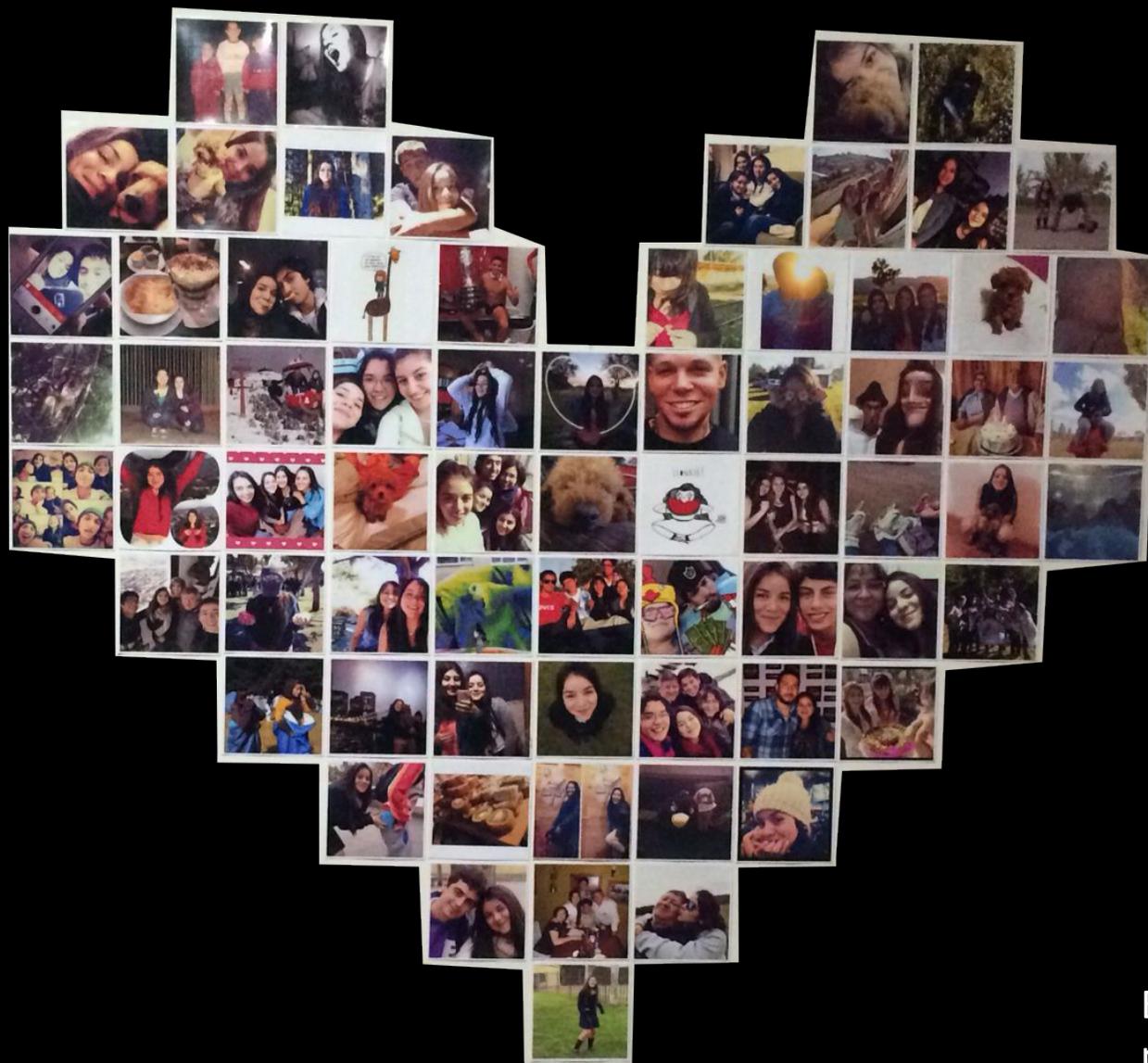


Este es el corazón que nos bombea energía, el corazón que nos nutre de información y es el centro de inspiración para muchas de las estrategias que desarrollamos.





Escuchamos las voces de
personas diciendo sus metas
de ahorro



Hola buenas tardes, en esta ocasión me llena de orgullo compartirles nuestros aprendizajes y recorrido sobre ahorro.

Siempre recuerdo cuando en 2017 Rodolfo nos planteó el reto de cambiar el posicionamiento de los clientes que nos veían como un banco “tarjetero” para reposicionarnos como el banco ideal para el ahorro.

Un reto nada fácil considerando que teníamos en Honduras fuertes competidores posicionados por más de 100 años en esa categoría.

Hoy, luego de un poco más de 6 años, Ahorros es uno de nuestros programas estrella: con el que hemos tenido un crecimiento sostenido por más de 70 meses continuos desde el 2018.

Lo hemos logrado poniendo literalmente un corazón nuevo a la categoría, optimizando recursos tan apasionadamente que logramos mayores impactos que una competencia con asignaciones presupuestarias superiores a la nuestra y con ello, hemos impulsado un crecimiento mayor que el de toda la categoría junta.

Hoy queremos compartir con ustedes el latir de nuestro corazón por este producto, el resultado de muchos años de trabajo en equipo, aciertos y desaciertos y los logros sin precedentes que hemos obtenido.

Ahorros

**Un millón de latidos
que nos dan vida**

Entender a nuestros clientes el signo vital que aprendimos a escuchar

Cuenta bancaria el Primer latido de nuestros clientes

Sincronizar nuestro latido con el de todos nuestros clientes

El fruto de un equipo con un corazón apasionado

Entender al cliente y al mercado

- Estudiar al mercado
- Análisis y segmentación
- Benchmark mensuales (seguidores, no líderes)
- Oír al mercado / encuestas abiertas / periódicas y esporádicas de seguimiento

- Implementación de Estrategias exitosas
- Cómo ajustamos la estrategia

El cómo:

- Onboarding
- Crossselling (desarrollo de portafolio)
- Mantenimiento (fondeo o refondeo)
- Gestión integral del producto
- Gestión y asesoramiento a las áreas de Negocio

Comunicación

- Campañas masivas dirigidas

Resultados

- Participación de mercado
- Portafolio

Entender a nuestros clientes el signo vital que aprendimos a escuchar

Entender al cliente y al mercado

- Estudiar al mercado
- Análisis y segmentación
- Benchmark mensuales (seguidores no líderes)
- Oír al mercado / encuestas abiertas / periódicas y esporádicas de seguimiento

