



salesforce

# Data Cloud

Tecnología para mejorar resultados  
en el Sector Financiero

2024



# AGENDA



- 1 Introducción
- 2 Contexto Data Cloud para sector Financiero
- 3 Demo
- 4 Preguntas



# El sector financiero en el mundo de la digitalización

## Expansión

El uso de servicios de banca en línea y las transacciones digitales ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años, registrándose un **aumento significativo del 21.6%** en el número de usuarios de banca digital, reflejando la rápida adopción de canales digitales para realizar operaciones financieras.

### McKinsey & Company

Para 2025, **más del 60% de las tareas bancarias** podrían ser automatizadas gracias a tecnologías emergentes como IA y RPA.

### Deloitte

El **70% de los bancos en todo el mundo** están migrando a arquitecturas en la nube, permitiendo mayor flexibilidad, escalabilidad y seguridad en sus operaciones.

## Accenture

En el 2024, se espera que el **80% de las interacciones entre clientes y bancos** se realicen a través de canales digitales, como aplicaciones móviles y plataformas en línea.

### Deloitte

Los bancos están utilizando IA para ofrecer experiencias personalizadas a sus clientes. **El 60% de los consumidores** prefieren interactuar con bancos que utilicen IA para mejorar la experiencia del usuario.

## Accenture

La adopción de la inteligencia artificial generativa (IA) en los bancos puede aumentar la productividad entre un **20% y 30%**, lo que podría traducirse en un crecimiento de ingresos del **6%** en 2024.



# Retos de CX para la banca y aseguradoras

nuvalia

salesforce

- 1 Falta de seguimiento a oportunidades de venta
- 2 Atención a cliente únicamente en canales tradicionales

Teléfono  
Chat - no funciona bien  
Whatsapp no habilitado

- 3 Procesos de adquisición largos e ineficientes:

Falta de digitalización / automatización

- 4 Tecnología de marketing obsoleta que impide la generación de nuevos clientes
- 5 Falta de información unificada para toma de decisiones
- 6 No existe la personalización en ofertas para clientes



# Estudios de CX de la banca y aseguradoras en México

nuvalia

salesforce

**Objetivo del Estudio:** Evaluar la madurez digital y la experiencia del cliente en las principales aseguradoras de México.

**Selección de Instituciones Financieras:** Evaluamos 18 instituciones financieras y aseguradoras, seleccionadas por su relevancia en el mercado y su posición en rankings públicos.

**Criterios de Evaluación:** Se analizaron parámetros clave como UX (Experiencia del Usuario), estrategia de prospección digital, uso de WhatsApp, seguimiento a prospectos, y la posibilidad de completar el proceso de compra en línea.

**Herramientas y Técnicas:** Utilizamos análisis cualitativos y cuantitativos para medir la efectividad de cada aseguradora en términos de CX y madurez digital.

## LOS CHALLENGERS DE LA BANCA

Ganadores y perdedores en el proceso de adquisición de clientes  
(Customer Experience)

nuvalia

## SEGUROS EN MÉXICO

Ganadores y perdedores en el proceso de adquisición de clientes  
(Customer Experience)

nuvalia



# Los CDPs y cómo han crecido su participación

nuvalia



El mercado global de CDPs creció de \$5.1 mil millones en 2023 a \$7.4 mil millones en 2024. Se proyecta que alcanzará \$28.2 mil millones para 2028, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 39.9% durante 2024-2028.

Fortune Business Insights

A principios de 2024, se identificaron 180 proveedores en el espacio de CDP, destacando la creciente competencia y participación de nuevas empresas en este mercado.

CDP Resource

Más de la mitad de los marketers informan que el retorno de inversión de un CDP se alcanza en menos de 6 meses, y 4 de cada 5 ven un ROI positivo dentro del primer año de implementación.

LLCBuddy/CDP Resource

Las empresas que utilizan personalización mediante CDPs reportan una reducción de hasta el 50% en el costo de adquisición de clientes (CAC) y un incremento en la eficiencia del gasto de marketing de hasta el 30%.

CDP Resource

Aproximadamente el 56% de las organizaciones con más de 20,000 empleados informan un impacto financiero positivo al utilizar un CDP, lo que demuestra la creciente importancia de estas plataformas en grandes corporaciones.

LLCBuddy



# ¿Cómo encuentras a tus clientes en el mundo real?

Compañías

Las empresas usan en promedio

976

Aplicaciones o sistemas

Data en Silos



Expectativas en tiempo real



Cientes Real-Time

56%

De los clientes sienten que las empresas los tratan como a un número

# Las expectativas han crecido



Now

Ofertas Personalizadas

eCommerce

Omnichannel

24/7 Service

Digital-First

AI

Broadcast

Mass Emails

Brick + Mortar

Internet Ads

Then

80%

De los clientes equiparan la experiencia de marca con la calidad de sus productos





