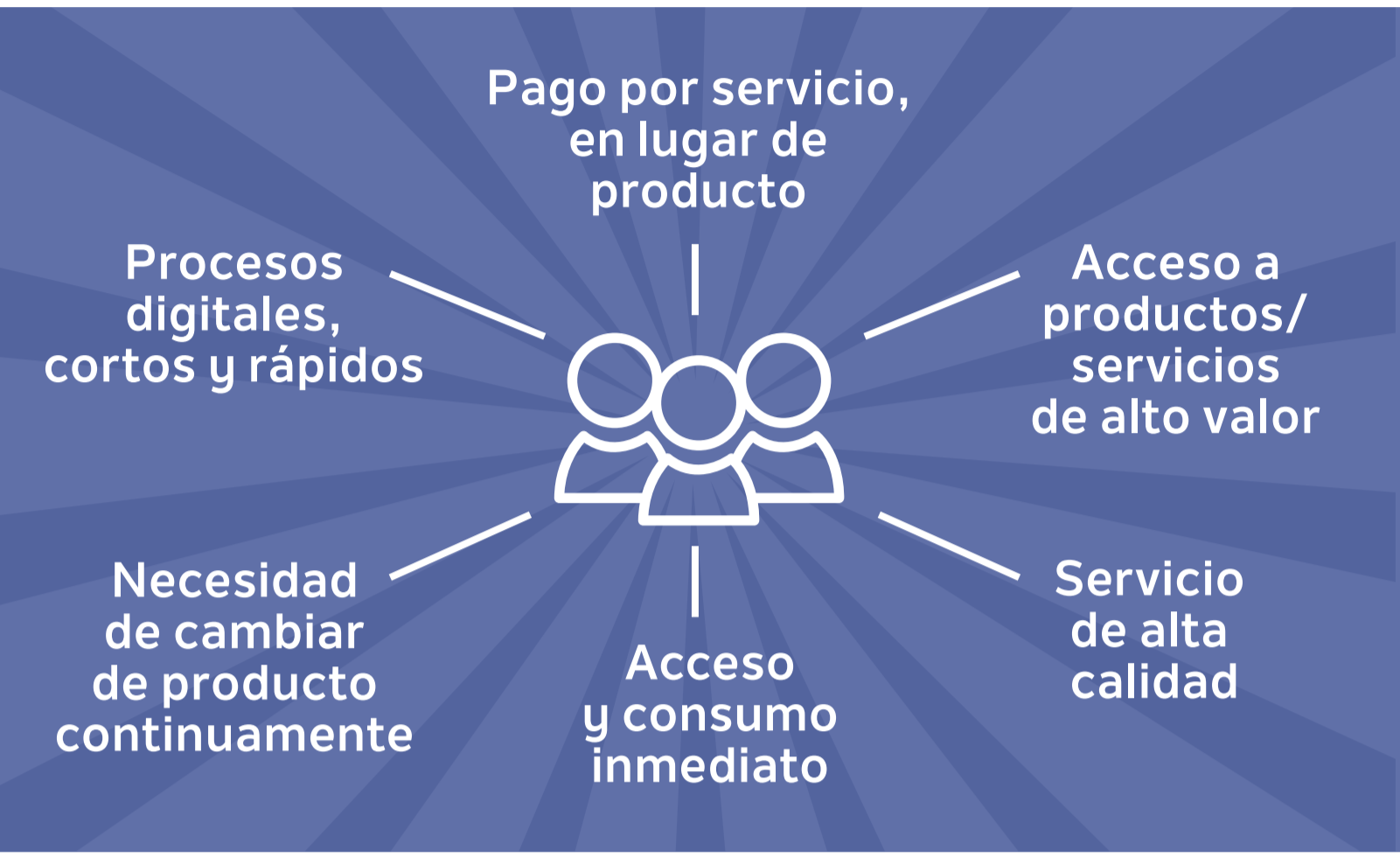


Cómo aportar valor al cliente en la financiación al consumo

Uno de los principales retos del sector de la financiación al consumo es adaptar el modelo de negocio a las nuevas necesidades que plantea el cliente.

Con la entrada de nuevos players al mercado es evidente que no basta con ofrecer estrictamente lo que necesita el cliente, sino que hay que añadir valor en cada uno de los puntos de contacto que se tenga con la persona, cuidando al máximo la experiencia del cliente y aprovechando esos momentos para marcar la diferencia respecto al resto de competidores y maximizando la rentabilidad de la empresa.

Qué demanda el cliente



Customer Journey

Nuestro enfoque del *Customer Journey* en financiación al consumo se caracteriza por buscar la aportación de valor en cada una de las fases que lo componen.

	BÁSICOS DEL SERVICIO Exigencias mínimas del consumidor que la empresa debe tener en cuenta para mantener al cliente.	VALOR DIFERENCIADOR Las aportaciones de valor de la empresa, que garantizan la mejora de la rentabilidad y que marcan la diferencia para ser la primera opción del cliente.
Búsqueda	Amplia oferta de financiación para el producto (auto, tecnología, salud, estudios, etc).	Posibilidad de financiación de cualquier producto desde cualquier punto de venta (<i>buy now, pay later</i>).
Solicitud información	Información transparente, sin letra pequeña, de confianza.	
Aportación de datos	Maximización de cada captura de información (manteniendo el mínimo riesgo de fraude).	Obtención de información de fuentes no tradicionales.
Scoring	Rapidez en el proceso. Flexibilidad para incorporar información.	Complemento con modelos comportamentales para ajustar a las necesidades del cliente.
Formalización	<i>Frictionless.</i> Sin burocracia. Digital, "a un solo click".	
Oferta otros servicios	No obligatoriedad de contratación de otros servicios adicionales.	Oferta de servicios de valor añadido, que lo despreocupen ante situaciones complejas.
Recepción dinero	Inmediatez, sin incidencias. Pago directo al propio vendedor.	
Tramitación cuotas		
- Pago	Ausencia de incidencias.	Flexibilidad para el pago de algunas cuotas.
- Impagos	Facilidad de refinanciación por impago (hasta 3 meses).	Propuesta de refinanciación ante una necesidad, a través de modelos predictivos.
Uso del servicio adicional (seguro, servicio técnico)	Rapidez en la tramitación y solución del problema. Atención al cliente de calidad. Máxima orientación al cliente.	
Finalización del contrato		
- Cancelación	Cancelación sin sorpresas. Prácticamente transparente con el pago de la última cuota.	
- Renovación	Renovación ágil, inmediata y transparente.	Obtener beneficios y buenas condiciones por ser cliente (potenciar capa de <i>loyalty</i>).