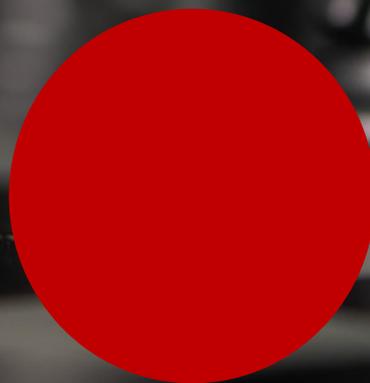
Estudio en el 2017

Encuestas comerciales

Visitas a Agencias

Estudiar el mercado

Benchmark mensuales





Nos convertimos en grandes **oyentes**, nos reinventamos y **desarrollamos la empatía** hacia nuestros clientes



Buscar
vídeo
corazón
rojo

+ XXXX

XXXXX XXXX

YYYY

XX

XXXXX

YYYYYY

Cuenta bancaria el Primer latido de nuestros clientes

El cómo:

- Onboarding
- Crosselling (desarrollo de portafolio)
- Mantenimiento (fondeo o refondeo)
- Gestión integral del producto
- Gestión y asesoramiento a las areas de Negocio



Esto debe quedar de forma que podamos editarla

1

Cambios en Comunicación

Life Centric



2

Análisis de resultados

Por zona, edad, género, imagen y copy, etc



3

Re-Diseño

Ajustes inmediatos según resultados



4

Optimización

Optimización de recursos





Descubrimos que:

Debemos **refrescar**
las publicaciones

Nos permite **mantener la
atención** de la audiencia
utilizando los **diferentes
motivos de ahorro**



VIDEO DE LAS HORMIGAS POR PESO NO LO MANDO

LUEGO APRENDIMOS...

Onboarding

Crosselling

Mantenimiento

Campañas Masivas - Dirigidas



ONBOARDING CUENTAS BANCARIAS- DÉBITO



1

Ofrecimiento

- XXXX



2

Adquisición

- XXX



3

Estímulo

- XX% xxxxx
- XX% xxxxx



4

Activación

XXX%
XXXX

¿CÓMO LO HACEMOS?



01

XXXX



02

Canales de comunicación



Mensaje Texto



Correos



Redes Sociales

Llamadas

03

Seguimiento resultados y Rediseño de Estrategias



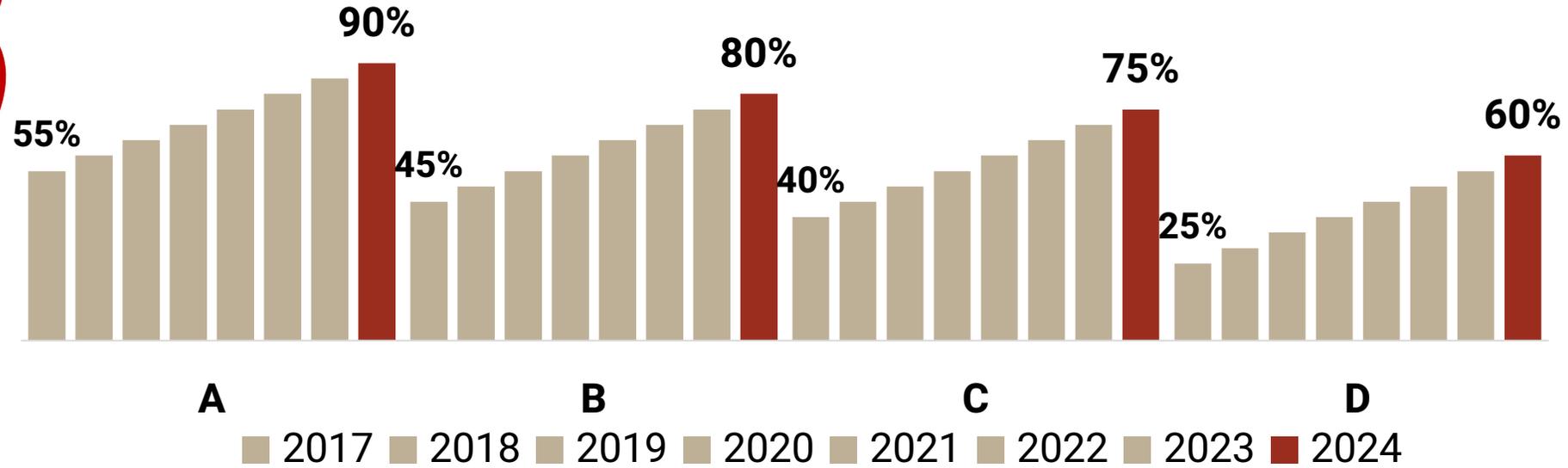
BANCARIZACIÓN



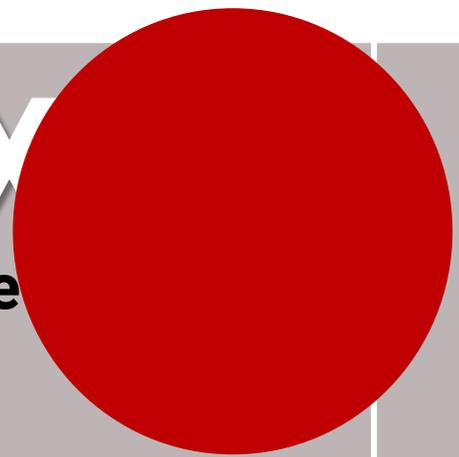
Bancarización

XX%

Penetración Total
Vs XX% en 2017



XX%
Δ Pene



XX%
Participación

XX%
tarjeta de débito

X%
Utilizan XX

FONDEOS



Criterios



XXXX



XXXX



XXXX

Canales



Mensajes de
Texto



Correo



Redes
Sociales

Inversión

XXXX

Inversión mensual
Comunicación

Resultados

XX%

Realizaron
Movimiento

XX%

Crecimiento



Si no puedes ver la información da clic [aquí](#).

Llámallo como quieras,

lo importante es *ahorrar*

Logra **estabilidad financiera** ajustándote a un presupuesto mensual de gastos y ahorrando en una cuenta bancaria exclusiva para ese fin.

Ahorra en tu Cuenta de ahorro Crece BAC Credomatic.