# ¿Tienes un Customer 360 o sólo silos?

Retail Banking CRM



Wealth Mgmt CRM



Servicing



Website and  
Mobile App



Financial  
Transactions



Marketing  
Engagement

There are limits to building integrations



# HORA DE UNA HISTORIA



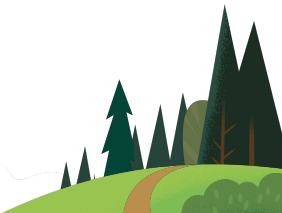
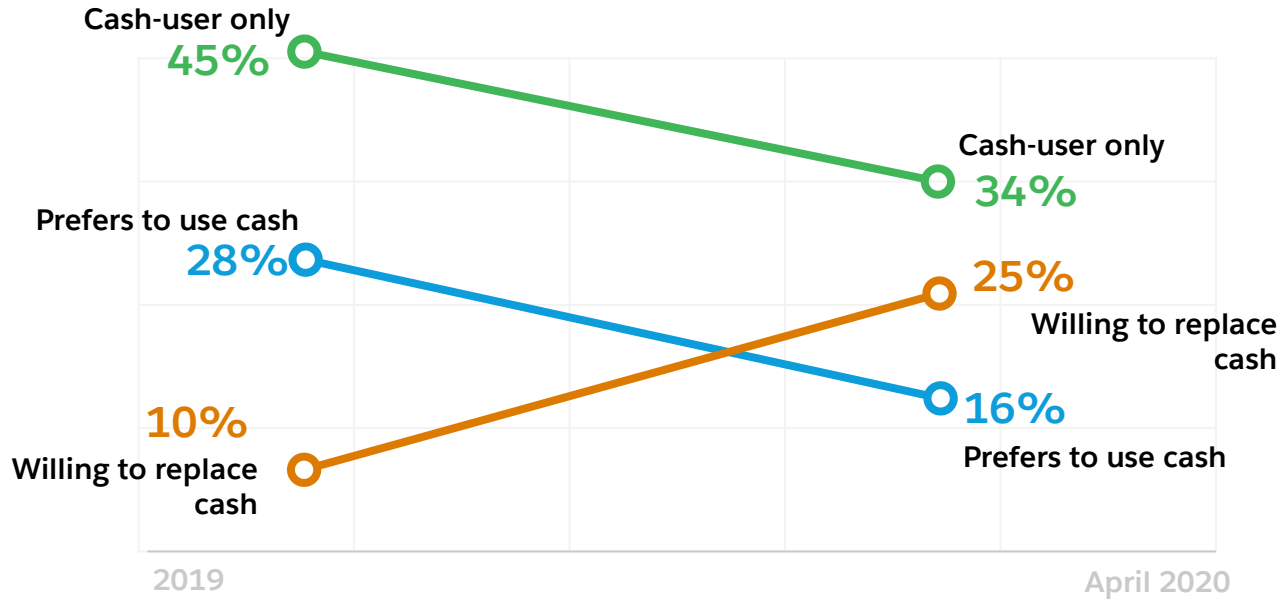


# Aceleración en Latinoamérica

## Impresionante crecimiento en los últimos 2 años



# En 4 meses, los clientes de LATAM cambiaron su comportamiento acerca de la digitalización

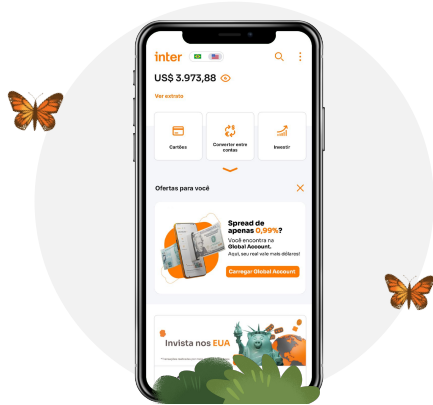


# Inter, arte de lo posible...

basada en una historia real



> **15K** customers



**2015**

Crédito Inter

> **4M** customers



**2019**

Lanzamiento **e-commerce**

> **21M** customers



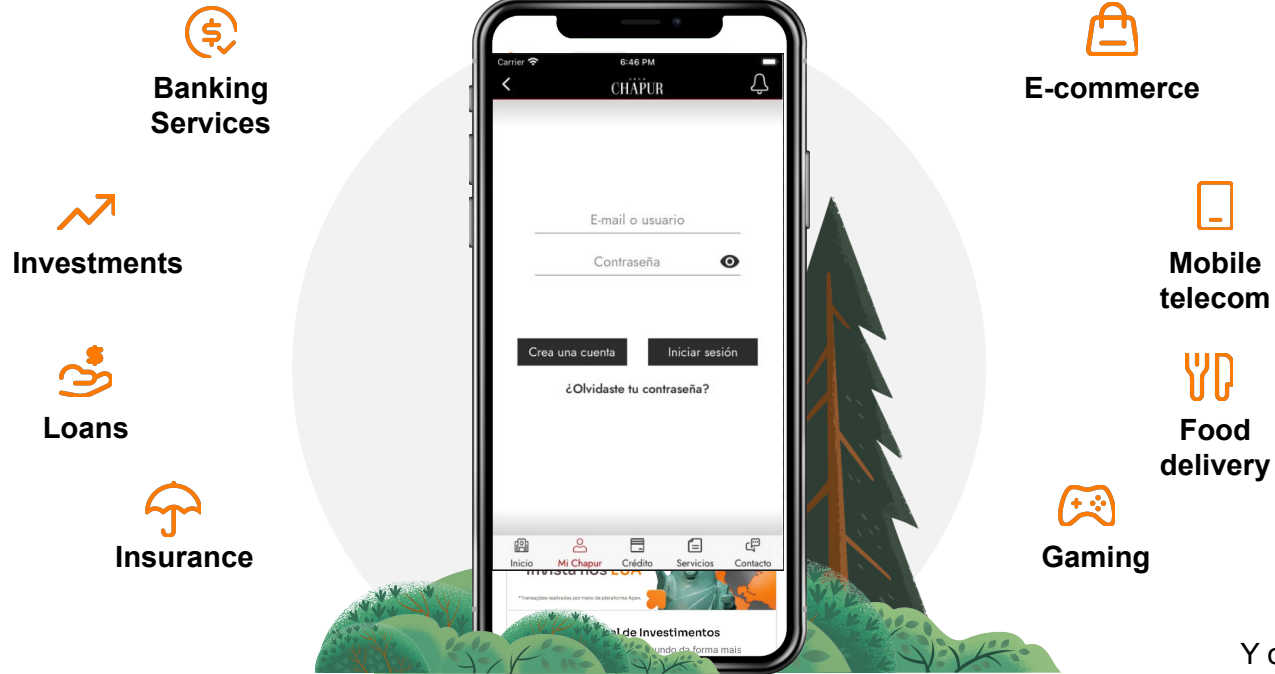
**2022**

Inter se expande hacia  
US





# Inter journey: De banco local a banca mundial



# Crecer rápidamente tiene sus desafíos...

- 1 Equipos y recursos descentralizados
- 2 Falta de proceso “one size fits all”
- 3 Aumentan las campañas diarias
- 4 Estrategias de Marketing fragmentadas
- 5 Equipos orientados a productos no a experiencia



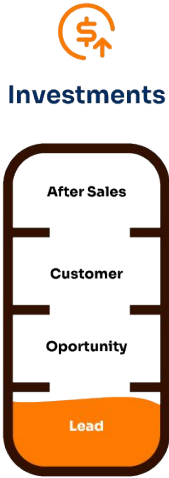
# ...y con rápido crecimiento vienen... Data silos!



