

Experience Financial Services

Compitiendo en el año 2015

Julio 22, 2005

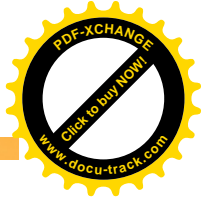


Benny Sterental
Industry Manager
Latin America Financial Services
Microsoft Corporation

Microsoft

© 2005 Microsoft Corporation. All rights reserved.

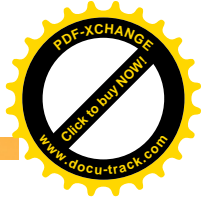
This presentation is for informational purposes only. MICROSOFT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.
It may not be reproduced nor redistributed without Microsoft's permission



Microsoft en los Servicios Financieros

- Servicios Financieros es el segundo segmento comercial mas grande
- Creciente penetración y tamaño absoluto del negocio
- Cambio de orientación - hacia un rol cada vez mayor en sistemas de misión crítica
- Cada vez mas influyente en el diseño, ingeniería y soporte de productos Microsoft
- Centrado en socios de negocios
- Equipos de industria a nivel global, regional y país, equipos de ventas y servicios

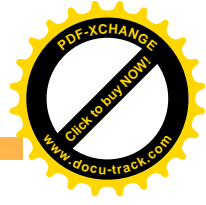




Misión crítica en la industria de Servicios Financieros

- Corillian – 25% de usuarios de banca por Internet en USA
- London Stock Exchange – [3000 tps](#)
- SWIFT - Gold Certified
- 60% de todas las instalaciones SAP en Windows
- Informe Gartner sobre sistemas de Misión Crítica – Windows sobrepasa a Unix y .NET sobrepasa a J2EE
- CheckFree – [1000 tps y 24% menos en TCO](#)
- Nasdaq – 99.998%
- 70% de todos los ATMs se embarcan con Windows
- XL Capital (top 10 seguros a nivel mundial) – estandariza en MSFT
- DTCC se integra con la industria de seguros (ej. Manulife) via .Net
- Equifax - migró a Windows Datacenter y .Net generando ahorro millonario

- 77% de los Servidores & mas del 90% de PC's en sucursales de Latinoamérica sobre plataforma MS
- Banorte apalancó tecnología MS como estrategia clave de integración en apoyo a dos fusiones consecutivas. Mas de 1,200 sucursales sobre .NET
- La plataforma bancaria Alnova del Banco Azteca está 100% sobre .NET
- Accival (Casa de Bolsa de Banamex) corre íntegramente sobre .NET



Los banqueros enfrentan un mundo nuevo y cambiante ...

Cambio en las necesidades del cliente

- "Necesito su ayuda ... independiente del canal!"
- "Esta Ud. protegiendo mi información personal?"
- "Quiero que conozca mis necesidades!"

Incremento de la Competencia

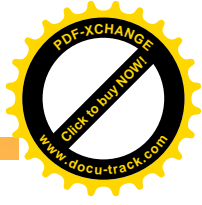
- "Puedes competir conmigo?"
- "Acaso soy mejor que tu en esto?"
- "Sobreviviremos a la ola de fusiones?"
- "Podemos competir con Wal-Mart?"

Evolución de Modelos

- "Me puedes ofrecer todo lo que necesito?"
- "Puedo aplicar en-línea y firmar en la sucursal?"
- "Como puedo reemplazar el ingreso perdido por la reducción en el volumen de cheques emitidos?"

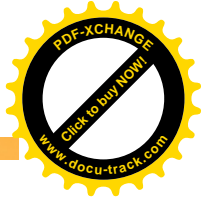
Tecnología desactualizada

- "Actualíceme!"
- "Reempláceme!"
- "Déme de baja!"
- "Invierta en mí!"