Lo mejor de BAC Credomatic a tu servicio



Encuentra un Rapibac
o Agencia cerca de ti

Ubicanos



Banca digital
ágil y amigable

Crea o recupera
usuario o
contraseña



Transfiere fondos entre
bancos sin costo, con
Kash

Conoce más

Queremos hacerte estas recomendaciones

- ¿Conoces la Cuenta Objetivos? Con esta cuenta de ahorro programado, podrás lograr tus metas de ahorro según tu capacidad, programando ahorros desde L.150.00 mensuales. Conoce más [AQUI](#)
- Mantén tu cuenta activa realizando al menos un depósito, transferencia, pago de servicios, compra en comercio o retiro de efectivo al mes.
- Conoce nuestros sitios oficiales y consejos para no ser víctima de fraude [AQUI](#)



No ingreses tu usuario, contraseña de Banca en Línea, token o Código BAC Credomatic en links que recibas por Whatsapp o redes sociales.

Consejo antifraude

Abre tu cuenta de ahorro aquí

Este comunicado es válido únicamente para el país de Honduras.

CROSSELLING FONDEOS



**Cuentas
Nuevas**

XX

US\$

XXX



Seguros

XXK

**Nuevos y
Activos**



**Usuarios
Kash**

XXK

**xx
tarjeta de
débito**



**Facturación
Débito**

XXK

**Facturación
US\$
20xx-20xx**



GESTIÓN DE CUENTAS DIGITALES

¿Cómo lo hacemos?

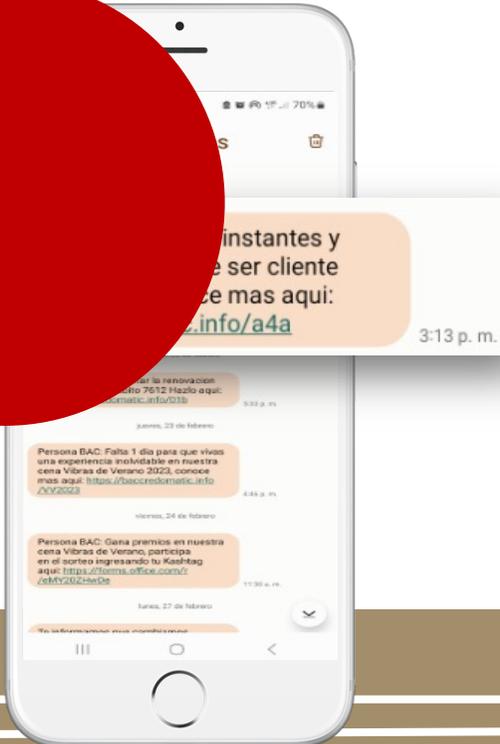
PASO 1

PASO 2

PASO 3

PASO 4

Mensajes de Texto



Redes Sociales

Con tu **Cuenta Crece**
100% digital
mueves tu mundo en un instante



Honduras



Tu cuenta 100% digital en un instante



Descubre los grandes beneficios de abrir tu

Cuenta 100% digital

[Abre tu cuenta aquí](#)



- 1 Descarga la App **Banca Móvil**
- 2 Da clic en **Quiere ser cliente**
- 3 Haz clic en **No soy cliente, Abrir cuenta bancaria**
- 4 Carga las imágenes de tu **DNI** y completa los datos

Correos Electrónicos

Banca Móvil

Tarjeta de débito internacional

Ahorro programado

Ofertas y descuentos

GESTIÓN INTEGRAL DEL PRODUCTO

**Campañas Institucionales,
Promocionales y Dirigidas**

COMERCIAL

**Análisis de Tasas, Costo de
Fondo y Rentabilidad**

FINANCIERO

PROYECTOS

**Desarrollos en sistemas con
impacto al producto**

PROCESO

**Gobierno del proceso de
cuenta bancaria**



GESTIÓN Y ASESORAMIENTO **ÁREAS DE NEGOCIO**



Enviaremos fotos para
mostrar el asesoramiento



Sincronizar nuestro latido con el de todos nuestros clientes

Comunicación

- Campañas masivas dirigidas



CAMBIANDO NUESTRO ENFOQUE



Orientada al Producto

Año 2016

AHORRAR EN BAC LO CAMBIA TODO

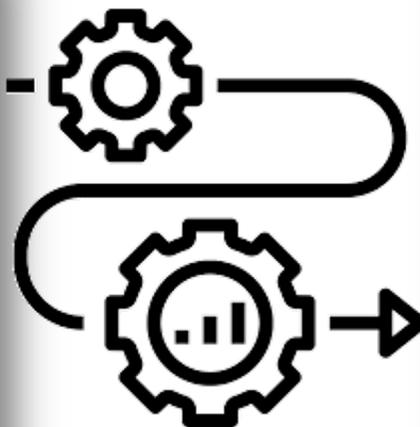
Tenemos la cuenta ideal para que cumplas las metas de ahorro que te has propuesto, con el respaldo sólido y regional único de BAC.

Si aún no tienes una cuenta en BAC, ¿qué esperas? El mundo está cambiando.

Cuenta Infantil • Cuenta Crece • Cuenta Gold • Cuenta Platinum • Cuenta Dólares • BAC Objetivos

www.baccredomatic.com

BAC | Honduras



Life Centric

Año 2018

AHORRAS

para los grandes logros y las pequeñas hazañas, para cada etapa de la vida.

Por eso le damos valor a tus ahorros

www.baccredomatic.com

f t | @baccredomatic

Guatemala El Salvador Honduras Nicaragua Costa Rica Panamá

BAC
CREDOMATIC

CAMPAÑAS INNOVADORAS 2022 - 2024



Cierre 2022
4 Meses



Junio 2023
3 Meses



Noviembre 2023
2.5 Meses



Estímulos de ahorro



Febrero 2024
3.5 Meses

Ahorrando
en BAC Credomatic ¡Tú decides qué ganar!

