

[Imprimir](#) [Cerrar](#)

De: cioperu.pe

Latinia incorpora la venta cruzada en tiempo real

A su oferta de notificaciones financieras

[07/08/2012] “Si bien hubo un tiempo que movilidad era sinónimo de ahorro de costos, cada vez vemos más claro que nuestros clientes nos demandan imaginación e innovación para aumentar sus ingresos. Nuestra respuesta, incorporar el *cross-selling* en tiempo real a las comunicaciones con sus clientes”, así resumía Oriol Ros, responsable de marketing de [Latinia](#), la nueva oferta del fabricante de software de infraestructura para entidades financieras, instituciones públicas y proveedores de servicios.

De acuerdo al ejecutivo, una idea central alumbra esta nueva apuesta. Entender el contexto del cliente, desde las coordenadas espacio-temporales a su realidad financiera, para decirle así algo más tras cualquier operación financiera que afecte a sus intereses. “Reconocer esas variables hace que podamos ser muy relevantes con nuestros mensajes y capturar de nuevo un instante de su atención, despertar aquello tan olvidado de ‘el banco piensa realmente en mí’”, continuó Ros. Identificamos el momento oportuno para, a partir del desencadenamiento de alguna operación financiera producida por él mismo, desde la retirada de efectivo de un cajero al pago de cualquier recibo o compra, remitirle un mensaje sensible a su situación financiera, presente y futura.

“Ese cliente pertenece a un segmento concreto y el banco sabe con gran probabilidad qué productos llegará a consumir en el futuro a lo largo de su ciclo de vida; nosotros simplemente aceleramos ese proceso, ayudando a la entidad a monetizar mejor la actividad financiera de sus clientes”, apuntó Ros. CIO, Perú