

HOLA BANCO DE BOGOTÁ

BIENVENIDOS A UNA PROPUESTA DE MEDIOS QUE CAMBIA CON USTEDES



BRIEF

Posicionar el crédito hipotecario **NO VIS** del Banco de Bogotá como ese producto que se adapta y cambia con **los solteros** de Colombia.

MANDATORIOS

Nuevos Clientes

PRESUPUESTO ASIGNADO

\$ 200.000.000 COP

KEY PERFORMANCE INDICATOR

4.000 Leads

OBJETIVO DE NEGOCIO

Incrementar el desembolso de créditos en un 58%

TIEMPO DE EJECUCIÓN

3 Meses de ejecución

EL PRODUCTO

Un Producto Fácilmente Replicable

DESDE EL CELULAR EN 5 MINUTOS

APLICA SUBSIDIO NO VIS

8,1 MILLONES ADICIONALES

PILARES DE MARCA

Una Marca Que Habla Con Hechos



DIGITALIZACIÓN



CULTURA



MEDIO AMBIENTE

TECNOLÓGICO

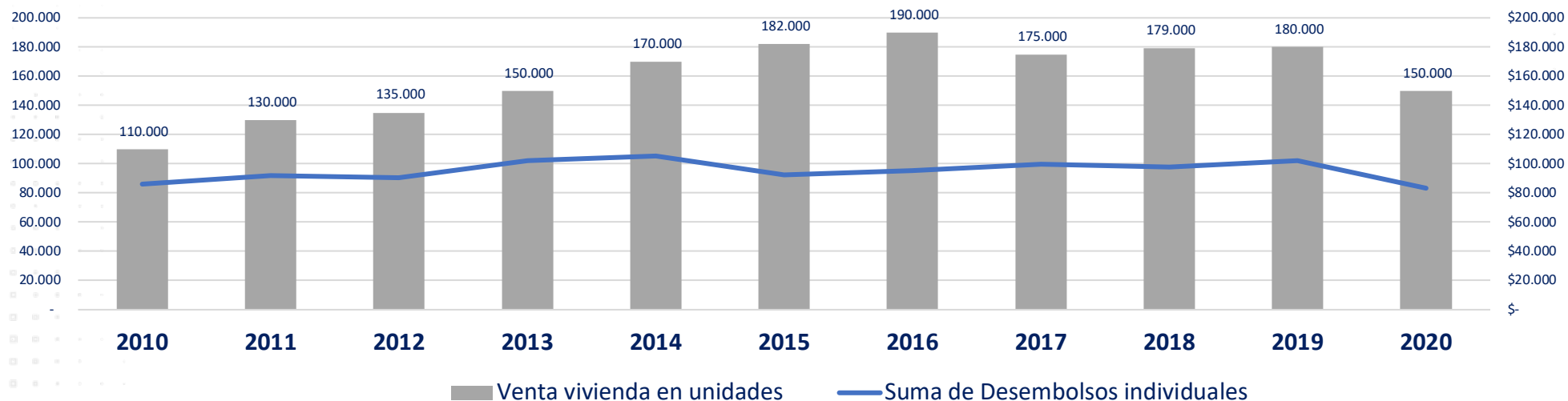


ANTES DE ARRANCAR TENEMOS UN MENSAJE PARA USTEDES...

¡NO NECESITAMOS LOS \$ 200.000.000!

Porque entendimos que las colocaciones de crédito hipotecario de hoy corresponden a las ventas de vivienda de hace 24 meses...

VENTAS DE VIVIENDA Y DESEMBOLSOS DE CRÉDITOS



¡LO QUE NOS INDICA QUE DEBEMOS ANTICIPARNOS DESDE NUESTRA BASE CLIENTES!



Inicialmente pensamos en jugar con los 5 minutos y las plataformas digitales que consumen los solteros para mostrarles el beneficio de manera contextual

Rappi

Intervenir Rappi, cuando se espera un domicilio mostrando que en 5 minutos puedes tener tu crédito.

 Spotify

Segmentar por audiencias de solteros y aparecer en todas las previas de las canciones que duran 5 minutos.



Enviar un mensaje 5 minutos antes de llegar a un destino mostrando lo rápido que se aprueba el crédito.

ESTOS ABORDAJES TIENEN UN PROBLEMA:

POCA PRECISIÓN

SOLO 1%

de los solteros compraron casa en el último año.

