



CASO DE ÉXITO
SARA

Transacciones bancarias
rápidas y seguras a través de redes sociales



INFOCORP
helping people LOVE their bank



COMPANY OVERVIEW

CLIENTE	Grupo Financiero FICOHSA.
PAÍS	Honduras.
FUNDACIÓN	1994
SUCURSALES	100 agencias y 350 cajeros automáticos en Honduras.
PRODUCTOS	Banca personas, banca corporativa, empresarial y PyME, servicio preferencial a comercios, remesas, asistente personal bancaria (SARA). <i>Servicio ágil de respuesta automática.</i>
EXPANSIÓN	Guatemala, Panamá y Nicaragua.
RECONOCIMIENTOS	Best Treasury & Cash Management Providers 2021 (Global Finance) por el desarrollo y ampliación de soluciones digitales.





En el año 2015 el Grupo FICOHSA buscó incrementar el porcentaje de clientes digitales, detectando un área de oportunidad para la población joven, nativa digital en su entorno social pero que no se extendía a los servicios financieros.

90%

de uso de Facebook
en móviles

50%

de clientes del
banco con edad
inferior a 33 años



Iniciativa SARA: Servicio Ágil de Respuesta Automática

META

Brindar a la generación millennial un acceso a servicios financieros a través de un canal ágil como las redes sociales.



Para tener éxito sustentable, la innovación debía cumplir simultáneamente los OBJETIVOS

- 1 Registro sencillo del cliente
- 2 Cero fricción en su uso
- 3 Accesibilidad sin restricciones de horario o geografía
- 4 Experiencia de uso que garantizara la fidelización

Primeros desarrollos

En la etapa inicial, se utilizó un chatbot de primera generación como canal claramente innovador. Se incorporaron consultas de saldos de cuentas y de información sobre tarjetas de crédito propias, trasladando a SARA los principales motivos de consulta que se registraba en el contact center.

El primer objetivo del proyecto SARA buscaba captar el registro y la actividad de 10.000 clientes lo cual fue rápidamente alcanzado y superado.



Se eligió en aquel momento operar a través de Facebook Messenger y también Twitter, verificándose de inmediato que la captación de usuarios era proporcional al tamaño relativo entre ambas redes.

Un servicio en constante evolución

La iniciativa SARA lleva 3 años en Ficohsa, con un incremento constante en funcionalidades disponibles para el cliente en el canal y evolucionando rápidamente hacia un chatbot de segunda generación que ofrece:



La habilitación de WhatsApp en 2020 como red de interacción con SARA, ampliando la oferta desde Messenger y Twitter, generó:

- **Incremento del 200% en los clientes activos**
- **Crecimiento interanual en transacciones superior al 160%**

Las claves del éxito

- Expectativa inicial basada en necesidades muy bien detectadas en un segmento de clientes.
- Medición sistemática de los puntos de interacción y comentarios orientados a mejoras.
- Seguimiento activo de los intentos de registro y su recuperación en infructuosos.
- Estilo de comunicación empático.
- Introducción controlada de tecnologías como NLP o AI.

SARA en la actualidad

Más de 30 puntos de funcionalidad disponibles al cliente

Volumen de clientes activos superior a otras implementaciones conversacionales de bancos de la región

Alta adopción del segmento etario más joven y también considerable en todas las franjas etarias

Vehículo igualmente fidelizante en niveles de altos y bajos ingresos



SARA está disponible para registro y uso de clientes de Grupo Ficohsa en **Honduras, Nicaragua, Guatemala y Panamá**, ofreciendo un amplio rango de servicios financieros sobre WhatsApp, Facebook, Messenger y Twitter.

Indicadores del éxito de SARA



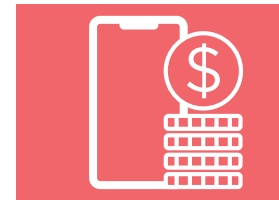
Canal con mayor tasa de adopción digital entre los clientes de Ficohsa.



Canal con mejor Net Promoter Score (NPS): valoración y lealtad por parte de los clientes.



Crecimiento exponencial con altas tasas de incremento y elevada retención.



Generación de ingresos por comisiones o intermediación en recargas de celulares, transferencias y remesas.



Ahorro de costos operativos al migrar de consultas poco rentables desde contact centers o canales presenciales.

Más innovaciones en el horizonte

Se planea la incorporación de reconocimiento de lenguaje NLP y de voz para reforzar la accesibilidad del canal, la colocación de propuestas en modalidad de marketing uno-a-uno y la inclusión de factores de autenticación que reduzcan aún más la fricción, entre otros.

SOBRE INFOCORP

En Infocorp somos especialistas en Banca Digital con 26 años de experiencia y más de 40 implementaciones con nuestros productos en Latinoamérica y el Caribe.

A través de IC Banking, nuestra plataforma omnicanal inteligente, brindamos innovadores canales digitales para ayudar a que los usuarios amen a su banco.

¿Conversamos?



INFOCORP

helping people LOVE their bank

marketing@infocorpgroup.com

Infocorpgroup.com