



Estudio de
EMOCIONES
en el SECTOR
BANCARIO de
particulares
en España

Presenta
**MODELO
PREDICTIVO
FEM®**



VENTAJAS
Estudio de
emociones
VS
Otros Estudios
de medición
tradicional

emo insights
Feeling the future

info@emoinsights.com

1. EXPERIENCIAS VIVIDAS (Calidad Percibida procesos Entidad-Cliente) [10]

'TOUCHPOINTS'

- Oficina
- Personal de Oficina
- Atención Telefónica
- Página Web
- Aplicación Web/ App



- Operativa
- Productos
- Comisiones
- Publicidad
- Reclamaciones



Otros Estudios

Algunos sí, otros no



Estudio de EMOCIONES



2. DISPARADORES EMOCIONALES [95]

'TRIGGERS'

- Disparadores positivos [42]
- Disparadores negativos [53]



3. EMOCIONES SENTIDAS [8]



Emociones

- Confianza
- Sorpresa
- Alegría
- Agradecimiento



- Decepción
- Frustración
- Irritación
- Inseguridad



Algunos sí, otros no

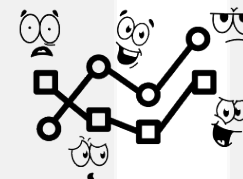


4. INDICADORES [6]



Satisfacción con la Experiencia

- **EMO Índice®**: Vinculación emocional de Entidades – Clientes
- **EMO Clúster®**: Segmentos desde Fans a Oponentes [8]
- **EMO CES®**: Nivel de esfuerzo exigido al cliente



• Satisfacción con la Experiencia



- **Indice RRR** (Repeat, Refer, Recommended)
- **NPS** (Net Promoter Score)



5. COMPORTAMIENTOS FUTUROS DEL CLIENTE [7]



Comportamientos Futuros

- Origen y fidelidad de los clientes
- Motivos de elección Banco principal
- Motivos cambio de Banco principal
- Propensión a permanecer



- Propensión de fuga
- Destino desertores
- Defender frente a otros
- Personalidad emocional Entidades



Algunos sí, otros no



6. TENDENCIAS DEL SECTOR



Tendencias del sector

- Tendencias posicionamiento emocional
- Prioridades emocionales del sector



- Nichos de innovación emocional
- Zoom desde la visión del Cliente



#EMOBanca