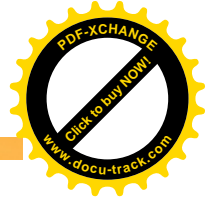
Respuesta estratégica en el sector Bancario

- Efectividad en ventas / aprender a vender
 - Canales de entrega
 - Automatización de sucursales
 - Automatización de la fuerza de ventas
 - Gestión de referencias
 - Análisis de clientes
 - Efectividad en mercadeo
 - Mejora en la venta cruzada
- Gestión de Riesgo & Cumplimiento
 - Riesgo de Mercado
 - Riesgo de Crédito
 - Riesgo Operacional y Fraude
- Eficiencia Operacional
 - Innovación en procesos (Work flow)
 - Préstamos y créditos de consumo
 - IT Re-plataform
 - Outsourcing
 - Truncamiento de cheques

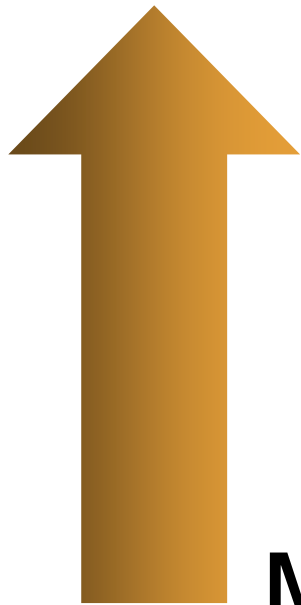


Compitiendo en el 2015

**La
Economía
de la
Experiencia**



La “Escalera de la Experiencia”



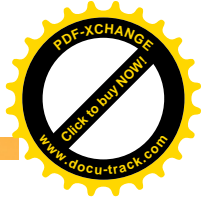
Experiencias

Servicios

Bienes

Materias Primas

Tom Peters, Re-Imagine! Business Excellence in a Disruptive Age
BAI Retail Delivery Conference,
Noviembre 2004



Forrester Research, reporte de Marzo 2005

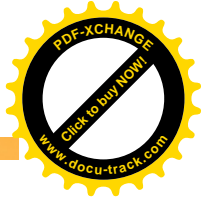
- El manejo de la experiencia del Cliente es crítico.
 - Casi todos los participantes indican que la experiencia del cliente es crítica o muy importante
 - Todos los objetivos de actividades con clientes tienen mayor importancia este año comparada con el anterior
 - Empresas de servicios financieros son considerablemente más agresivas para expandir su base de clientes y para reducir el costo de sus servicios
- La responsabilidad recae sobre mercadeo y servicio al cliente
 - Un tercio de los participantes del sector de servicios financieros dicen tener un ejecutivo a cargo de la “experiencia del cliente” – que está bastante por encima del promedio
 - Para la mayoría de los puntos de contacto con el cliente, la responsabilidad se comparte entre los departamentos de mercadeo y servicio al cliente
- Temas internos obstaculizan las mejoras
 - Participantes de servicios financieros indican como sus mayores obstáculos la necesidad de cambiar el comportamiento de sus empleados (60%) y una mejor alineación con la organización (57%)



El cambio hacia la “Economía de la Experiencia”

Oferta Económica	Commodities	Bienes	Servicios	Experiencias
Era Económica	Agraria	Industrial	Servicios	Experiencia
Función Económica	Extracción	Fabricar	Entrega	Montaje
Naturaleza de la Oferta	Fungible	Tangible	Intangible	Memorable
Atributo Clave	Natural	Estandarizado	Customizado	Personal
Método de entrega	Almacenado al granel	En inventario	Entregada bajo demanda	Revelada durante la función
Vendedor	Comerciante	Fabricante	Proveedor	Escenógrafo
Comprador	Mercado	Usuario	Cliente	Invitado
Factores de Demanda	Características	Características	Beneficios	Sensaciones

Fuente: Welcome to the Experience Economy, Harvard Business Review, July-August 1998



La Experiencia diferencia la Marca

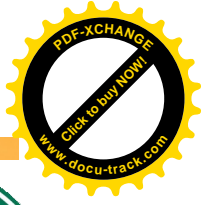


NORDSTROM

amazon.com

Integration > Innovation > Microsoft > Experience Financial Services

Microsoft®



Starbucks crea el “tercer lugar”