99%

de los solteros impactados de esta forma NO serán leads efectivos.



TAMBIÉN ENTENDIMOS QUE SI QUERIAMOS SER PRECISOS
DEBIAMOS BUSCAR LA FUENTE MÁS CONFIABLE

**PARA LOS SOLTEROS
EN COLOMBIA**

LA FAMILIA Y LOS AMIGOS
son la fuente de información más confiable.

FUENTES DE MAYOR INFORMACIÓN PARA
DECIDIR SOBRE PRODUCTOS FINANCIEROS

120 AMIGOS Y FAMILIA

115 INTERNET

111 TELEVISIÓN ABIERTA

103 PUNTOS DE VENTA

101 RADIO

99 PUNTO DE VENTA

RETO

¿CÓMO VOLVER A LOS AMIGOS UN MEDIO?



* Target Group Index, ola 2 -2019 y ola 1 2020 / Fuentes de mayor información para la toma de decisión en productos financieros.



¿CÓMO FUNCIONA LA ESTRATEGIA?

1.

Volveremos a los clientes solteros de cuentas de ahorro que están pagando su cuota inicial, un medio propio para que el banco pueda contactar con los amigos de ellos.

2.

Generaremos una red de recomendación de verdaderos compradores de vivienda evitando el desperdicio, por medio de benéficos para su nuevo hogar que se hacen efectivos una vez hagan una acción efectiva por el banco.

3.

Activaremos esta red en momentos específicos de socialización donde los solteros se encuentran con sus amigos.

ESTRATEGIA

Trabajaremos con la tecnología y los datos propios del Banco de Bogotá para construir una red de confianza de amigos solteros que ya compraron casa y aún no han tramitado su crédito hipotecario.

PRESENTAMOS



Creamos una carrera de relevos con beneficios exclusivos entre amigos, anticipando la solicitud de crédito hipotecario en nuestros clientes y volviéndolos un medio propio con beneficios para su nuevo hogar.

FIRST LEAD

¿CÓMO LO HAREMOS?

SECOND LEAD



1.

TARGET

Identificamos quiénes de nuestros clientes de cuentas de ahorros están pagando la cuota inicial NO VIS con un débito periódico mensual establecido.

Adicionalmente, gracias a la base de datos, logramos saber quiénes son solteros para tener un target completo.

2.

PRODUCTO

Una vez los tenemos identificados, los impactamos digital y telefónicamente, ofreciéndoles un crédito hipotecario pre-aprobado, sin necesidad de papeles, desde cualquier lugar en Colombia y máximo en 5 minutos.

3.

EXPANSIÓN

Entendemos que una vez se adquiere el hogar, el costo de amoblarlo y ajustarlo a las necesidades de cada persona es costoso.

4.

BENEFICIO

Por eso nos aliamos con empresas del sector para otorgar un descuento exclusivo del 30% en bienes del nuevo hogar.

5.

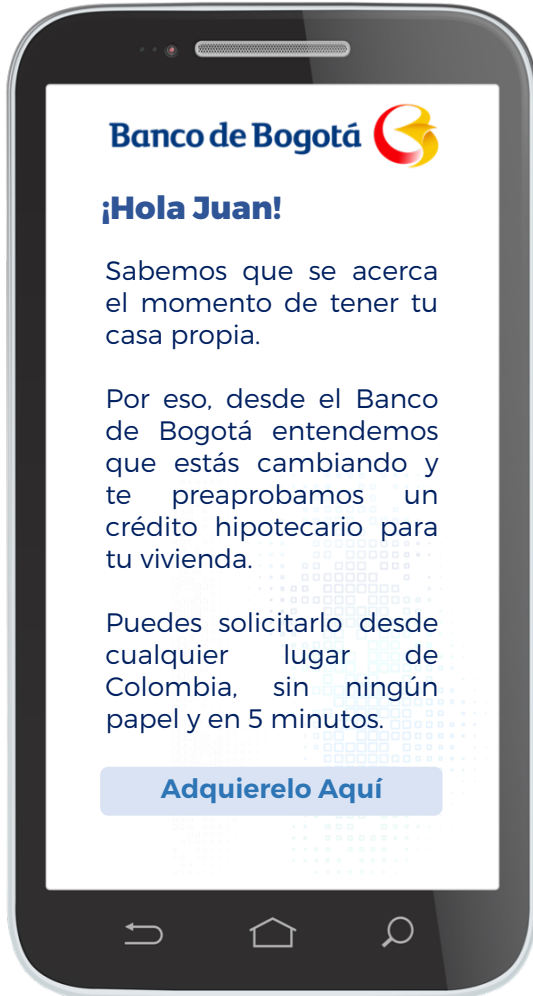
REFERIDO

Cuando el First Lead refiera un amigo soltero al crédito hipotecario, puede acceder al descuento exclusivo por ser parte del BdB.