Emprendimiento | Vida Resuelta por 3 años | Viaje soñado

Inscríbete, ahorra y participa

Disfruta de los mejores beneficios y accesibilidad al ahorrar en BAC Credomatic

Amigable Banca en Línea • Amplia red Repibac • Calificación AAA+ Fitch Ratings

Confiable y sólido respaldo regional

BAC CREDOMATIC

US\$MM XXX

Lo mejor pasa cuando **ahorras** en BAC

Conviértete en uno de los **3 ganadores** que elegirán una llave para llevarse un gran premio

1 Toyota Aygo | 1 Renueva tu hogar | 1 Vida Resuelta

Inscríbete, ahorra y participa acumulando boletos electrónicos

1 boleto por cada L 500 de incremento promedio mensual en tus ahorros

5 boletos por abrir tu cuenta 100% digital

Valido del 1 de junio al 30 de septiembre de 2023. Participa en cuentas Cuentas, Cuentas, Cuentas y Cuentas. Ver reglamento en www.baccredomatic.com

BAC CREDOMATIC

US\$MM XXX

Δ en Saldos

Experimenta la **magia de ahorrar** en BAC

Inscríbete, ahorra y participa

Acumula boletos electrónicos mensuales

1 boleto por cada L 500 de incremento promedio mensual de tus ahorros

5 boletos por abrir tu cuenta 100% digital

2 Ganadores cada mes | **7 Increíbles premios**

Comparte con el resto y selecciona la mayor cantidad de premios que puedes

BAC CREDOMATIC

US\$MM XXX

Destacar mecánicas entrega de premios

Con BAC tus **ahorros** son tu **pasaporte al mundo**

Ahora y participa para ser uno de los **3 ganadores** de un viaje

Acumula **1 km** por cada L 500 de incremento en saldo promedio de ahorro mensual

5 km por la apertura de tu cuenta 100% digital

Aplica para cuentas:

BAC CREDOMATIC

Inscríbete, ahorra y participa

Valido del 15 de febrero al 27 de marzo de 2024. \$75,000 para el viaje de cada ganador. Ver reglamento en www.baccredomatic.com

Campañas Enfocadas en Life Centric

CAMPAÑAS

Innovadoras
Benchmark Sistema

Premios
Seleccionados
motivantes para el
cliente



Video??

**El fruto de un equipo con un
corazón apasionado**

**Una gestión que tiene con
taquicardia a la competencia**

**Inversiones inteligentes
taquicardia a la competencia**

Resultados

- Participación de mercado
- Portafolio

Ahorros **apoyando** el **crecimiento**

El **fondeo** de saldos impulsa:



Nuevos clientes



Disponibilidad de saldos para crecimiento de cartera activa



Ingresos asociados a los productos

Debe permitir edición

Tarjeta de **Débito**

Genera un ecosistema de pagos que contribuye a:



Ingresos de comisiones del lado emisor



Migración a canales digitales (ATM, BeL y Kash)