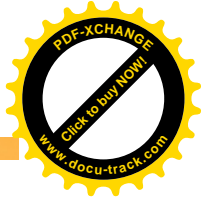


- La casa, la oficina y Starbucks
- Sólido crecimiento - \$5.3B de ingresos en 2004
 - 1995 – 676 tiendas
 - 2005 – 9,100 tiendas
 - Objetivo – 30,000 tiendas
 - Añade 4 tiendas y 200 empleados cada día
- Crecimiento del valor de la acción de 4,000% desde 1992
- Los empleados son socios (Experiencia del Empleado)
 - Beneficios de salud para todos
 - Fuerte apoyo al entrenamiento y la educación
 - Ambientes especiales para madres con recién nacidos
- Mejoras en los procesos permite a los baristas una valiosa reducción de tiempo en la entrega (Experiencia Operacional)
 - Tiempo promedio de espera de 3 minutos, reducción de 30 segs. en 5 años
 - No aceptan tarjeta de crédito por importes menores a \$25
 - Personal flotante para tomar ordenes
- Una imagen “Verde” apoya la lealtad de los clientes
 - Informe anual sobre “Responsabilidad Corporativa”

Fuente: Wall Street Journal, “Cautiously, Starbucks Puts Lobbying on Corporate Menu,” April 12, 2005

Integration > Innovation > Microsoft > Experience Financial Services

Microsoft®



La Experiencia diferencia la Marca

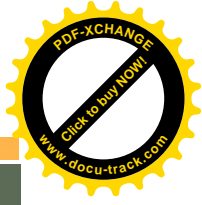


SOUTHWESTSM



NORDSTROM

amazon.com



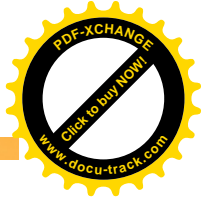
Whole Foods entretiene



- Comprar es como asistir a un show
- Valor de la acción creció 5X desde 2000
- Ventas por pie cuadrado superiores a la competencia
 - Whole Foods: \$798
 - Wild Oats: \$455
 - Safeway: \$434
 - Wal-Mart: \$415
 - Kroger: \$390
 - Albertsons: \$384

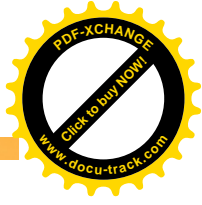
“Whole Foods ofrece la absolución psicológica a nuestros excesos.”

Jerald Jellison, Profesor de Psicología, USC



Presentando

experience Banking



Experience Banking

Visión

Ayudar a FSIs a entregar mayor valor a los inversionistas y diferenciar su marca; medidas por:

- Rentabilidad
- Crecimiento
- Percepción del Mercado
- Tasas de Eficiencia
- Market share

Estrategia

Microsoft y nuestros socios comerciales ayudamos a:

- Entregar productos y servicios antes que la competencia
- Habilitar individuos para una visión integrada del cliente en todos los canales
- Transformar el negocio -- mientras se construye la capacidad para innovación continua
- Usar soluciones viables que entregan valor duradero

