prospectos

En busca de optimizar los procesos de evaluación de riesgos y validación de prospectos relacionados con solicitudes de crédito, implementamos un robot, en fase piloto, a través del cual realizamos las validaciones necesarias de los clientes en bases de datos externas, con el objetivo de disminuir el tiempo de análisis de crédito y el riesgo de suplantación, garantizando a nuestros clientes la seguridad de su información y una mejor experiencia.

Mejoras en la mensajería SWIFT

Evolucionamos en el modelo de gestión de la información, implementando un servicio de conectividad regional con el Banco BAC Credomatic y Filiales y Agencias en el Exterior, para realizar pagos masivos y ofrecer nuevos servicios demandados por el mercado, manteniendonos como un Banco líder con presencia internacional.

Mejoras y Seguridad en la Plataforma Tecnológica Tecnología Blockchain

En nuestro compromiso por explorar e innovar en el uso de herramientas tecnológicas, iniciamos un proyecto de ex-

ploración de la tecnología blockchain, con participación del Banco de la República y otros bancos del país, logrando implementar un caso de uso, enfocado en un sistema de pagos interbancarios inmediatos. El proyecto nos permitió validar el funcionamiento de la tecnología y evaluar otros posibles escenarios de aplicación.

Nuevo Canal de Servicio WIBBO

En el segundo semestre de 2018, implementamos el canal digital WIBBO (WhatsApp Intelligent Banco de Bogotá), como parte del proceso de transformación digital y optimización del modelo de servicio. Este canal permite a los colaboradores del Banco interactuar con la Mesa de Servicio de una forma más sencilla, rápida y desde cualquier lugar, comunicándose desde un dispositivo móvil, por medio de la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp. Como apoyo al Asesor Digital de las Oficinas incluidas en “Tu Banco en Minutos”, habilitamos el canal “WIBBO Oficina Digital”, disponible en más de 100 oficinas.

Gobierno de Seguridad de la Información

Como apoyo a la estrategia de sostenibilidad y alineados con las estrategias de negocio, durante el segundo semestre del año iniciamos el rediseño del modelo de gobierno de seguridad, con el fin de dar mayor visibilidad para afrontar retos asociados a la transformación digital y mitigar los riesgos asociados a ataques cibernéticos.