Reducción de uso de efectivo



POSICIONAR A BAC COMO OPCIÓN DE AHORRO



XX%

Clientes 1



XX%

Clientes nuevos



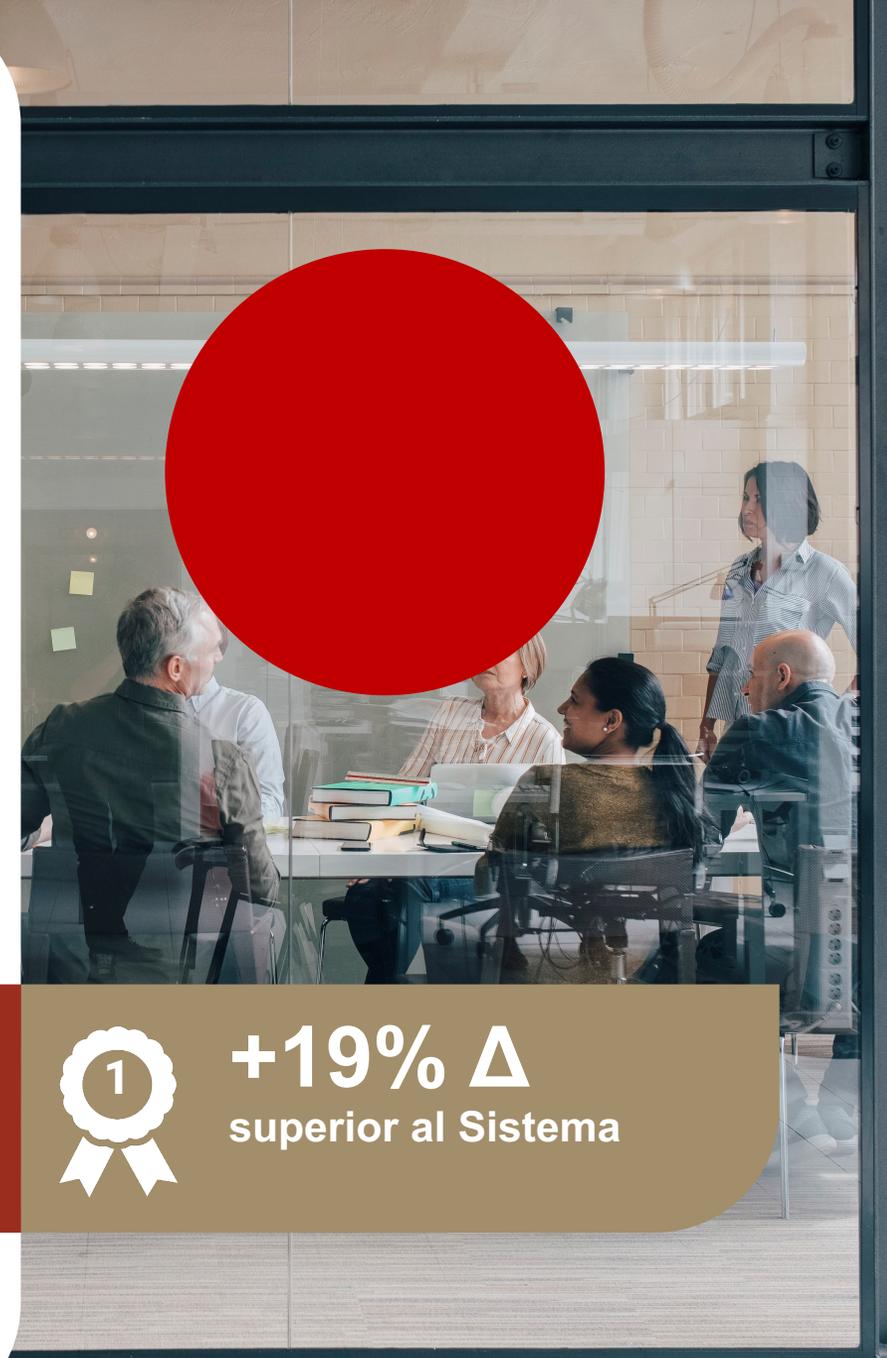
XX%

Originados digitalmente

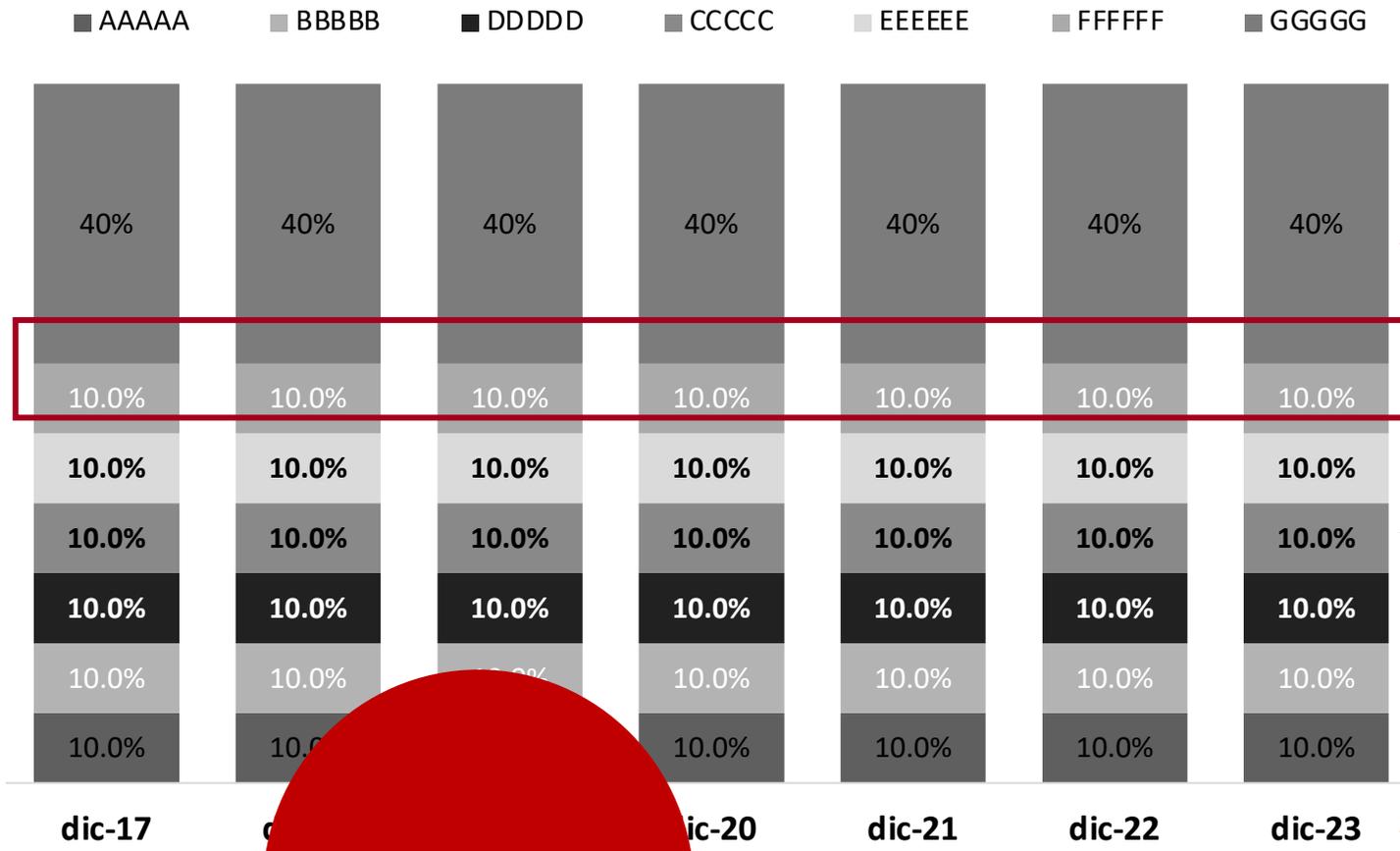


+19% Δ

superior al Sistema



PARTICIPACIÓN SALDOS



XX%

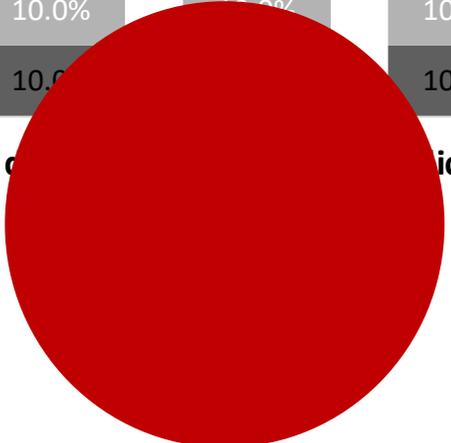
CRECIMIENTO DESDE EL 2017

XX

CRECIMIENTO SUPERIOR AL SISTEMA

XX

MESES DE CRECIMIENTO SOSTENIDO



PARTICIPACIÓN SALDOS

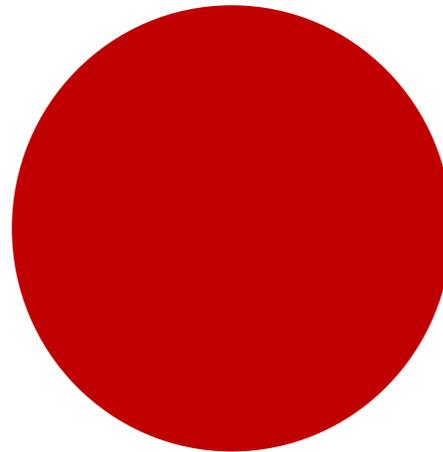


■ AAAAA ■ BBBB ■ DDDD ■ CCCC ■ EEEEE ■ FFFFF ■ GGGG



dic-17

dic-23



XX%

CRECIMIENTO DESDE EL 2017