Experiencia del Cliente

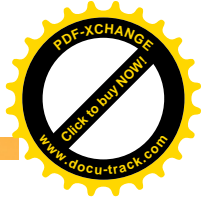


Experiencia del Empleado

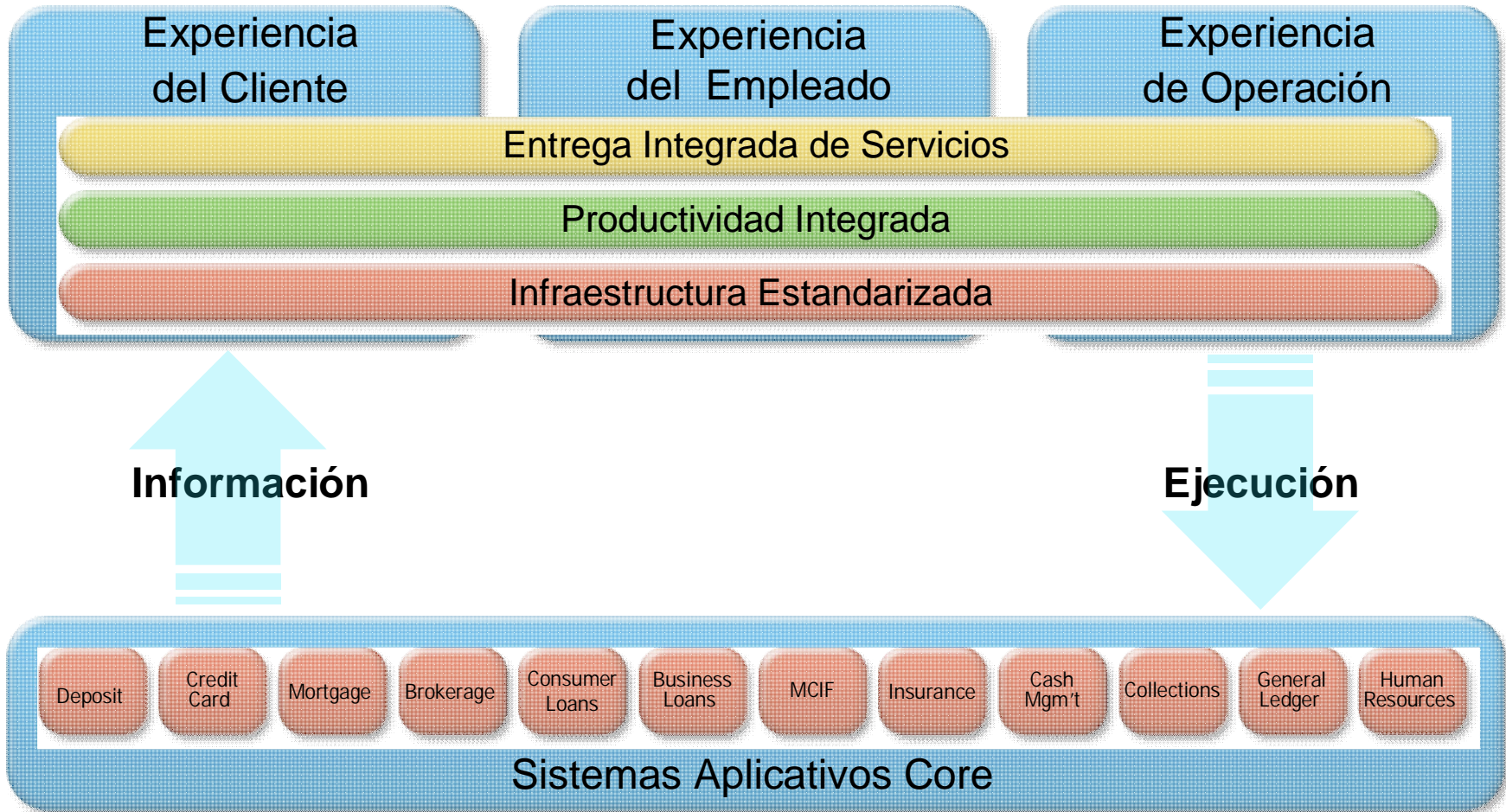


Experiencia Operacional



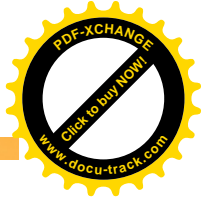


