

Mercadotecnia tribal: BBVA le gana a Banamex el mercado godín

Las nuevas tribus urbanas son los nuevos segmentos de mercado. Además de ser sub culturas, las tribus urbanas que habitan las grandes ciudades del mundo generan grandes facturaciones para las marcas.

por Paco Santamaria 18-07-2016, 12:19 am

En este caso para lo bancos del mercado mexicano. Quizá sólo un banco está descubriendo y entendiendo a la tribu de los godinez y esto le está generando grandes ganancias en México y LATAM. BBVA Bancomer está sintonizando muy bien sus mensajes para esta nueva tribu urbana.

Desde 2015, BBVA Bancomer se está despegando a gran distancia y colocándose en el primer lugar de participación en el mercado mexicano de los bancos y ha dejado ya en un distante segundo lugar a Banamex, su eterno competidor en otros tiempos.

Según la calificadora Standard & Poor's, en 2015 los números de participación en el mercado bancario de los dos rivales son: BBVA Bancomer encabeza la lista con el número 1 y 24.2% con 698,900 mp, mientras en el segundo lugar Banamex contiene entre sus clientes al 14.9 % de la cartera mexicana. Estos resultados no son una coincidencia, son provocados porque el primer lugar ha generado y aterrizado estrategias efectivas de atracción y retención de clientes, con razonamientos lógicos como entender a sus clientes y así captaron que los godinez son su mercado meta y decidieron sintonizar mensajes para comunicarse mejor con ellos.

La tribu urbana de los godinez es un segmento muy noble y agradecido. Son las personas que viven de nueve a seis de la tarde. Muchas veces encerrados en oficinas y dentro de un sistema muy jerárquico. Le rinden cuentas y tributo al "Licenciado" que es el jefe y líder supremo. La única arma con la que cuentan para luchar en esas selvas urbanas es su tarjeta de débito. Con ella administran su sueldo que es pagado en quincenas. Pagan poco a poco lo que les queda, muchas veces una botella de agua o un refresco de menos de un dólar en las tiendas de proximidad. Incomprendidos y infravalorados, los godinez son la fuerza productiva y formal de las economías. Son grandes usuarios de créditos y productos financieros. Son, por lo mismo, fieros luchadores de perfil bajo, uniformados con trajes sastre y corbatas, como soldados rasos desfilando por las calles de las grandes ciudades.

¿Qué está haciendo bien BBVA Bancomer para ganarle el mercado godín a Banamex?

1. Entender muy bien a su target. Los godinez rasos y midle management.
2. Modernizar su interface de cajeros automáticos. El lugar de concentración de la tribu de los godinez son los cajeros o ATM's cada quincena. No sólo los han modernizado, también se comunican a través de ellos y se puede hacer prácticamente cualquier operación por esta vía.
3. BBVA Bancomer sintoniza muy bien sus mensajes para los godinez. Cuenta historias y los empodera. Es la única marca que los está valorando, en vez de devaluarlos.
4. Le habla muy fácil, claro y rápido a su tribu godín.
5. Los noto preocupados por dar buen servicio y retener a todos los miembros de su tribu.

Mientras tanto, estas marcas que entienden y escuchan el llamado de la tribu, cada día facturarán más y se posesionan mejor en los mercados. Las marcas que no escuchan el llamado de la tribu y no se actualizan, se quedarán relegadas a remotos segundos lugares.