XX

CRECIMIENTO SUPERIOR AL SISTEMA

XX

MESES DE CRECIMIENTO SOSTENIDO

EVOLUCIÓN

XXX

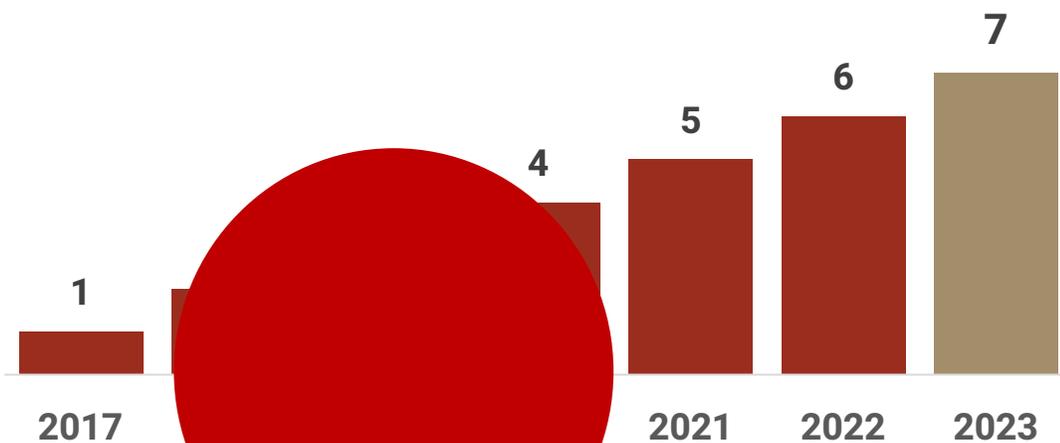


U\$XXX

Δ 2017-2023

XX%

Participación



Información a diciembre de cada año



COMPOSICIÓN PORTAFOLIO



Clientes

El **XX%** de los clientes son **XXX**



AVG Saldos

Cliente 1: **\$XXX**
Cliente 2: **\$XXX**

*Saldos por cuenta



AVG Facturación

Cliente 1: **\$XXX**
Cliente 2: **\$XXX**

Clientes 1

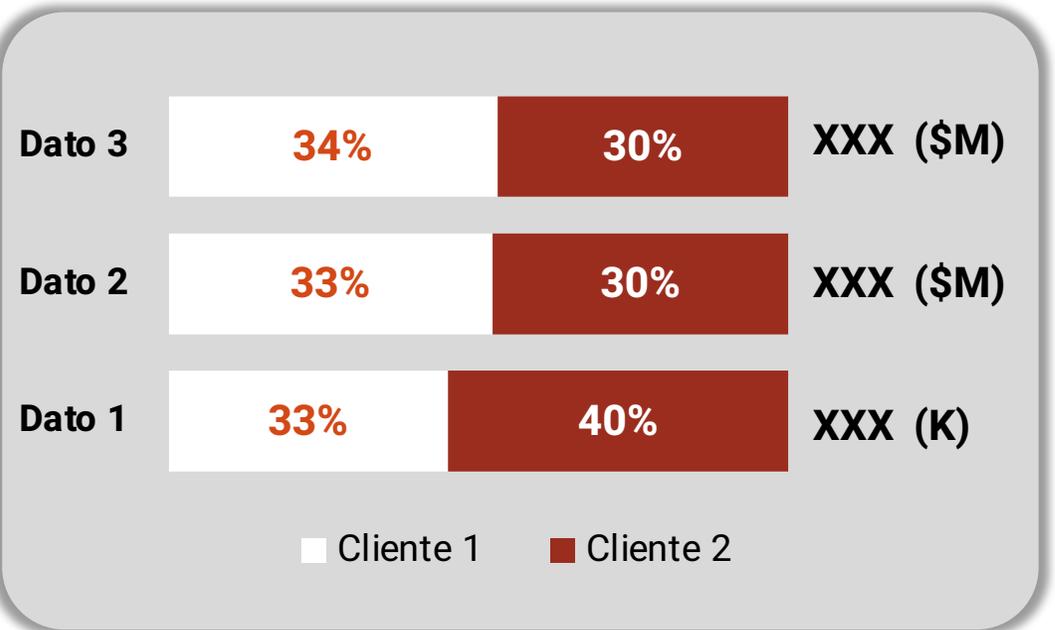
XX%

Vista personas

XX%

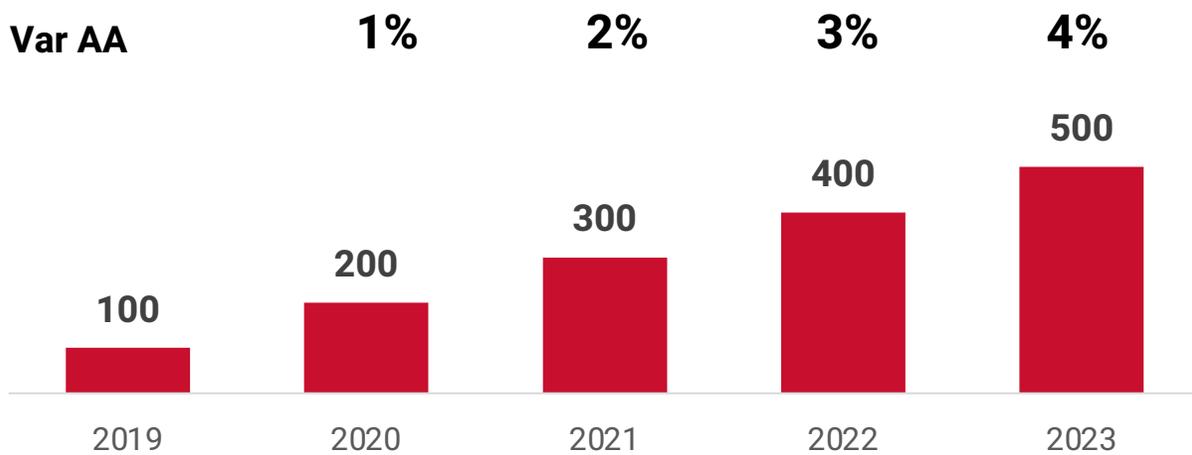
Débito

XXXXX