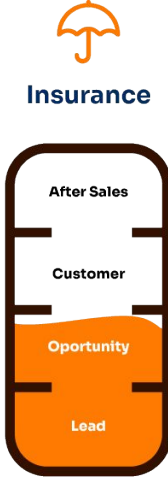
Credit card



Home Equity



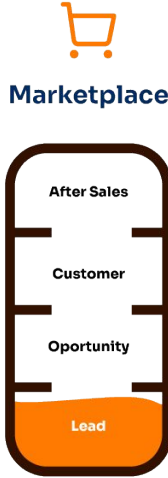
Bonds



Vehicle



Money transfer



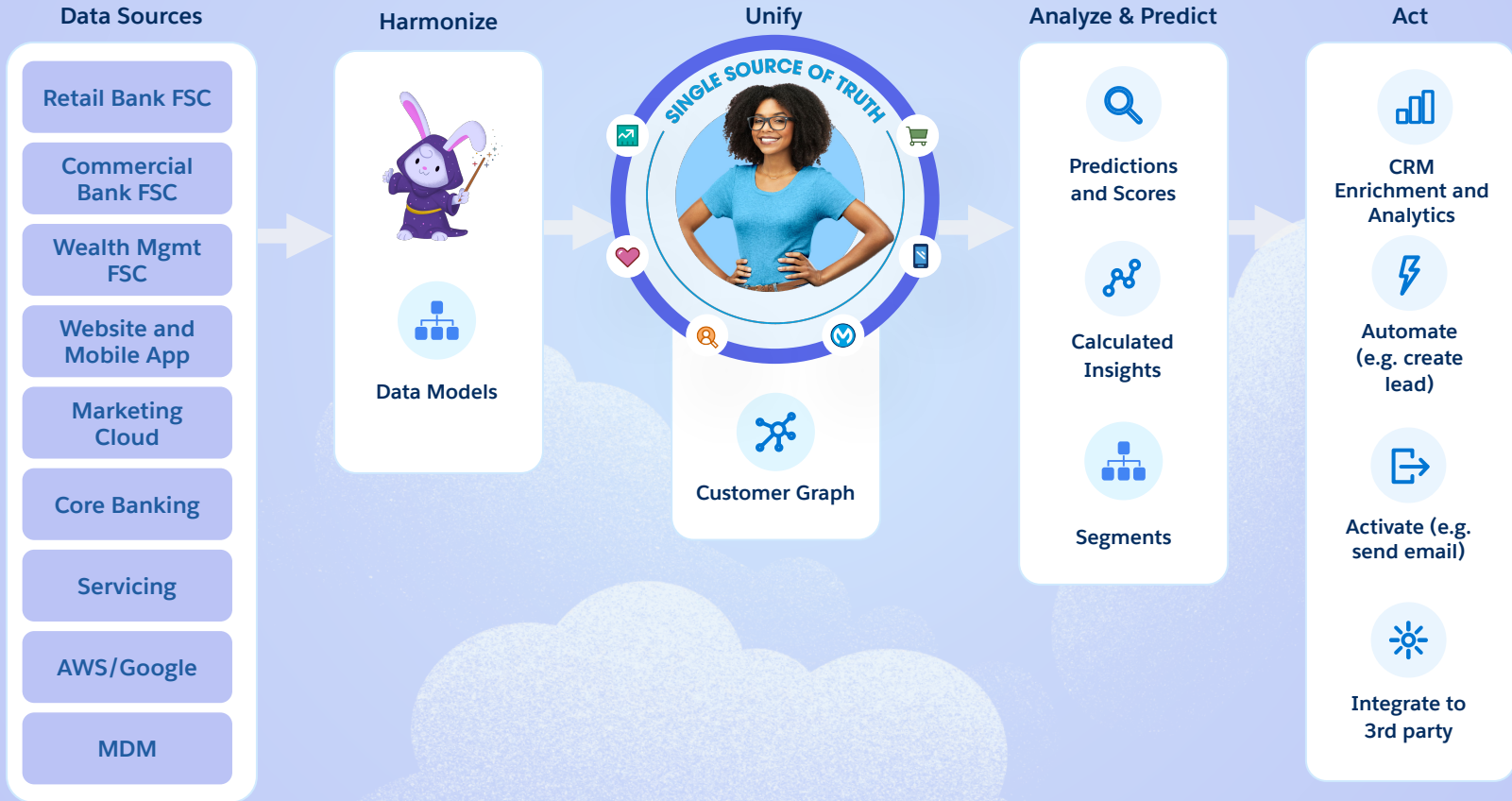
Travel



A large, rounded rectangular box with a solid blue background is centered on the slide. It contains the main text in white, bold, sans-serif font. The background of the slide features a dark blue, abstract network of glowing white lines and dots, suggesting a data network or cloud infrastructure. In the bottom right corner, there are several white, glowing spheres of varying sizes, resembling data points or nodes.

**¿Cómo conectamos  
toda esa Data?**

# How Data Cloud Creates a Customer 360





# RETO 1

Unificar los perfiles de los clientes:  
reducir los silos y habilitar una cultura  
centrada en los datos

# Conozcamos a John - un cliente real



# Unifying customers' profile



**Record 1** (Salesforce CRM)

**Phone:** (31) 9 9877-7422  
**Name:** John Miller  
**Address:** Av. Augusto de Lima, 1677 - Belo Horizonte  
**E-mail:** jm.skies@gmail.com  
**Social media:** @lil.john55

**Record 2** (S3)

John Miller  
3135429067  
john.miller@j4consulting.com  
Rua Professor Moraes, 237 - Belo Horizonte

**Record 3** (LP Marketing Cloud)

**Name:** John Miller  
**Phone:** +55 (31) 3542 - 8244  
**E-mail:** john.miller@j4consulting.com  
**CCPA Comply:** true



# ¿Cómo funciona Data Cloud?



## Connect

### Real-Time Data Streams

Any Data

Web • Mobile • APIs  
CRM • Devices

Near infinite scale

## Historical Data



Select Connection

160 Connections

Field Label

Search Connection

Connection Type	160 Connections
<b>Salesforce</b>	
All	
Input	
Output	
Real-time	

 Salesforce CRM Input, Output, Live	 Salesforce Reports Input, Output, Live	 Salesforce Order Management System Input, Output, Live	 Interaction Studio Input, Output, Live
 Marketing Cloud Input, Output, Live	 Social Studio Input, Output, Live	 Marketing Cloud Extensions API Input, Output, Live	 Pardot Input, Output, Live
 VTEX	 MuleSoft	 Mulesoft	 Injection API

