


# La Tecnificación de la Banca Comercial en América Latina

Cautive al Cliente de hoy con las Nuevas Tendencias de Venta, Servicio al Cliente, y Estrategias de Marketing para Incrementar Ganancias y Alcanzar una Ventaja Competitiva

Noviembre 6-7, 2008  
JW Marriott | México D.F.

 **Conquiste al cliente más exigente  
con las mejores herramientas  
de venta y marketing para ganar lealtad  
y maximizar ganancias!**

## Asista a Esta Conferencia y Logre:

- **Descubrir** nuevas tendencias de segmentación para dar mejores servicios al cliente
- **Identificar** nuevas estrategias para posicionar su marca dentro de los segmentos emergentes
- **Desarrollar** las mejores herramientas para garantizar excelencia en la comunicación con el cliente
- **Descubrir** casos exitosos de implementación de nuevos canales de distribución para segmentos emergentes
- **Explorar** productos innovadores y exitosos en el mercado bancario
- **Crear** y ser más eficaz con nuevas estrategias de venta
- **Estar** a la vanguardia de prácticas exitosas de líderes en banca comercial
- **Explorar** las nuevas tecnologías de la banca comercial

## Adquiera Información Valiosa de:

- **Banamex** para desarrollar una fuerza de venta externa e incrementar ganancias
- **BBVA Bancomer** como mantener su marca y posición fuerte en el mercado aun con los cambios de las fusiones
- **Banco Santander México** las mejores herramientas para tener éxito en la penetración del segmento de PYMES
- **Banco de Galicia y Buenos Aires** caso exitoso de utilizar canales de promoción digitales para llegar a segmentos emergentes
- **Banco Nacional de Costa Rica** caso exitoso en la implementación de CRM para satisfacer las boyantes necesidades del cliente

## ¿A quién va dirigido el evento?

- Director de Banca Comercial
- Director de Marketing
- Director/Responsable de Canales de distribución
- Director/Responsable de Segmentación
- Director/Responsable de Ventas
- Director/Responsable de Desarrollo de Productos
- Director/Responsable de División de Sucursales



La clave para asegurar el éxito se encuentra en construir excelentes estrategias de venta y marketing que vayan de acuerdo con las necesidades específicas y más sofisticadas del cliente de hoy.