Experience Banking Framework

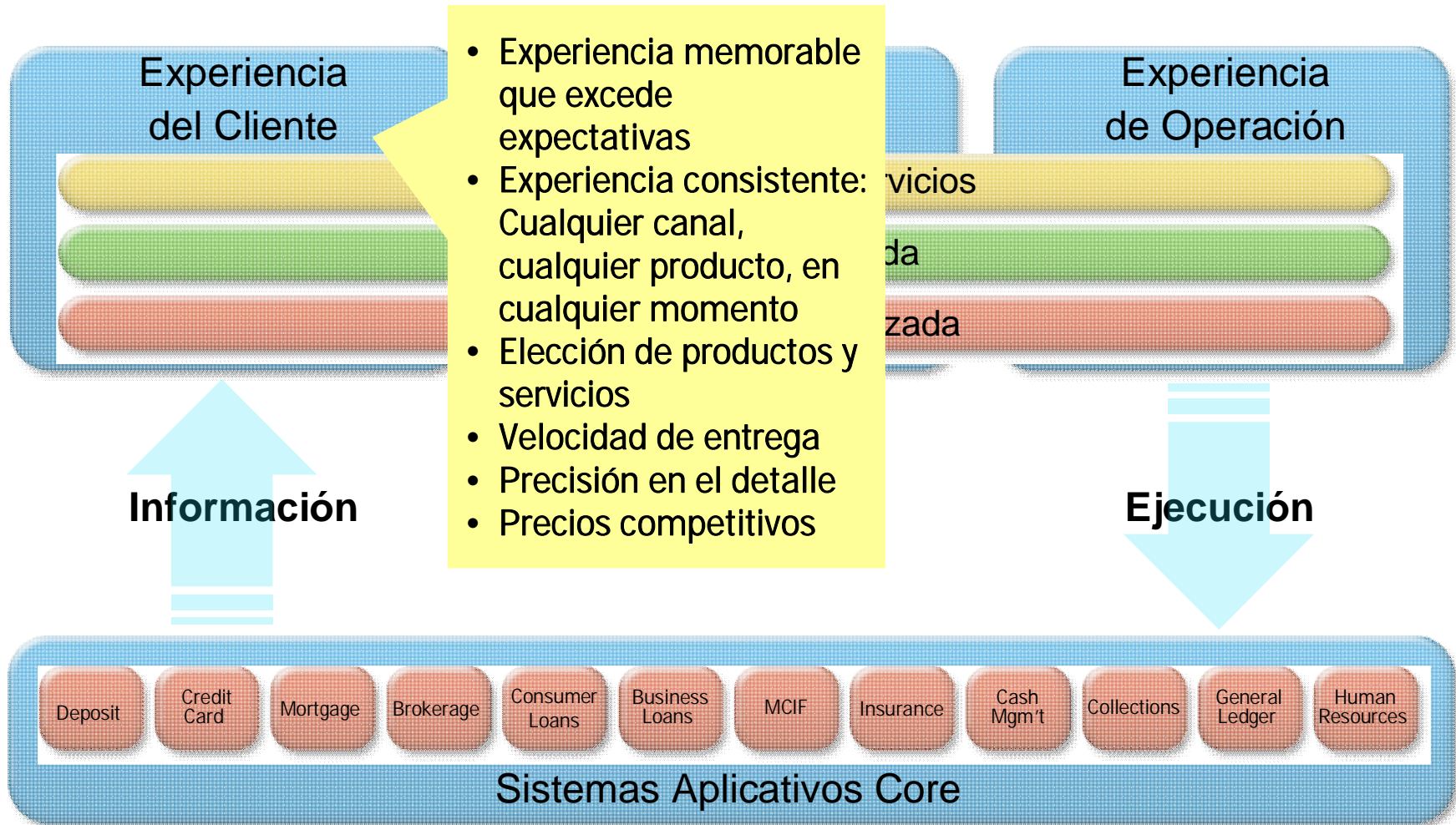


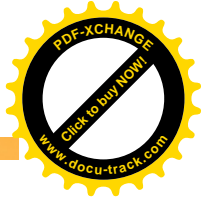
Integration > Innovation > Microsoft > Experience Financial Services



