

# Caso de Éxito: Sucursal Bancaria



## Escenario

- Sector indiferenciado
- Guerra de precios
- Posición de minoría

## Objetivo

Crear un concepto de sucursal bancaria «diferente y rompedor» alineado con los valores y la imagen de marca.

## Solución:

Investigación del Emotional Customer Journey Map en el sector bancario y creación de un modelo de oficina disruptivo.

# Creative disruption

### Fase 1



#### ESCUCHA ACTIVA

Escuchar a los usuarios de la información y a los ejecutores de las acciones para que vean reflejados sus intereses e inquietudes.

### Fase 2



#### PROYECCIÓN EMOCIONAL

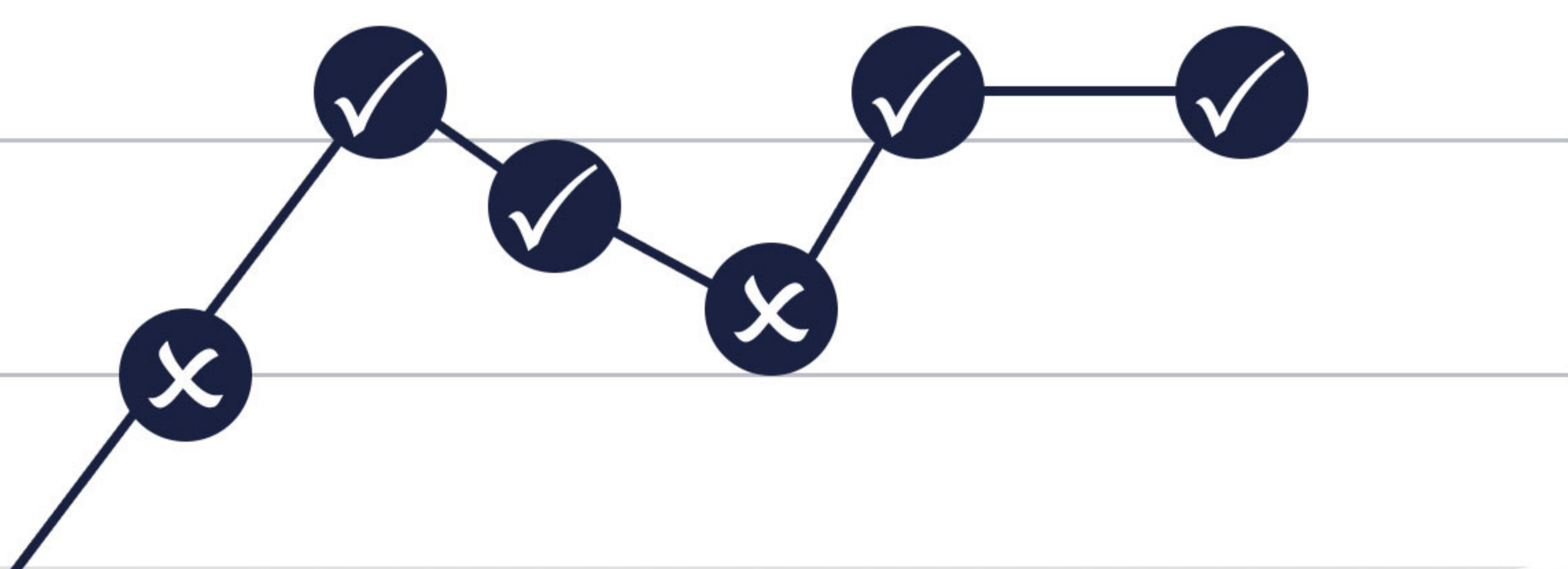
Profundización con técnicas proyectivas en las vivencias y emociones del cliente. Identificación de experiencias espejo: salón de belleza, librería...

### Fase 3



#### INVESTIGACIÓN ETNOGRÁFICA

Acompañamiento y medición biosensorial de los clientes durante la experiencia.



## Desarrollo de tres

## Emotional Customer Journey Map bancarios rompedores con el status quo

A	B	C	
A	B	C	CONCEPT LAB
<del>A</del>	B	C	DETECCIÓN DE MATICES EXPERIENCIALES
A	B	<del>C</del>	FINE-TUNING
A	<u>B</u>	C	

## Resultados

- ✓ Experiencia propia de la marca.
- ✓ Gestión emocional de todos los puntos de contacto.
- ✓ Introducción en la experiencia de los disparadores adecuados para generar aquellas emociones beneficiosas para el negocio.



emo insights  
FEELINGS EXPERIENCE MANAGEMENT®

© EMO Insights International 2014 - emoinsights.com