## Ponentes Confirmados:

**Alberto Alcaraz Santoyo**  
Subdirector de Corresponsales  
**Banamex, México**

**Hugo Nájera Alva**  
Director de Desarrollo de Negocios  
**BBVA Bancomer, México**

**Rodrigo Kuri Salas**  
Director General Adjunto  
de Estrategia Comercial  
**Banco Santander, México**

**Ruperto Edwards**  
Director de Marketing  
**Banco Itau, Chile**

**Alejandro Felgueras**  
Ex-Director de Segmentación  
**Banco de Galicia  
y Buenos Aires Argentina**

**Carla Juan Chelala**  
Directora General de Mercadotecnia  
**Banorte, México**

**Daniel Martínez Jiménez**  
Director de Desarrollo de Mercados & CRM  
**Banco Nacional de Costa Rica**

**Adrián Hernández**  
Director Técnico Daños  
**Aba Seguros, México**

**Reinhard Mathieu**  
Director General  
**Volkswagen Bank, México**

**Manuel Fernandez**  
Vicepresidente de Tecnología  
**América Latina  
y el Caribe, MasterCard**

**Francisco Lopez**  
Director General Adjunto  
**Banca Mifel, México**

**Paula Viegas**  
Coordinadora de Marca  
**Caixa Geral de Depósitos, Américas**

**Juan Musi**  
Director de Banca Patrimonial  
**Prudential Bank, México**

**Roberto Bargagli**  
Director Investigación y Desarrollo  
**Tralix**

**Enrique Gomez**  
Director Comercial  
**Tralix**

**Adolfo Loera Marín**  
Director General  
**Biometría Aplicada**

**Edward McDonald**  
CRM & Database Marketing Specialist  
**SAS**

## Patrocinadores Plata :



8:15 Registro y Café

8:55 Discurso Inaugural

### NUEVAS TENDENCIAS EN LA BANCA COMERCIAL DE AMERICA LATINA

9:00 Caso Práctico

#### Escuchando la voz del cliente-incrementando su Satisfacción

- El impacto de las fusiones con bancos extranjeros y su efecto en el cliente
- Alinee las necesidades del cliente he incorporándolas a las operaciones cotidianas del banco
- Comprenda las emociones del cliente

**Ruperto Edwards**, Director de Marketing  
**Banco Itau, Chile**

### IDENTIFICANDO SEGMENTOS EMERGENTES – QUIEN ES EL NUEVO CLIENTE Y CUALES SON SUS NECESIDADES

9:45 Caso Práctico

#### Gestionando las Nuevas Demandas del Segmento AB

- Cuales son las nuevas demandas del segmento AB
- Un enfoque mas personalizado por medio de marketing nicho
- Nuevas tendencias de servicio al cliente para ganar lealtad
- Escuche la voz del cliente para ofrecer productos con más valor

**Francisco Lopez**, Director General Adjunto  
**Banca Mifel**

10:30 Café

11:00 Presentación de Expertos

#### Claridad en tiempo de turbulencia: Comunicación Digital Interactiva con el nuevo Mercado Meta

Las reglas del juego han cambiado, los clientes se encuentran escuchando medios diferentes a los tradicionalmente utilizados. Guía rápida de como encontrarlos maximizando la comunicación, escuchando al cliente y optimizando los recursos, con alto retorno de inversión.

**Roberto Bargagli**, Director Investigación y Desarrollo  
**Tralix**

**Enrique Gomez**, Director Comercial  
**Tralix**

### IDENTIFICANDO SEGMENTOS EMERGENTES – QUIEN ES EL NUEVO CLIENTE Y CUALES SON SUS NECESIDADES

11:45 Caso Práctico

#### Banorte satisface las boyantes necesidades del cliente Mexicano con su innovación de productos

- Ejemplos del desarrollo de productos exitosos bien enfocados a sus respectivos segmentos en el mercado
- Agregando mayor valor a cada producto por medio del profundo conocimiento del consumidor nacional

**Carla Juan Chelala**, Directora General de Mercadotecnia  
**Banorte, Mexico**

12:30 Presentación de Expertos

#### Los Beneficios de la Identificación Biométrica en la Creación del Cliente Unico

**Adolfo Loera Marín**, Director General  
**Biometría Aplicada**

1:15 Almuerzo

#### Productor Info

Agradezco a todos aquellos que han colaborado en la investigación y la organización del evento y especialmente a los ponentes por su apoyo y compromiso. Jackie Prado, Productora de Conferencias, América del Norte y Latina. Tel: (+1) 312-540-3000 ext: 6399 Email: jackiep@marcusevansch.com

### INNOVACIÓN EN DESARROLLO DE PRODUCTOS

2:30 Discusión Interactivo

#### Diseño de Productos – Cambiando Modelos para Orientar la Estrategia al Mercado

- Desarrolle productos con un nuevo concepto en el mercado
- Asesore los riesgos y tome medidas adecuadas de lanzar nuevos productos
- Estrategias para tener éxito en la posición y la penetración del producto en su segmento correspondiente

**Adrián Hernández**, Director Técnico de Daños  
**Aba Seguros**

### DIFERENCIANDO SU MARCA PARA GANAR UNA VENTAJA COMPETITIVA SOSTENIBLE

3:15 Caso Práctico

#### Usando las Emociones del Cliente-Una Herramienta Innovadora para Hacer a su Marca mas Atractiva-Caso de Caixa Geral de Depósitos

