# Estudio emociones EN EL SECTOR BANCARIO

## Escenario

- Sector indiferenciado y en guerra de precios, penalizado emocionalmente por el consumidor.

## Objetivo

- Crear una metodología de referencia para identificar las emociones presentes en banca.
- Demostrar que las emociones determinan los comportamientos en el sector.
- Identificar las compañías que tienen ventajas competitivas emocionales.

## Solución

### Estudio sectorial con metodología FEELINGS EXPERIENCE MANAGEMENT®

**'Customer-Centric'**
Biomedición de emociones en clientes reales

**2011-2017**
Seguimiento del mismo target a lo largo de los años

**LATAM**
Edición para Panamá, Ecuador y Colombia

### ¿Y cómo se miden las emociones?

**+60**
Entrevistas con técnicas neurocientíficas

**+15000**
Encuestas fase cuantitativa del estudio

Modelización estadística de los datos

### Modelo predictivo FEM®

Relaciones causa-efecto entre emoción-comportamiento

'TRIGGERS'
'TOUCHPOINTS'

Emociones → Satisfacción con la Experiencia → Comportamientos Futuros

### Principales Hallazgos

- 8 emociones principales en banca
- Entidades mejor y peor valoradas
- Predicción riesgo de fuga de clientes por entidad
- Claves de éxito en generación de emociones
- Segmentación emocional del mercado
- Detección de motivaciones de elección y abandono

## Resultado

### Claves para la gestión emocional

Basadas en el modelo predictivo FEM® desarrollado por EMO Insights

- Detección de **prioridades de mejora** en emociones y sus disparadores.
- Detección de **nichos de posicionamiento** emocional frente a la competencia.
- **Vinculación científica** entre el universo emocional y racional del cliente.
- Detección de **momentos de la verdad** (MOT's) emocionales de la experiencia cliente-banco.

**Reconocimiento internacional de la metodología por instituciones como la London Business School.**

emo insights
Feeling the future

www.emoinsights.com

© EMO Insights International 2019