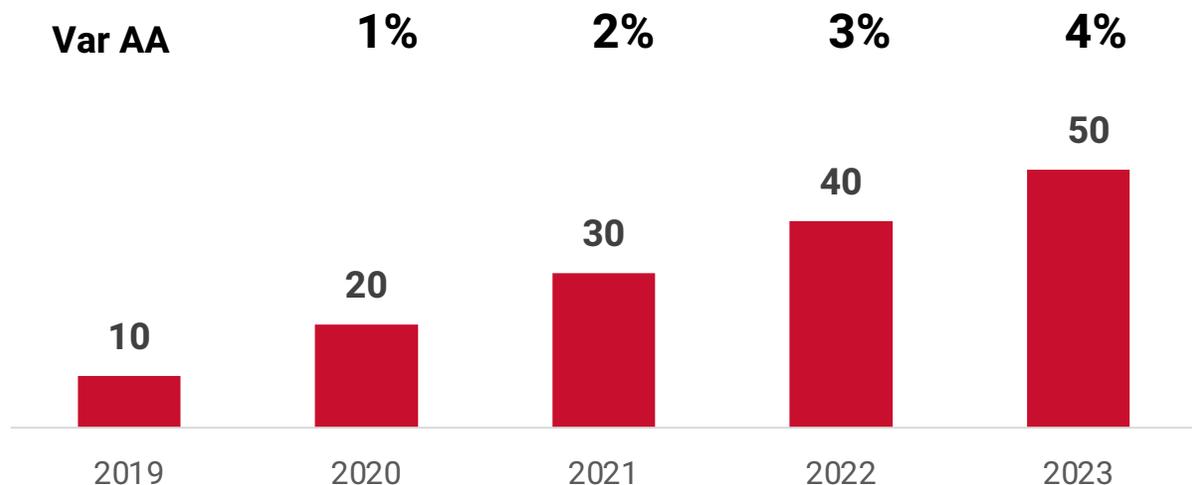


Información diciembre 2023

Facturación Acumulada ene-dic 20XX (US\$M)



Facturación por Cuenta US\$



Evolución de Cuentas y Clientes

Cantidad (K)	2019	2020	2021	2022	2023
XXXXX	1	1	1	1	1
XXXXX	2	2	2	2	2
XXXXX	3	3	3	3	3
XXXXX	4	4	4	4	4

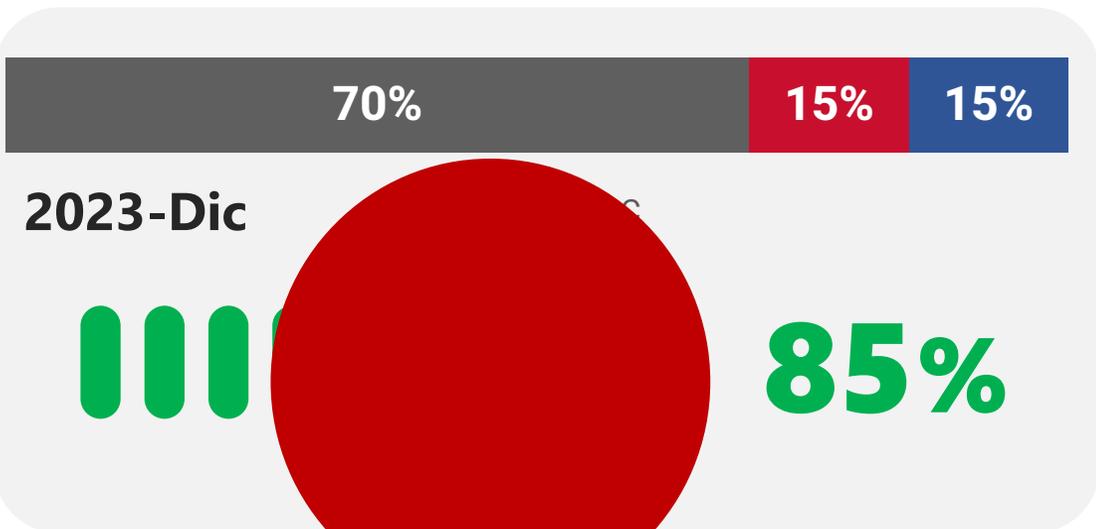
Porcentajes

XXXXX	1%	1%	1%	1%	1%
XXXXX	2%	2%	2%	2%	2%
XXXXX		1%	1%	1%	1%

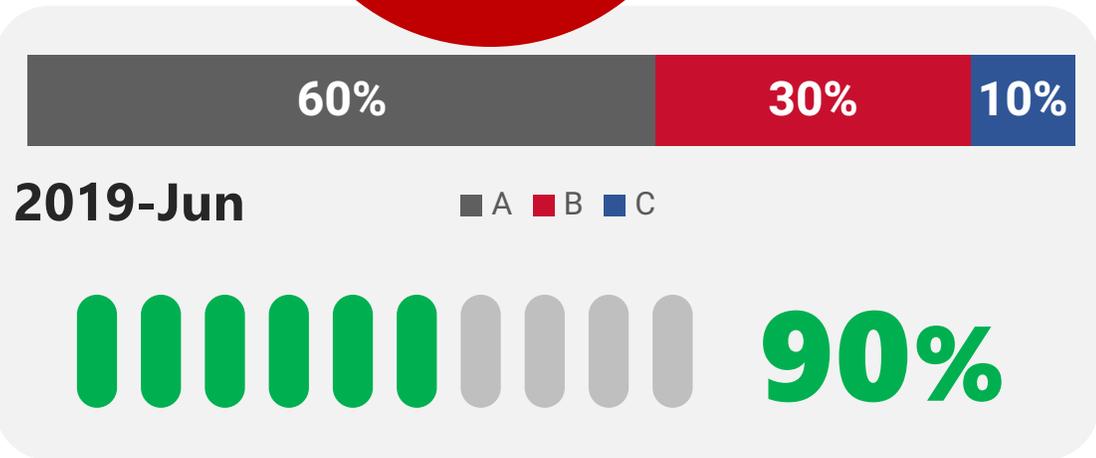
- **XXX%** XXXXXX
- Estrategias constantes de estímulo al portafolio

Creatividad para no ver tan saturadas las gráficas y cuadro

¿CÓMO SE UTILIZA LA **TARJETA**?