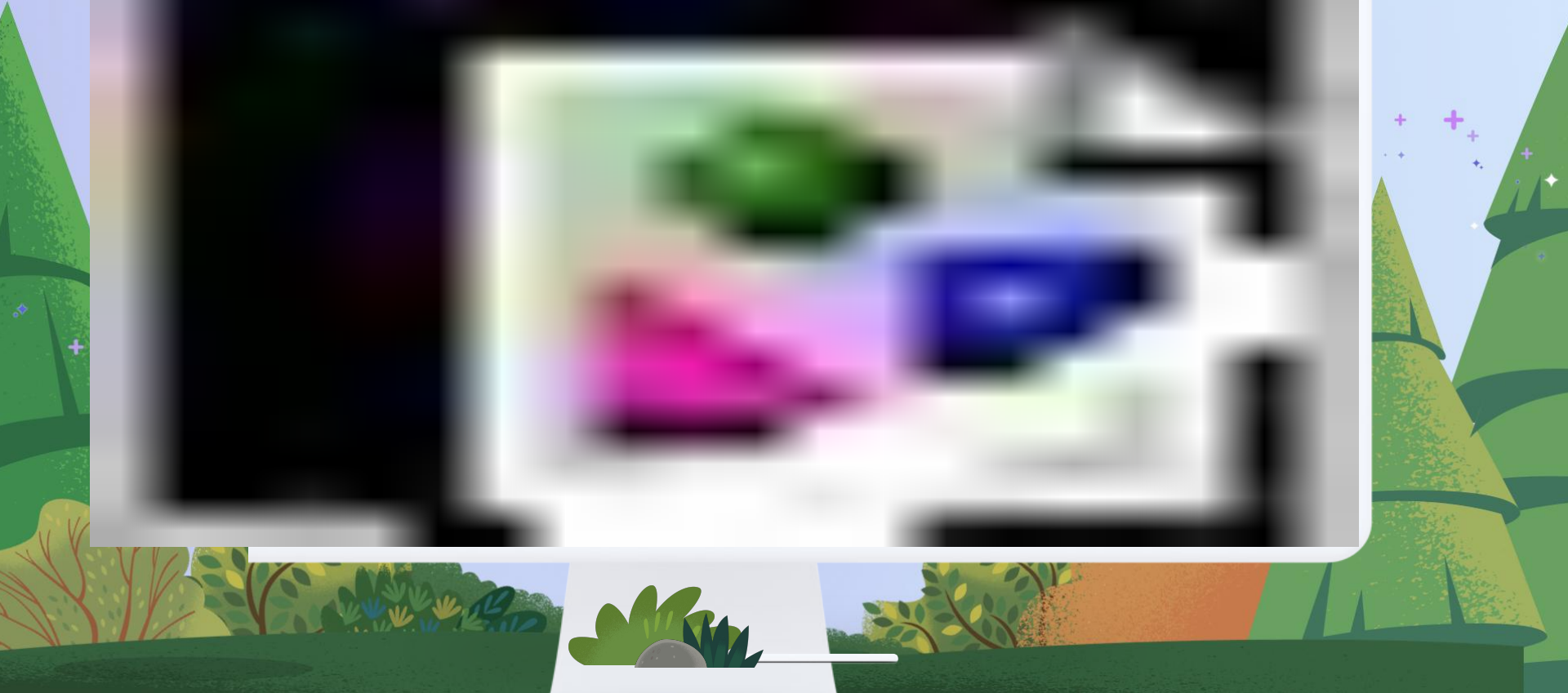
Cancel Next

**160**  
CONNECTORS  
OUT OF THE  
BOX



# ¿Cómo funciona Data Cloud?





# Data Mapping



Map disparate data source structures to a common model

## Disparate Schemas

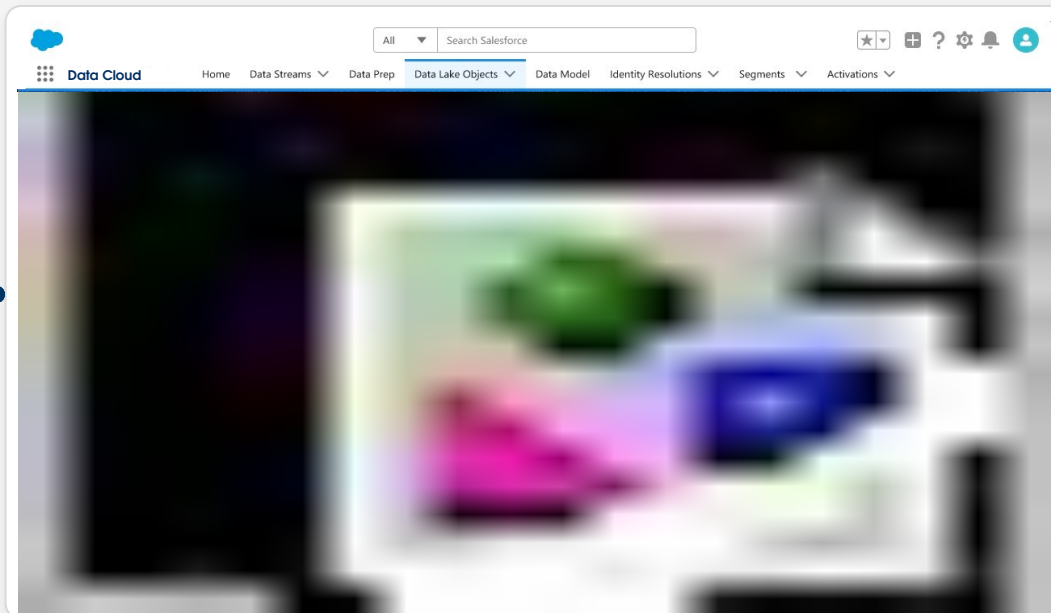
**Contact**  
FirstName  
LastName  
MailingStreet  
Phone

**Subscriber**  
Email  
Suburb

**Guest**  
firstName  
lastName  
email  
mobilePhone

**Customer Invoices**  
First\_Name  
Surname  
Address\_1  
Address\_2

## Data Map



## Canonical (Normalized) Data Model

**Individual**

- firstName
- lastName
- middleName
- preferredName
- militaryServiceId
- birthDateDay
- birthDateMonth
- birthDateYear
- birthDate
- contactPointEmailId
- mailingAddressId
- mobilePhoneId
- leadSource
- ...

