



3 PRIORIDADES PARA LA BANCA GLOBAL EN EL 2020

**CADA CAMBIO EN EL ENTORNO LE
DA PISTAS AL ESTRATEGA PARA
CONSTRUIR EL FUTURO**

SEIS PRIORIDADES PARA LA BANCA EN EL 2020

- 1. DESARROLLO DE UN MODELO DE NEGOCIOS CENTRADO EN EL CLIENTE
- 2. OPTIMIZACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN. (Accesibilidad)
- 3. SIMPLIFICACIÓN OPERATIVA DEL MODELO DE NEGOCIO.
- 4. LA INFORMACIÓN: SU GESTIÓN SERÁ UNA VENTAJA COMPETITIVA.
- 5. LA INNOVACIÓN: ACTIVACIÓN Y FOMENTO DE SUS CAPACIDADES.
- 6. GESTIÓN PROACTIVA DEL RIESGO, LA REGULACIÓN Y EL CAPITAL
(La sociedad red-del espacio de los lugares al espacio de los flujos)

3.1. DESARROLLO DE UN MODELO DE NEGOCIOS CENTRADO EN EL CLIENTE

- Giro conceptual del producto-centrismo al cliente-centrismo

Del Cliente tiene siempre la razón... al **el Cliente ES LA RAZÓN**

- Se disminuye abismo: empresa – cliente

- Comprensión holística de clientes





El cliente es lo primero

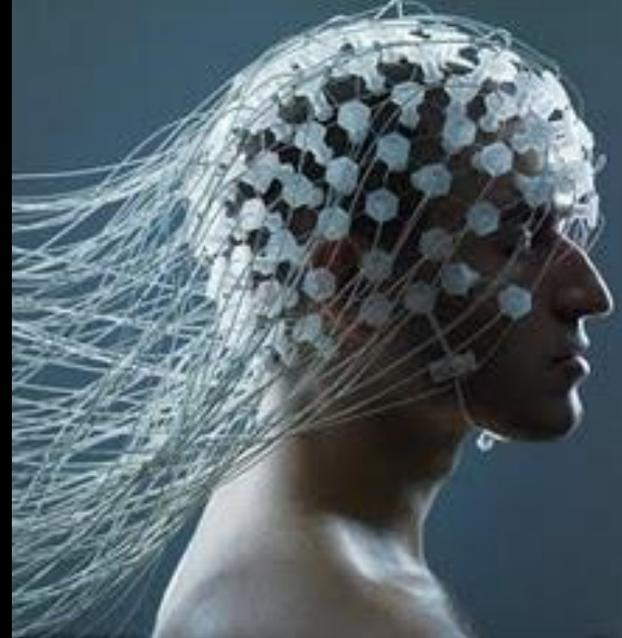
EN EL CLIENTE

DE LA OFERTA A LA DEMANDA

Saber más del CLIENTE

que del portafolio

de Productos-Servicios-Beneficios



MARKETING 5.0

“marketing sensorio-digital”

“NEUROMARKETING”

MEGATENDENCIA



PROMOCIONA
LO QUE
emociona.

MARKETING 1.0
Marketing Racional

➔ **MARKETING 2.0**
Marketing Comunicacional

➔ **MARKETING 3.0**
Marketing de R.S.E

➔ **MARKETING 4.0**
Marketing Emocional



➔ **MARKETING 5.0**
Relacional-Neuromarketing

(insights: desnudando la mente del consumidor)
Caso UNIMED Brasil



➔ **MARKETING n.0**

????????????????
????????????
??????
????

UNIMED Reposicionamiento de Marca

Hasta que por fin entendamos que no existen problemas de **MARKETING**... sino **DEBILIDADES DE RELACIONAMIENTO**