¿CÓMO MATERIALIZAMOS LA PROPUESTA?

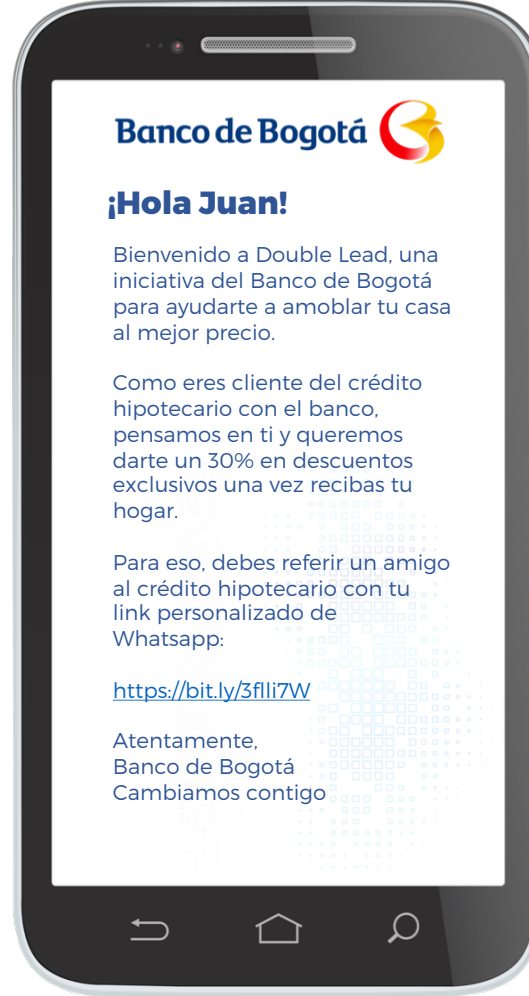


1. Convertir al cliente de cuenta de ahorro



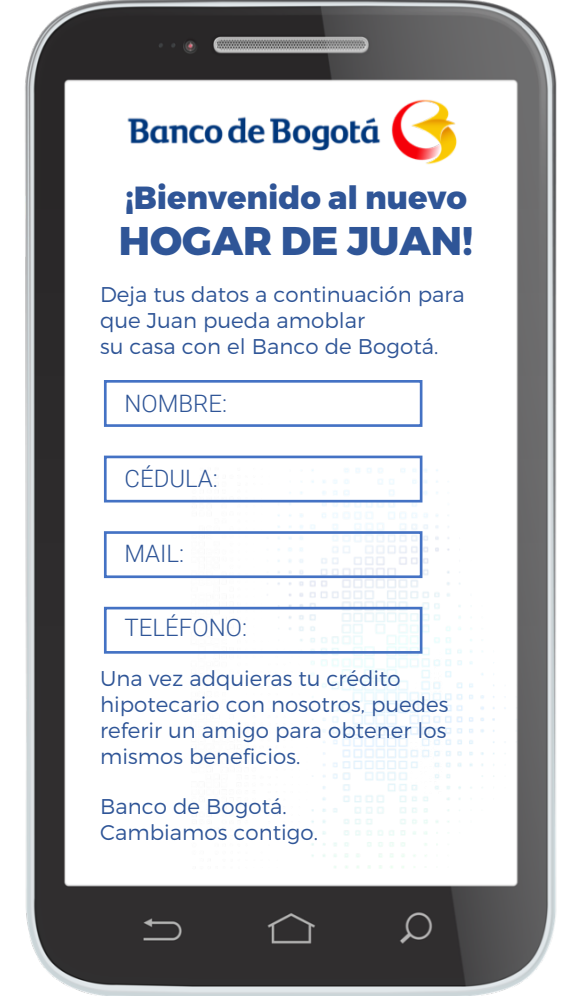
Con la anticipación a la categoría, aumentamos la probabilidad que Juan adquiera el crédito

2. Volverlo Medio propio al darle un beneficio a cambio de una acción.



Una vez la persona que Juan refiera entre con el link exclusivo, lo llevará a la página de registro con un UTM específico

3. Volver al amigo de Juan cliente y medio propio con la misma mecánica.



UN CICLO QUE SE REPITE POR LA CONFIANZA





IDEA CREATIVA/INSIGHT

The Double Lead, la iniciativa del Banco de Bogotá que busca volver a los clientes de cuentas de ahorro que están pagando su cuota inicial de vivienda nueva NO VIS, un medio propio para contactar con amigos y generar una red de recomendación basados en la confianza y la amistad.