Data Lake Object

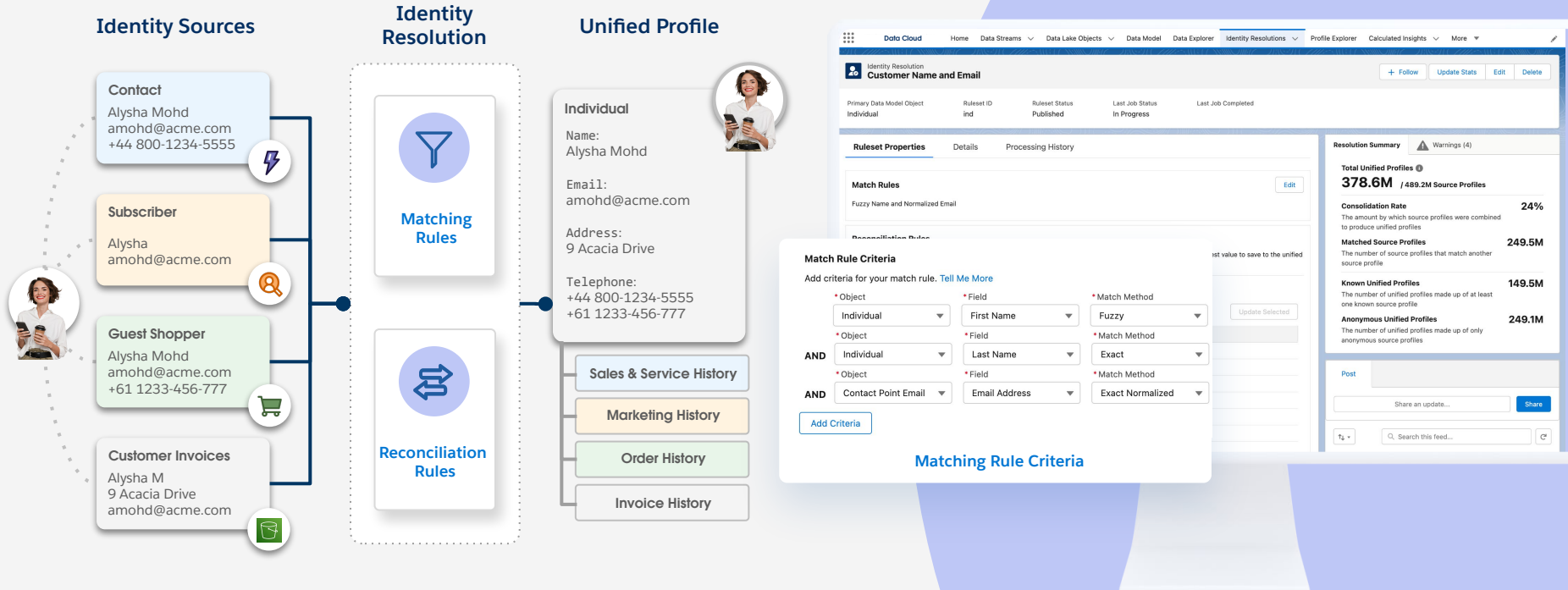
Data Model Objects



# Identity Resolution



## Create a unified customer profile

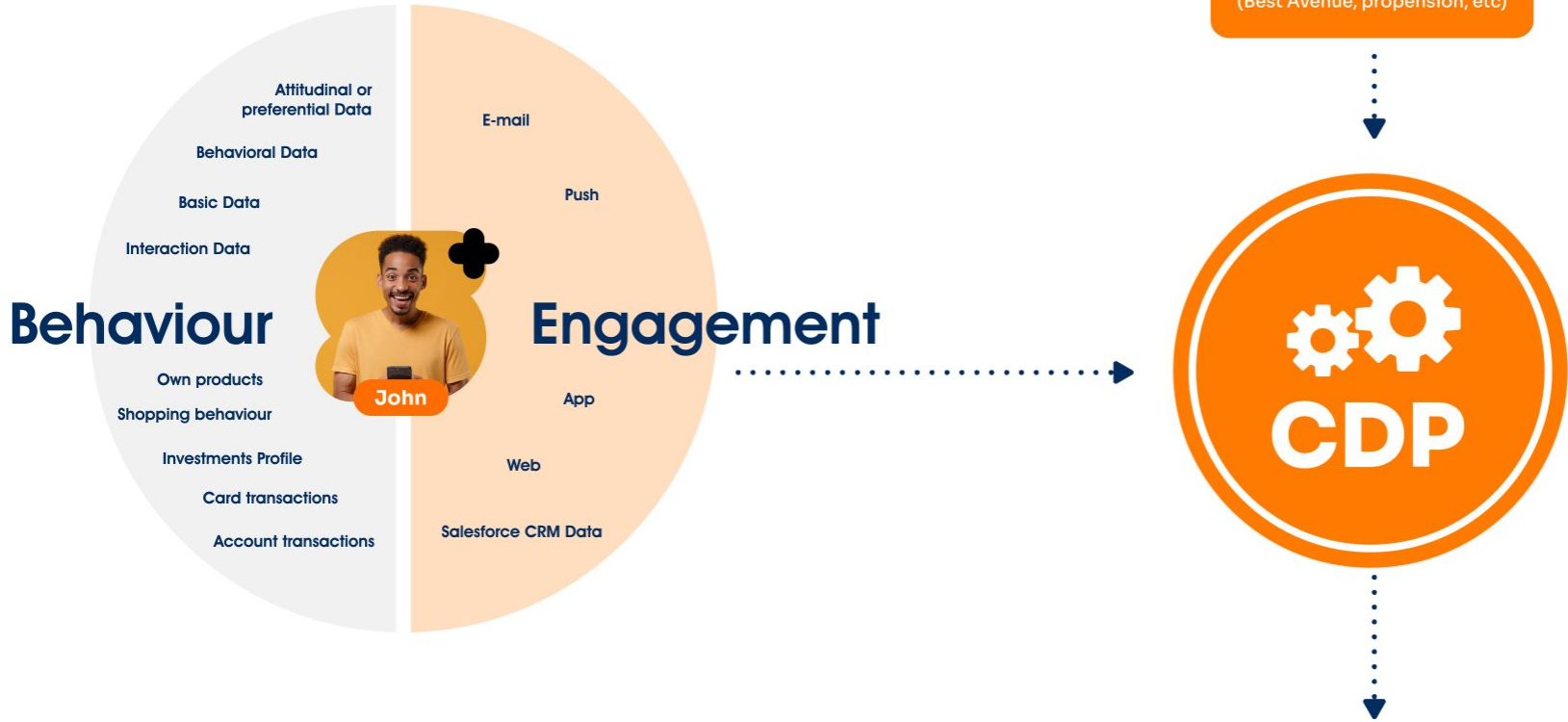


## RETO 2

Aprovechar la información integrada para encontrar al cliente de acuerdo a su línea de producto en el momento adecuado.