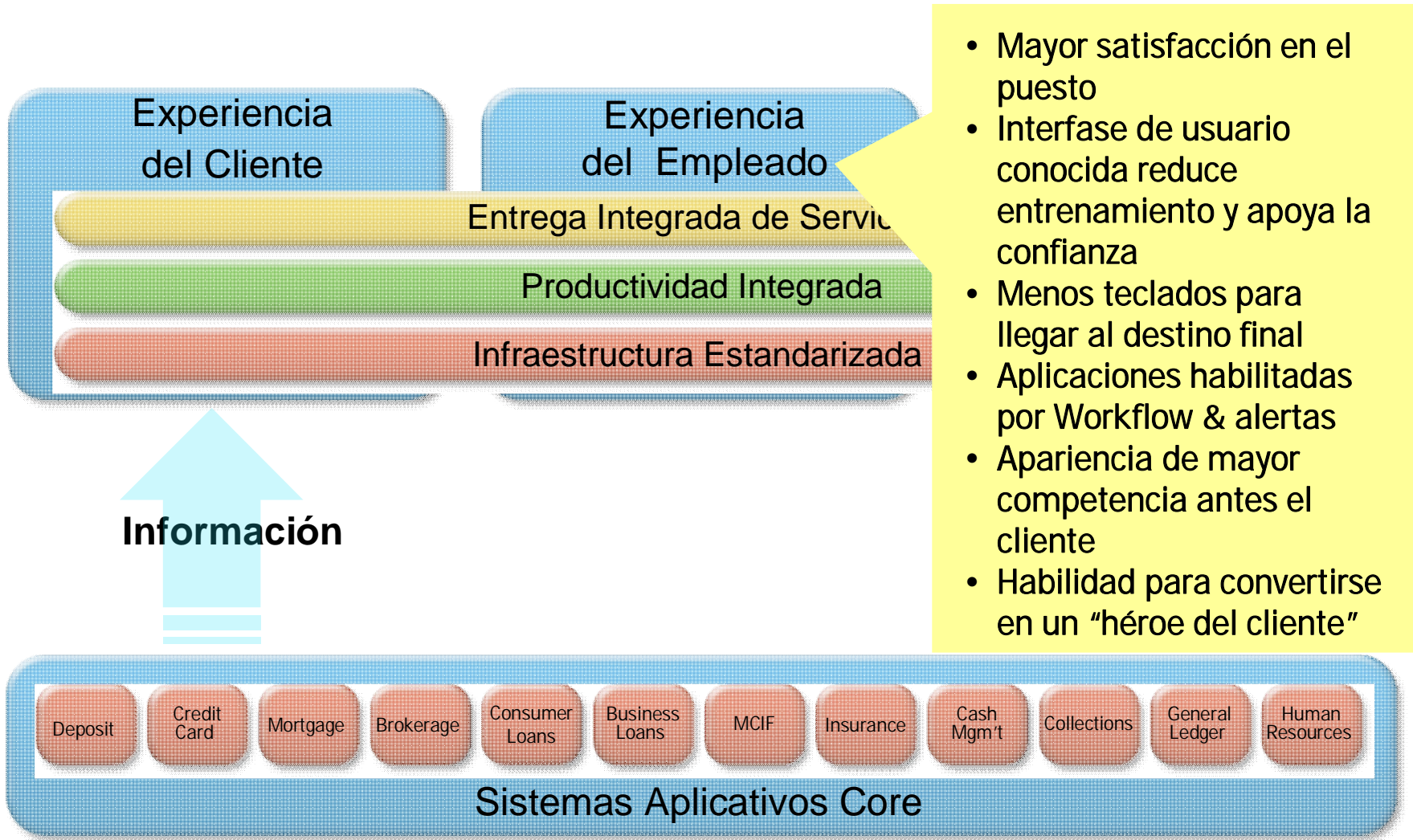


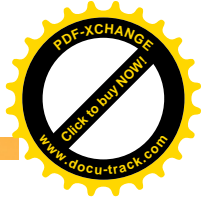
Experience Banking Framework



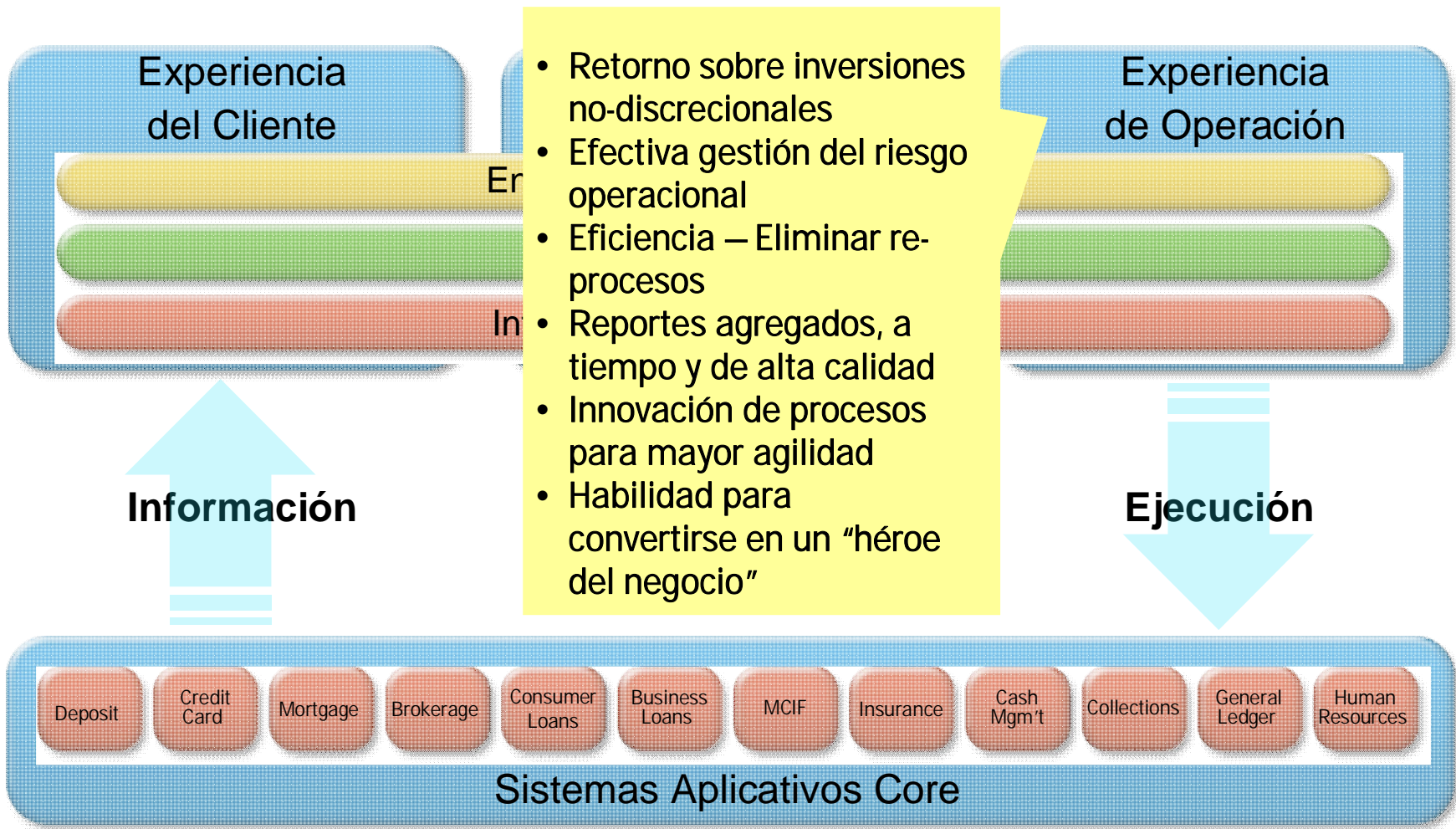


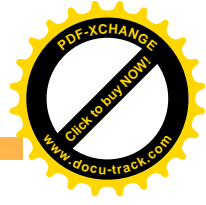
Experience Banking Framework





Experience Banking Framework





Tres pasos para cambiar la experiencia del cliente

1. Estandarizar la Infraestructura

- SOA/Web Services
- Actualización de sistemas operativos (OS/2 y NT4)
- Estándares de la Industria (IFX, OFX, ACORD, SWIFT, etc.)

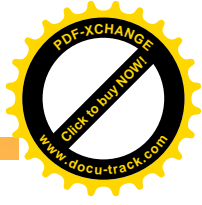
Incluso las mejores soluciones requieren un plan para diferenciar la marca. Sin esto, la percepción del cliente no cambia; continua pensando que le ofrecen productos y servicios comoditizados.

2. Productividad y Entrega de Servicios Integrados

- Ventanilla/Agente de Call Center /Auto-Servicio
- Plataforma/CSR/Banquero Personal/Broker
- Conocimiento del Cliente

3. Diferenciar la Marca

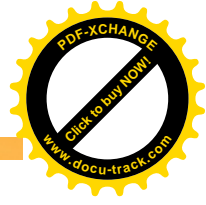
- Visión para 2015
- Cambiar la Experiencia del Cliente, del Empleado y de Operación
- Destacándose de entre la multitud



La Promesa de Microsoft y sus Socios Comerciales es

Soluciones de Software de
Microsoft
ayudan a las Instituciones
Financieras a alcanzar su
pleno potencial.