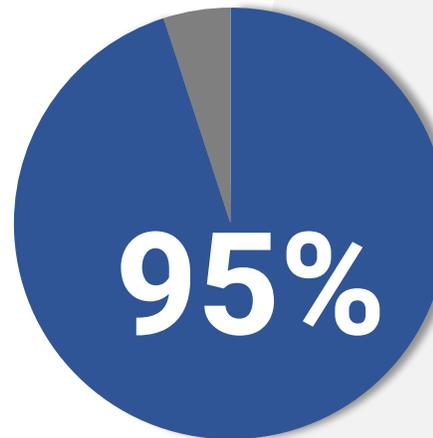


xxxK*



xxxK*

XXX cuentas al cierre diciembre 2023



Realiza transacciones



Hemos logrado **posicionarnos como primera opción**

* Cuentas activas

ESTRATEGIA POR PASOS

PASO 0



PASO 01



PASO 02



PASO 03



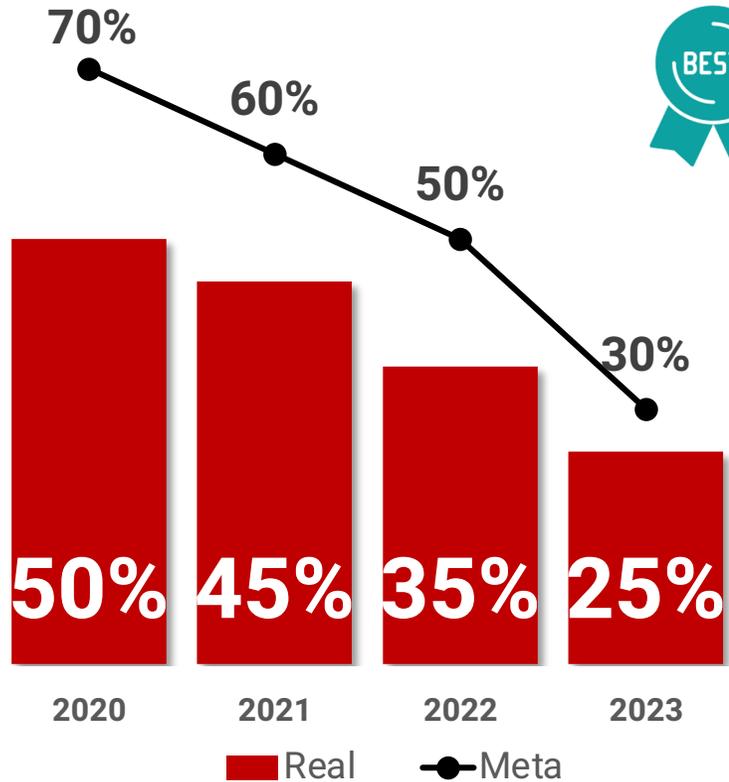
PASO 04



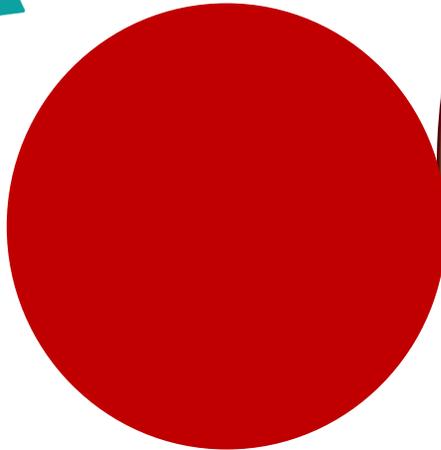
PASO 05



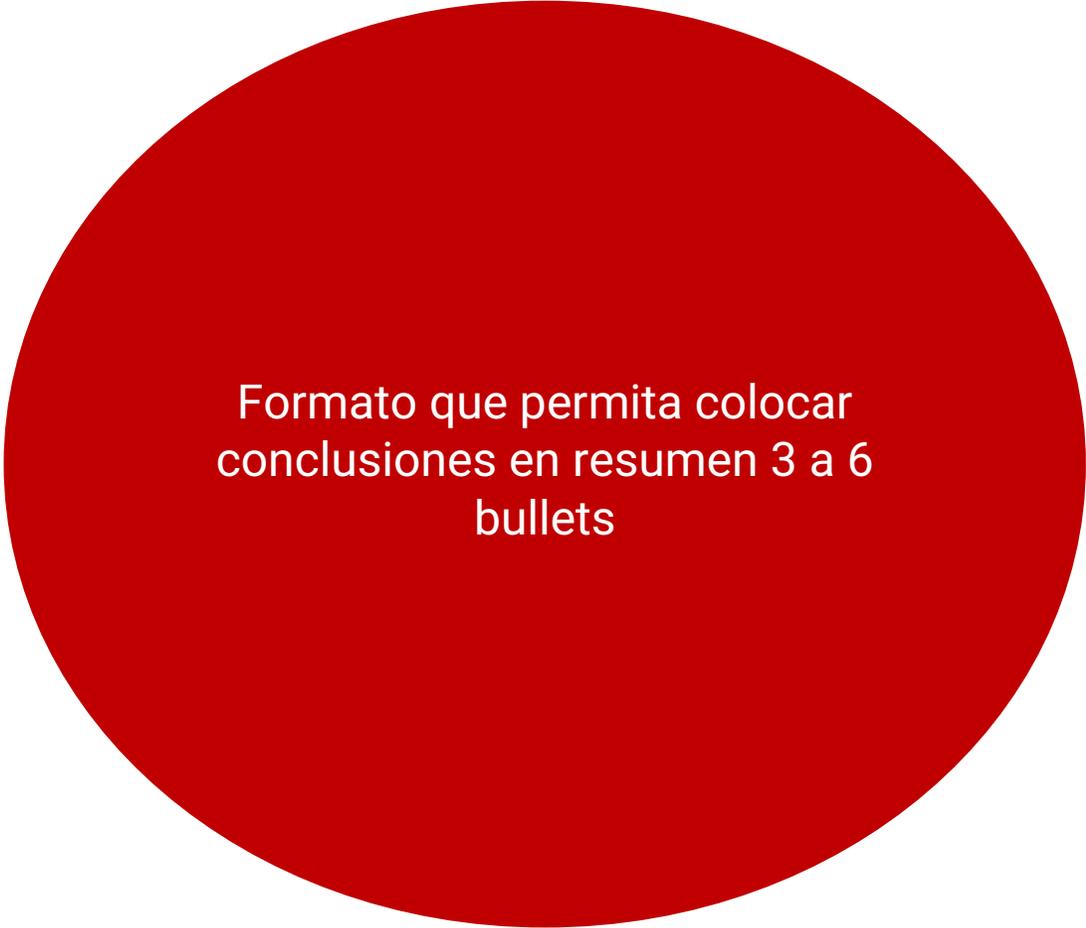
Resultados



- XXXXXX
- XXXXX
- XXXXXX



Filminas vacías para incluir información adicional pueden ser blancas con la línea gráfica y otras con fotografías



Formato que permita colocar
conclusiones en resumen 3 a 6
bullets

Video??