Habilitar un **customer-centric approach**

# Finding the right customer for each business unit



# Finding the right customer for each business unit



- ✓ 1 e-mail: New games available on Inter Arcade  
(Shopping)
- ✓ 1 push: New games sale offers  
(Shopping)
- ✓ 3 app visits: Videogames on Inter Shop  
(Shopping)
- ✓ 1 push notification: iPhone offer on Inter Day sales  
(Shopping)
- ✗ 1 push notification: Generic travel offers  
(Shopping)
- ✗ 1 e-mail: LCI investing  
(Investments)





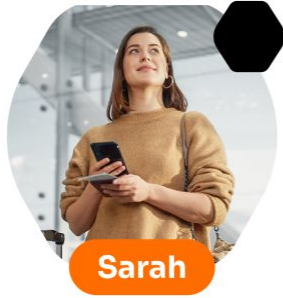
# ¿Cómo funciona Data Cloud?



## **RETO 3**

**Activar esa data con hiper segmentación  
y campañas de marketing dirigidas**

# Optimizing communications and relationships



Sarah

- ✓ 1 push notification: Tactical portfolio (Investments)
- ✓ 1 e-mail: LCI investing (Investments)
- ✓ 3 app visits: Investments home (Investments)
- ✓ 2 push notifications: Home appliances offers (Shopping)
- ✗ 1 e-mail: Insurance home (Insurance)

Preferences based on best avenue algorithm



John

- ✓ 1 e-mail: New games available on Inter Arcade (Shopping)
- ✓ 1 push: New games sale offers (Shopping)
- ✓ 3 app visits: Videogames on Inter Shop (Shopping)
- ✓ 1 push notification: iPhone offer on Inter Day sales (Shopping)
- ✗ 1 push notification: Generic travel offers (Shopping)
- ✗ 1 e-mail: LCI investing (Investments)

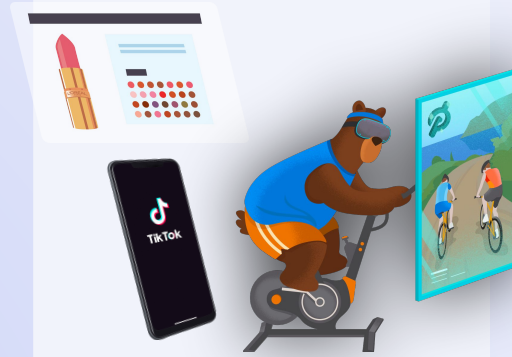
Preferences based on best avenue algorithm



# ¿Cómo funciona Data Cloud?



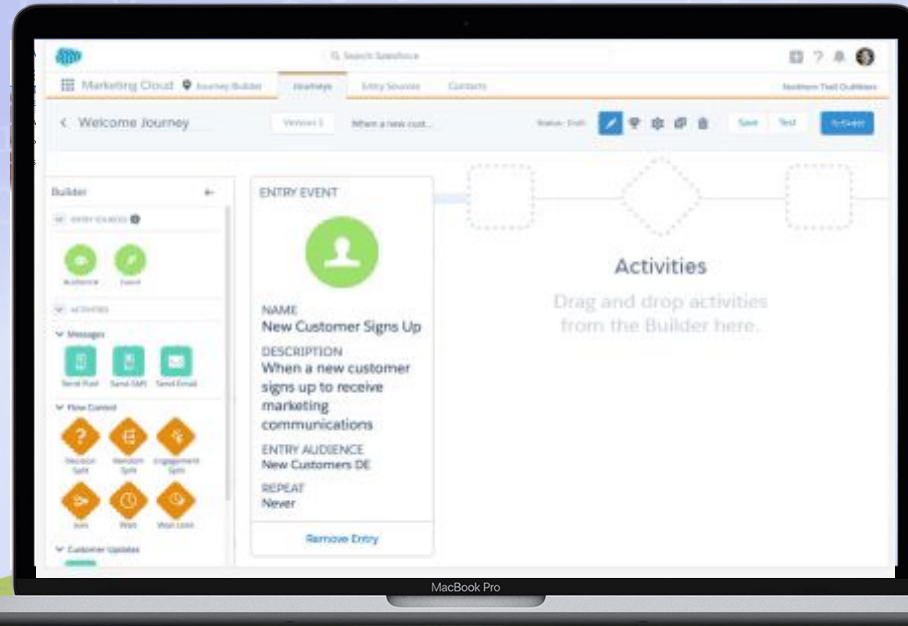
## Experience



Real-Time  
Customer Magic

# Experience

salesforce





## New Activation

Segment  
**High Propensity to Buy Running Shoes**

Activation Membership  
**Unified Individual** (based on selected segment)

Activation Target  
 Select a target

### Recent Activation Targets

- Amazon Ads  
Amazon • Account: 391043
- Facebook Ads  
Facebook • Account: 13x129821
- Google Ads  
Google • Account: 996351-65d
- The Trade Desk  
theTradeDesk • Account: 56899-8

### Activation Summary

[High Propensity to Buy Running Shoes](#)