- Caixa Geral de Depósitos – Una de las marcas mas valoradas en Europa
- La nueva demanda del enlace emocional del cliente con la marca
- Incrementando el valor de la marca en un mundo competitivo de CSR

**Paula Viegas**, Coordinadora de Marca  
**Caixa Geral de Depósitos, Americas**

4:00 Café

4:30 Caso Práctico

#### Ganando una Ventaja Competitiva a Través de la Diferenciación de su Marca en el Sector Financiero

- Identifique las principales características de su marca
- Dele personalidad a su marca
- Diferencie su marca a través de los productos y el enfoque en el cliente

**Juan Musi**, Director de Banca Patrimonial  
**Prudential Bank México**

5:15 Discurso de Terminó

5:15 Fin de la Primera Jornada

### TESTIMONIOS

"Maravillosa colección de expertos. Una buena oportunidad"  
**The World Bank**

"Gran conferencia. Excelentes ponentes y contenido. Aprendí mucho"  
**Bank of America**

"Muy envuelta, una cobertura muy completa de temas"  
**BNP Paribas**

8:30 Registro y Café  
9:00 Discurso Inaugural

### EL IMPACTO DE LAS FUSIONES Y SU EFECTO EN LA MARCA YA ESTABLECIDA

9:05 Caso Práctico

#### El Impacto de la Fusión en el Cliente

- Estrategias para el lanzamiento de una nueva marca sin afectar al cliente
- Asegure la constante credibilidad del cliente
- Re-posicione la marca en un mercado competitivo

**Hugo Najera Alva**, Director de Desarrollo de Negocios  
**BBVA Bancomer, México**

### SERVICIO AL CLIENTE-HACIENDO A SU BANCO UN GANADOR DE LEALTAD!!

9:50 Caso Práctico

#### Incrementando la Satisfacción del Cliente a Través de la Implementación CRM-Caso de Éxito de Banco Nacional de Costa Rica

- Aprenda un modelo de implementación exitosa de CRM
- Determine los riesgos de la implementación y tome medidas adecuadas
- Alinee las necesidades del cliente he incorporándolas a las operaciones cotidianas del banco con CRM

**Daniel Martínez Jiménez**, Director de Desarrollo de Mercados & CRM  
**Banco Nacional de Costa Rica**

10:30 Café

### VENTAS OPTIMAS!! LA CLAVE PARA MAXIMIZAR GANANCIAS

11:00 Caso Práctico

#### Creando una fuerza de venta externa eficiente-Caso de Éxito de Banamex con los Corresponsales

- Canales de venta versus canales de transacción
- Los canales de ventas son la llave para el éxito
- Nuevas estrategias de punto de venta externa
- Vea hacia el futuro: Hacia donde va el mercado

**Alberto Alcaraz Santoyo**, Subdirector de Corresponsales  
**Banamex, México**

11:45 Presentación de Expertos

#### Prácticas para incrementar la cartera de clientes en un entorno adverso a través del conocimiento del cliente

- Descubra enfoques valiosos para apoyar sus objetivos de negocio a través del conocimiento de su cliente
- Explote el comportamiento de sus clientes y transforme su estrategia de negocio
- Conozca de Edward McDonald, Especialista de Marketing y CRM de SAS, el retorno de inversión que estas prácticas representan en el sector bancario mexicano

**Edward McDonald**, CRM & Database Marketing Specialist  
**SAS**

12:30 Caso Práctico

#### Modelo Exitoso de Gestión para el Segmento de PYMES

- Desarrollando un modelo de negocio para incrementar la penetración en las PYMES
- Creando las mejores estrategias para desarrollar productos de crédito rentables
- Fomentando la expansión a través de los mejores canales de venta para las PYMES

