

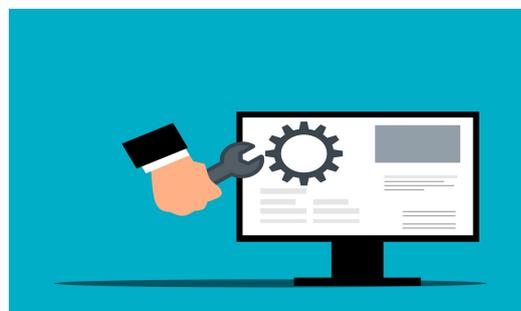
## La hiperpersonalización de los servicios financieros

Uno de los principales retos del sector bancario reside en atender de la mejor forma posible las necesidades de sus clientes en un entorno tecnológico cambiante. La actual revolución digital está indisolublemente ligada a un crecimiento de la relevancia de ofertas personalizadas sobre los servicios y productos que se ofrecen a los clientes. Parece necesario que el sector bancario dé un paso más para avanzar hacia la hiperpersonalización.



Los clientes bancarios esperan interacciones digitales altamente personalizadas. Actualmente, la experiencia del cliente digital es muy diferente a la del cliente tradicional. La exposición a plataformas digitales no financieras ha hecho que el cliente bancario también espere de su banco una oferta muy a medida.

La competencia de nuevos proveedores digitales de servicios financieros – FinTech y BigTech –, que por su naturaleza ya ofrecen este tipo de personalización, hace que esta necesidad se haya acrecentado en el sector bancario.



En el ámbito financiero, la hiperpersonalización<sup>1</sup> puede definirse como el aprovechamiento de datos en tiempo real para generar conocimientos. Se logra mediante el uso de la ciencia del comportamiento y la ciencia de datos, con el objetivo de brindar servicios, productos y precios que sean específicos y relevantes para las necesidades de los clientes. Para avanzar en este camino, la industria bancaria puede utilizar las técnicas empleadas en la ciencia del comportamiento. Por

<sup>1</sup> The future of retail banking. The hyper-personalisation imperative. Deloitte. Noviembre 2020. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/financial-services/deloitte-uk-hp-the-future-of-retail-banking.pdf>

ejemplo, gracias al uso de las amplias bases de datos que tienen a su disposición y de técnicas de *machine learning* e inteligencia artificial podrían predecir el comportamiento para anticiparse a las necesidades.

costumbres heredadas de su relación con las BigTech, exige soluciones específicas para los clientes.



Es cierto que durante la última década los bancos han implementado ofertas personalizadas (por ejemplo, microsegmentación, productos y servicios empaquetados) para aumentar la lealtad de los clientes y mantener su ventaja competitiva. Sin embargo, avanzar en la personalización de los servicios financieros sigue siendo un reto. Un estudio realizado entre ejecutivos de entidades bancarias de todo el mundo muestra que sólo el 24% de los encuestados afirma que su entidad ya ha puesto en marcha técnicas de hiperpersonalización para intentar lograr una ventaja competitiva<sup>2</sup>. El entorno competitivo impone el reto de adaptar los modelos de negocios de los bancos a una demanda digital que, por su naturaleza y las

---

<sup>2</sup> Four Essential Digital Trends for Banks in 2023 (and Beyond). The Financial Brand. 12 septiembre 2022. <https://thefinancialbrand.com/news/digital-transformation-banking/banking-must-focus-on-4-digital-trends-152426/>