Segment On: Unified Individual

Publish Schedule: Don't Refresh

None Selected

Platform: N/A

Account: N/A

Continue



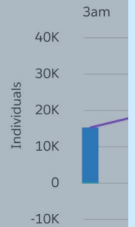
Salesforce

Segment  
**High Pr**

Segment On  
Unified Individual

### Segment Popul

**32,765**



Activation

Activation Name

Google Ads

Cancel



Publish



Status

Thread

#segments-potential-ongoing-loyal-shoppers

# ¿Cómo funciona Data Cloud?



## Connect

Real-Time  
Data Streams

Any Data

Web • Mobile • APIs  
CRM • Devices  
Near infinite scale

Historical  
Data

## Harmonize



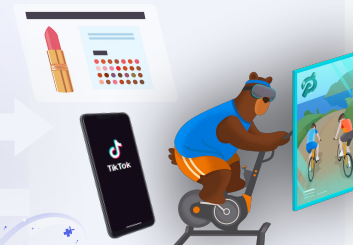
Real-Time  
Customer Graph

## Engage



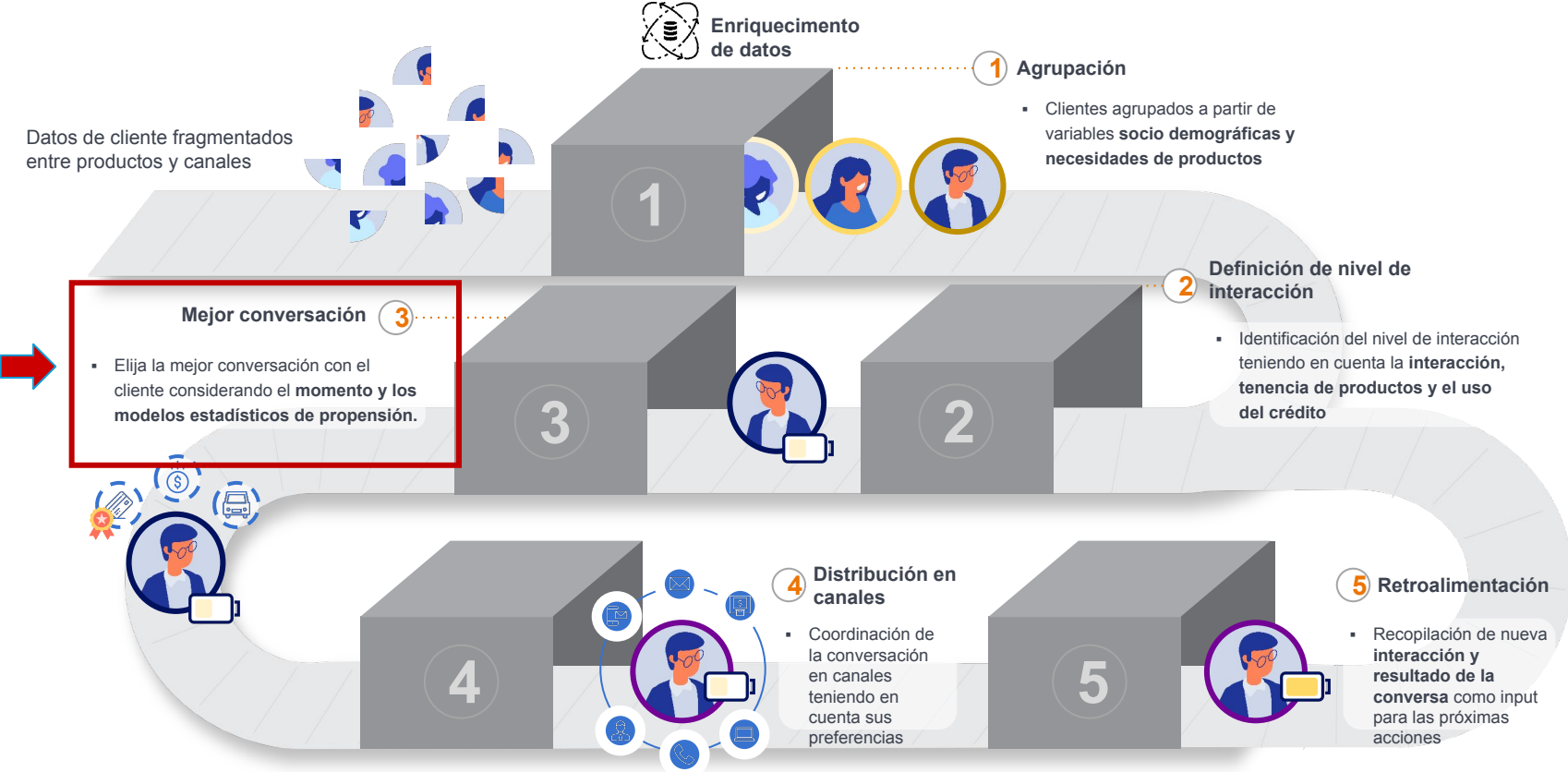
Real-Time  
Customer 360

## Experience

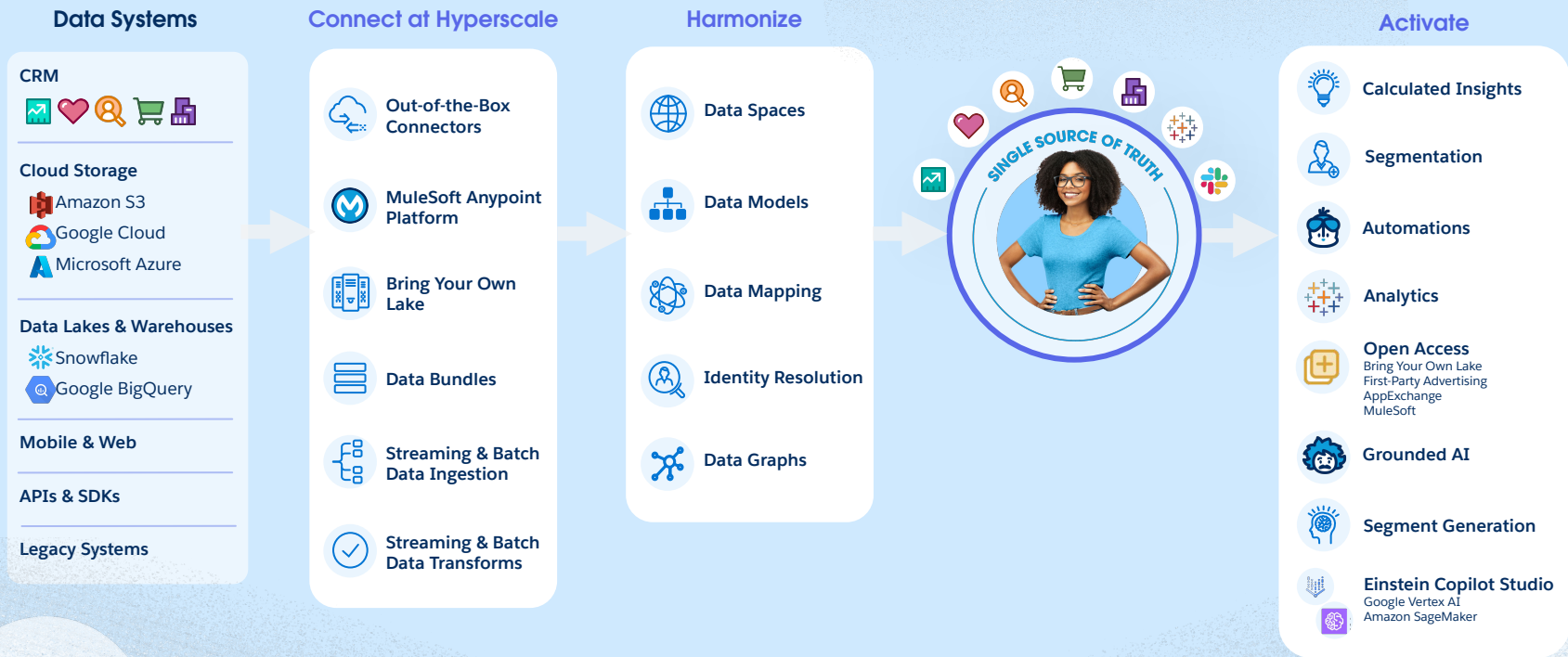


Real-Time  
Customer Magic

# Estrategia de interacción con clientes



# ¿Cómo funciona Data Cloud?



**Y... ¿Data Cloud  
funciona?**

Success Case

# inter



**20x**

Retorno de  
Inversión

**35x**

Conversión

**6+**

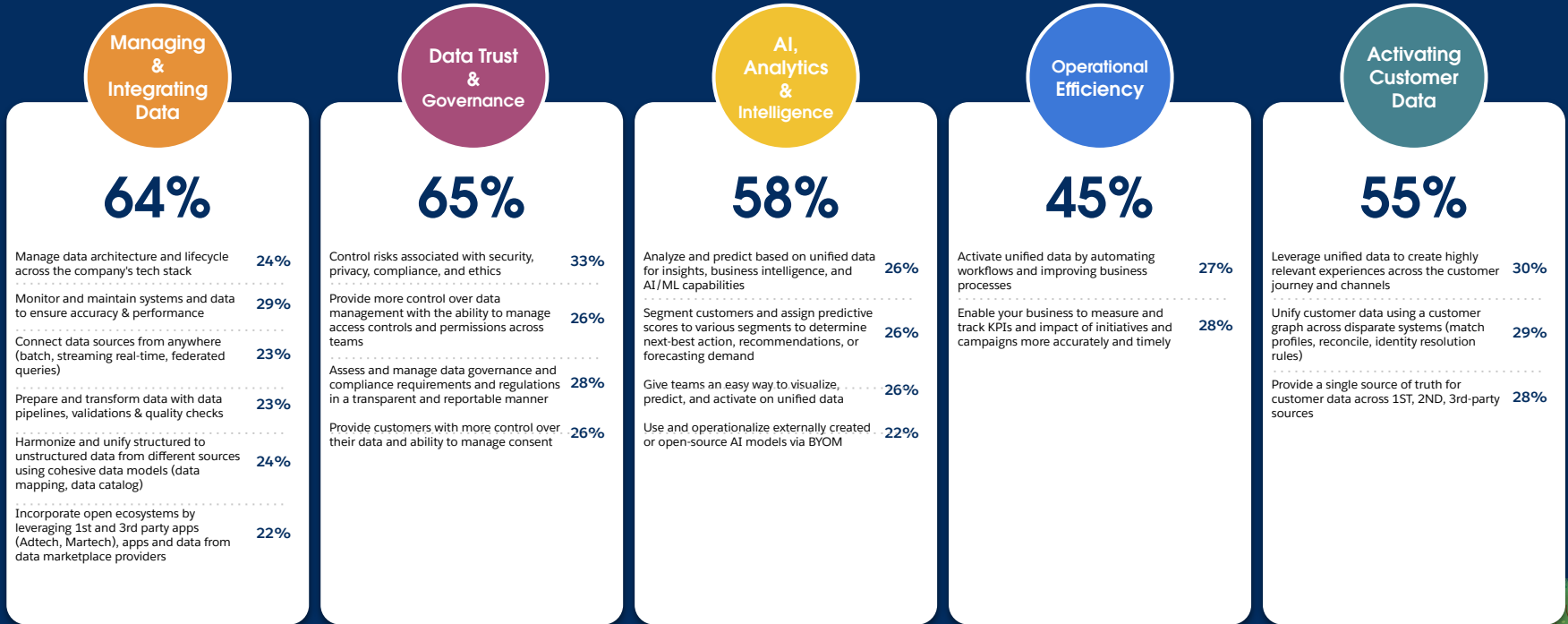
Fuentes de Data  
consolidadas

**33M+**

Registros



# Cinco categorías de prioridades, asignadas según su grado de importancia y urgencia organizacional



# Data Cloud es para todos

Easily take action on unified data in all your CRM apps



# Nuestra Experiencia en el Sector financiero

salesforce



Implementación  
de CRM

Atención omnicanal  
*(Chatbot, Voice Bot, Email Bot, Concierge  
Virtual) \*Integración a Chat GPT\**

Consultoría en estrategia,  
análisis y gestión de datos  
*(BI, Data Lakes, CDP)*

Automatización del servicio  
al cliente y medición del  
CSAT y NPS



Validación de documentos  
y/o identidad  
*(Identificaciones, comprobantes de  
dom, antecedentes laborales, etc.)*

Unificación de sistemas  
*(Pantalla única)*

Modelos predictivos  
y análisis de datos  
*(Morosidad, aumentar cobranza, best time  
to call, alerta de comportamiento inusual)*

Performance Marketing:  
generación y atención de  
leads a través de call center

... Conecta conmigo



## Rodrigo Méndez

CEO de Nuvalia

✉ [rodrigo.mendez@nuvaliatech.com](mailto:rodrigo.mendez@nuvaliatech.com)

☎ +52 55 3332 9406

# GRACIAS

salesforce