**Rodrigo Kuri Salas**, Director General Adjunto de Estrategia Comercial  
**Santander, México**

1:15 Almuerzo

#### Oportunidades de Expansión de Negocio

¿Provee su compañía soluciones o tecnología que puedan resultar de interés a los asistentes? Si es así puede averiguar más sobre las oportunidades disponibles para la promoción y exposición contactando con: Ricardo Freitas +52 55 33 00 52 54, ricardof@marcusevansmx.com

### NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y PROMOCIÓN

2:30 Caso Práctico

#### Nuevas Tendencias Exitosas de Tecnología para Medios de Pago. Ajustando las Necesidades del Cliente con los Medios de Pago más Rentables

- Adapte medios de pago electrónicos más flexibles y convenientes para incrementar ganancias.
- Explore nuevas tecnologías para mejor canalizar los medios de pago

**Manuel Fernandez**, Vicepresidente de Tecnología  
**América Latina y el Caribe MasterCard**

3:15 Caso Práctico

#### Explotando el potencial de la Banca por Internet: "Banca Online"

- De intermediario de información a un canal de transacción y ganancias
- Convenza a sus clientes de usar la banca por Internet
- Optimice la venta a través de la "Banca Online"
- Use la "Banca Online" para segmentar los clientes en la base de datos

**Reinhard Mathieu**, Director General  
**Volkswagen Bank**

4:00 Café

4:30 Caso Práctico

#### Comunidades Digitales Aplicadas a la Banca – Caso de Éxito de Banco de Galicia y Buenos Aires

- Desarrollo de comunidades digitales como canal de marketing relacional
- Inclusión de la banca en las redes sociales
- Nuevas segmentaciones para la banca minorista

**Alejandro Felgueras**, Ex-Director de Segmentación  
**Banco de Galicia y Buenos Aires, Argentina**

5:15 Observaciones de Clausura

5:30 Fin de la Conferencia

### PATROCINADORES PLATA:



THE POWER TO KNOW.

SAS es el líder indiscutible en soluciones de inteligencia analítica, más de 3000 bancos alrededor del mundo utilizan nuestras soluciones, incluyendo el 97% de los bancos de la lista Fortune 500®. SAS ofrece soluciones para administrar eficientemente el riesgo operativo, de crédito y de mercado, detectar y prevenir el fraude, prevenir acciones ligadas al lavado del dinero, mejorar la calificación de crédito y generar inteligencia del cliente con el fin de incrementar el valor del cliente a lo largo de todo su ciclo de vida.

Algunos reconocimientos que han recibido nuestras soluciones recientemente:

- SAS Fraude Detection recibió el Technology Innovation of the Year Award por Frost & Sullivan
- SAS recibió el premio Leaders in Innovation Awards de la revista Financial-I en las categorías de Enterprise Risk Management y Operational Risk Management
- Por quinto año consecutivo SAS ha recibido el CRM Award en la categoría de Marketing Automation otorgado por la revista CRM

Informes: 5500 3800 ext. 852 / informacionmx@sas.com / www.sas.com



Tralix es una compañía que desarrolla tecnología de punta (Hardware & Software) alrededor del email (Correo Electrónico) y Facturación Electrónica (Comprobante Fiscal Digital). Ofrecemos soluciones que resuelven las necesidades de comunicación B2B y B2C para que nuestros clientes cuenten con mecanismos innovadores de comunicación bidireccional a través de email. Esto incluye la generación, resguardo, recepción, almacenamiento, validación, consulta y entrega de estados de cuenta y/o facturas electrónicas para completar ciclos completos "paperless" rápidamente.



Los Beneficios de la Identificación Biométrica en la Creación del Cliente Único. La tecnología biométrica nos ofrece hoy en día la posibilidad de identificar por métodos confiables la identidad de cada uno de nuestros clientes bajo distintos escenarios. Esto nos permite personalizar la oferta hacia cada uno de ellos; establecer las bases para analizar el comportamiento de compra y validar iniciativas de venta cruzada, así como, visualizar las oportunidades adicionales que surgen ante la certeza de la identidad biométrica de cada uno de nuestros clientes.