ESTRATEGIA

Lo que descubrimos es que la colocación de créditos de vivienda hoy, son las ventas de vivienda de hace dos años, para poder contactar a estas personas necesitábamos más que un enfoque creativo de medios, un enfoque preciso, por eso nos apoyamos con los clientes del banco para volverlos un medio propio y que ellos mediante la recomendación con sus amigos que también están comprando casa nos generen esa captación de leads a través del Voz a Voz.

LA EJECUCIÓN

Lo que hicimos fue utilizar la data propia del banco para identificar y convertir a los clientes solteros de la cuenta de ahorros que estaban pagando su cuota inicial al crédito hipotecario por medio del envío de un crédito pre-aprobado, sin ningún papel, desde cualquier lugar de Colombia y en 5 minutos. Una vez se convertían, entraban al programa Double Lead, donde ellos podrían ganarse un 30% de descuento en aliados como: Falabella, Homecenter, Alkosto, Muebles & Accesorios, entre otros para poder remodelar su vivienda nueva. Este beneficio se activaba una vez que con su código personal otro amigo se registrará con Banco de Bogotá. Así hicimos que cada nuevo cliente nos refiriera un nuevo lead.

BRIEF

Posicionar el crédito hipotecario NO VIS del Banco de Bogotá como ese producto que se adapta y cambia con los solteros de Colombia.

INSIGHT

No existe una fuente de información más confiable que la familia y los amigos.

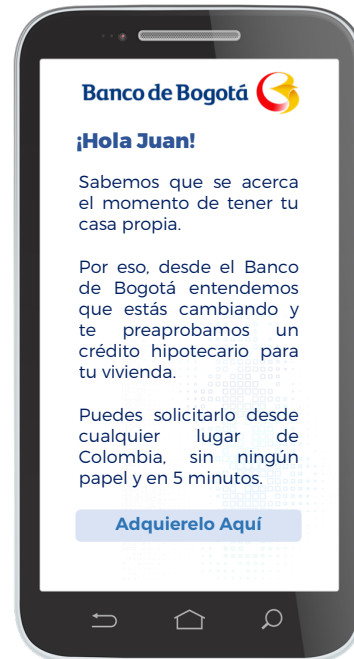
RETO

¿CÓMO VOLVER A LOS AMIGOS UN MEDIO?

THE DOUBLE LEAD

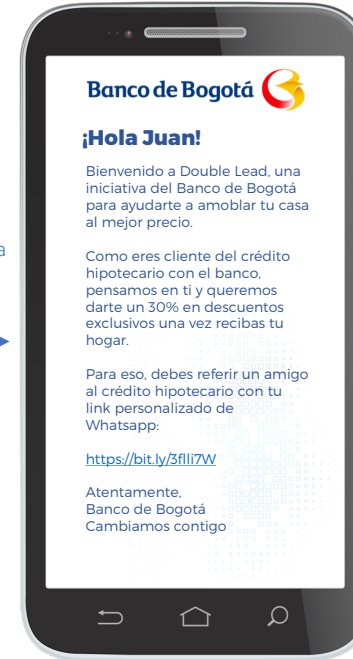
UNA CARRERA DE RELEVOS
ENTRE AMIGOS
PARA AMOBLAR SUS CASAS

1. Convertir al cliente de cuenta de ahorro



Con la anticipación a la categoría, aumentamos la probabilidad que Juan adquiera el crédito

2. Volverlo Medio propio al darle un beneficio a cambio de una acción.



Una vez la persona que Juan refiera entre con el link exclusivo, lo llevará a la página de registro con un UTM específico

3. Volver al amigo de Juan cliente y medio propio con la misma mecánica.



UN CICLO QUE SE REPITE POR LA CONFIANZA