

CASO DE ÉXITO: PROPENSIÓN DE DONANTES

OPTIMIZANDO EL CONTACTO CON CLIENTES

Se realizó un análisis de texto para identificar casos en los que se redirigía a los clientes a otros canales sin asesoría previa y proponer mejoras en la atención al cliente.

DESAFÍO

Muchos clientes que escribían al canal de WhatsApp del banco recibían como respuesta un enlace con la palabra **“contáctenos”**, sin haber recibido una asesoría previa.

Este enlace se enviaba incluso cuando el cliente necesitaba atención personalizada, lo que generaba:

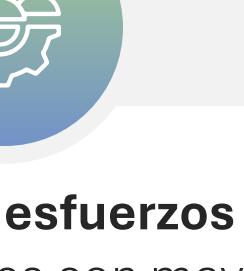
Frustración por no sentirse escuchados.

Baja satisfacción con el servicio.

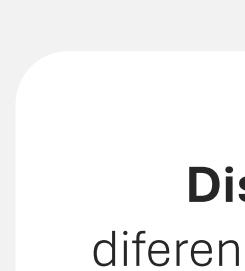
Pérdida de oportunidades para resolver en el primer contacto.

LA SOLUCIÓN: PROPENSIÓN

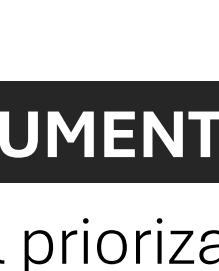
Se diseñó un sistema de modelos predictivos que permite anticipar el comportamiento de los clientes frente a las campañas de donación.



El modelo de Bienvenida utiliza variables transaccionales y demográficas para predecir la propensión de nuevos clientes a donar.



El modelo Stock aplica reglas de negocio basadas en el riesgo y en eventos existentes históricos. Ambos modelos clasifican a los clientes en tres niveles de propensión (Alta, Media y Baja), lo que permite:



Priorizar esfuerzos en los perfiles con mayor potencial comercial.



Reducir el gasto destinado a clientes con baja posibilidad de donar.



Diseñar estrategias diferenciadas y más efectivas.

RESULTADOS



AUMENTO EN LA TASA DE DONACIONES,

al priorizar clientes con alta propensión.



REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS,

al evitar esfuerzos innecesarios en perfiles poco probables.



MÁS DE \$8 MILLONES EN INGRESOS GENERADOS

en los primeros cuatro meses (enero a abril de 2025).



MEJOR SEGMENTACIÓN Y PERSONALIZACIÓN,

lo que ha fortalecido la relación con los clientes y la eficiencia del equipo comercial.

El modelo de propensión ha transformado la forma en que se **gestionan las campañas de donación**. Al integrar análisis de datos y segmentación predictiva, el cliente **ha logrado alinear sus recursos con el verdadero potencial de conversión de sus clientes**.

Esto no solo ha mejorado los resultados financieros, **sino que también ha fortalecido la gestión del equipo y la estabilidad operativa**.

La solución se mantiene estable, **escalable y lista para seguir generando valor** en el mediano y largo plazo.

La solución se mantiene estable, **escalable y lista para seguir generando valor** en el mediano y largo plazo.

NEXA