

Scotiabank va por los clientes premium

La mejora en la economía, vacunas en marcha y reactivación del crédito son los elementos que permiten anticipar que es momento de ir por aquellos clientes que buscan un servicio más personalizado, que incluya no solo asesoría financiera de en dónde y cómo invertir su dinero, sino que al acudir de regreso a las sucursales sean atendidos de manera rápida y preferencial.

Y así, a la par de la remodelación de su edificio corporativo (del que ya les contaré todo) Scotiabank inició el proceso de remodelación de sucursales para atender a clientes *premium*, que, aunque suene complicado, en México hay un amplio mercado y relevante, que tiene necesidades específicas y en donde sí hay clientes que buscan este servicio.

Algo a destacar es que en nuestro país, Scotiabank utilizó analítica de datos para determinar que un cliente en este segmento es aquel que busca un crédito para una vivienda de más de tres millones de pesos, con un millón de pesos para invertir o que tienen ahorrado en sus cuentas y es una de las diferencias de otros países, reconoció Carlos Zavala, director corporativo de desarrollo de negocio de banca de consumo en Scotiabank.

Aunque se tienen 48 banqueros *premium* y algo que diferencia a los clientes mexicanos con otros países es lo que solicitan, y que son plásticos con mayores candados y servicios, piden asesoría; en Chile requieren productos empaquetados; en Perú solicitan más asesoría en canales digitales vía chat y con videollamadas entre clientes y sus banqueros, algo que reconoce que están aprendiendo, lo cual en un futuro podría ponerse en marcha. Por lo pronto, en esta nueva área de negocio esperan un repunte, ya que los mexicanos ubicados en este segmento han sido resilientes frente a la pandemia, por lo que hay toda la apuesta para el 2022 de que sea uno de los segmentos que más crezca del banco.

Y en el otro lado de la moneda, la semana pasada fue el Día de las Emprendedoras, y en ese marco se presentó la revista FIKA MAGAZINE hecha por mujeres emprendedoras de todas las edades, encabezada por María Fernanda Ortiz, como directora, Monserrat Lugo en diseño, así como varias destacadas mujeres en el mundo editorial que presentaron esta alternativa con buenos textos para discutir; nunca es tarde para desearles a todas las emprendedoras

MONEDA EN EL AIRE

Jeanette Leyva Reus

@JLeyvaReus



que invierten tiempo en lanzar nuevos proyectos. ¡El mayor de los éxitos!

Otra monedita que no hay que dejar de ver es la labor realizada por la AMFE que presentó su primera plataforma de Educación Financiera integral con seis conceptos básicos para que en 45 minutos una persona se informe de manera sencilla, pero eficaz de los temas financieros que debe saber; si cumple el recorrido recibirán un certificado avalando los conocimientos básicos adquiridos que puede ser el primer paso para seguir informándose y hacer un mejor uso de su dinero y del crédito a su favor, buena labor de Enrique Bohórquez y también hay que destacar que tuvo el respaldo y visto bueno de la Condusef, buen trabajo, sin duda, de todo el equipo.

Y lo que no se tiene que dejar de seguir hoy y mañana es la convención de la Asociación Mexicana de Administradoras de Fondos para el Retiro, (Amafore) la cual es virtual, totalmente gratuita y más allá del pleito que pudiera haber en que piden más tiempo para poner en marcha la reducción de las comisiones, algo que hay que aclarar es que no se oponen, solo piden tiempo para hacer todos los cambios de sistemas, administrativos y sobretodo de costos, ya que en sus primeros cálculos estiman que despedirán a una buena parte de la fuerza de venta; los temas que se plantearán serán para tener una mejor visión sobre qué hacer para tener un mejor futuro al momento de retirarnos. Por lo pronto, la moneda está en el aire.