

# ¿Qué deben hacer los bancos para capturar la atención de los millennials?

6 Ene, 2017



5 verdades sobre la generación que está siempre conectada a sus dispositivos. Foto: Especial

[POR: Redacción](#)

Somos un sitio especializado en economía, finanzas y tecnología que ofrece contenidos para volver innovadores a nuestros lectores.

Bogotá.- **Los Millennials están cambiando la banca**, por lo tanto, ésta debe actualizar su oferta y repensar sus servicios para satisfacer las necesidades de esta generación.

“Cuando 7 de cada 10 Millennials prefiere ir al dentista que a la oficina de su banco, hay algo que se está haciendo mal, o el camino que venimos trazando hasta la fecha no

es el correcto”, así resume Daniel Aguilar, Vicepresidente de Ventas para Latinoamérica de Latinia, la realidad de la relación de la generación del milenio con las entidades financieras.

Ante ello, te presentamos **cinco verdades sobre la generación del Milenio** que todas las entidades financieras deberían pensar para construir su estrategia para este 2017, de acuerdo con Latinia.

1. Los Millennials solo crecerán y crecerán, ignorarlos estratégicamente es de un riesgo altísimo, pues en 5 años serán el principal grupo consumidor, y por ciclo de vida el más interesante, aunque olvidémonos que, como nuestros padres, o nosotros mismos, vayamos a ser 50 años clientes de una única entidad financiera. Antes de venderles nada hay que educarles financieramente; entienden y pagan por el valor de las cosas, pero rechazarán las comisiones “porque sean política de la casa”.
2. Para un Millennial las finanzas son un concepto más asociado a Kickstarter, Venmo o bitcoins que a un Cajero Electrónico o a la oficina donde no le dieron el préstamo a su padre, y el 73% preferiría que fuesen Apple, Google, PayPal, Square o Amazon quienes se encargasen de sus finanzas.
3. Su comunicación favorita es la mensajería. No hay público que entienda más y mejor las dinámicas y particularidades de este sistema comunicacional.
4. El Millennial considera una buena App cuando lo puede compartir con su comunidad, es decir, puede llegar a ser un embajador de un banco y recomendarlo por lo divertida y fácil que sea la App, pero también una mala App, o una mala experiencia digital, será un motivo para dejar a su banco. Para ellos no hay vida más allá de la App; su pensamiento es simple: sino es móvil, no es un banco. Creen que pueden tener más y mejor control sobre sus finanzas a través de su Smartphone, al que se pasan los días pegados: se sienten más confiados e independientes.
5. Uno de cada 4 Millennials asegura no haber pisado jamás una oficina bancaria, sostiene un estudio de Gemalto, el fabricante de tarjetas SIM, o según otro de Salesforce, el Millennial tiene el doble de facilidad para cambiar de banco que sus padres.

En conclusión, llegó la hora en que las entidades financieras replanteen la forma en que entregan sus servicios para poder **“enamorar” a este nuevo segmento poblacional**, que no solo crece cada vez más, sino que es la generación que está dando la parada en tendencias en el mundo, “no se trata de levantar barreras de salida, si no de cortejarle con una aproximación a lo que es el servicio financiero totalmente distinta de la que conocemos actualmente”, finalizó Aguilar.