...y nuestros clientes están de acuerdo!



Experiencia del Empleado - Nossa Caixa

"Today our employees know exactly how much they are producing and what revenue they are providing to the organization. Linking to SQL Server 2000, Office improves insight into our business. Today we are a more cohesive, productive organization. Office made all the difference."

*Fernando Cadavez,
Controller*

Nossa Caixa
O Banco de São Paulo

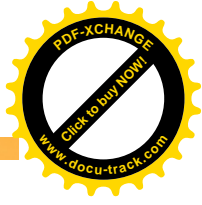
Business Issues:

- Aggressive growth objectives including:
 - Expanded customer base
 - Increased branch network size
 - Selling more products per customer
- Limited access to key business data housed in back-end systems
- Reduced organizational productivity
- Inability to react on

Solution: Nossa Caixa chose a business intelligence solution that includes Microsoft SQL Server 2000 to consolidate operational data and Microsoft Office Professional Edition 2003 to deliver, organize, and display that data over the Web to 2,000 employees, including managers and decision makers. Employees now can perform their own queries and use Microsoft Office Excel 2003 as an information dashboard to intelligently display individual branch sales, profitability, and overall performance

Benefits:

- Increased data access from a few executives to over 2,000 employees for more timely decisions. Planned to scale to over 5,000 employees in CY05
- 20% to 30% gains in customer face time by branch CSR's
- Improved organizational efficiency
- Improved quality of information



Experiencia Operacional – BMO Finance Group

“Visual Studio .NET and the Framework give us unparalleled developer productivity, accelerating the delivery of new solutions that drive enhanced customer satisfaction and increased customer service productivity.”

--Dave Revell

Senior Vice President, Technology and Solutions

BMO Financial Group

Business Goals

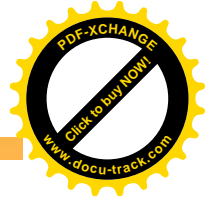
- **BMO Financial Group wanted to accelerate the delivery of smart client solutions—a strategy that requires decoupling the client from the complexity of host systems.**

Solution

- **The company selected Microsoft® Visual Studio® .NET and the Microsoft .NET Framework as its standard for developing smart client solutions that are loosely coupled to host systems through Web services**

Benefits

- **Loosely coupled architecture accelerates the delivery of user-centric smart client applications**
- **Increased developer productivity reduces development costs and time-to-market**
- **Eliminating complexity from branch environment decreases operational and licensing costs for 18k desktops in 1k+ branches**



Experiencia Operacional - Produbanco

“We needed to take action and trusted Microsoft’s advise that we could run our integral banking system on the Microsoft platform and meet our growth and scalability requirements. We have achieved unparalleled speed in responding to customer’s requirements. Microsoft’s counsel has been vital for the project’s success.”

Abelardo Pachano
President

**GRUPO FINANCIERO
PRODUCCION**

Scenario: Produbanco’s legacy system was outdated and did not provide the flexibility nor the scalability to meet their growth targets and increasing customer demand.

Solution: Produbanco developed an in-house core banking and delivery channel solution applying WW banking best practice principles in a modern, scalable and reliable IT architecture based on XML Web services, the Microsoft .NET framework, Microsoft Windows Server and Microsoft SQL Server cluster technologies. Visual Studio was used for development. Produbanco relied on Microsoft Consulting Services for the development methodology and architecture tuning for increased performance gains.

The Results:

- Reduced monthly batch processing time from 16 hours to under 2 hours
- Much improved transactional response time
- Greater access to information via daily upload of data-warehouse
- Increased customer satisfaction via consistent customer experience across delivery channels
- Greatly reduced total TCO



Experiencia Operacional – Banco Azteca

“Alnova was the most flexible system that we evaluated and was in accordance with the implementation and work calendar that we needed, as well as having experience in Mexico. The proposal was based on combining Alnova Financial Solutions with Microsoft’s .NET platform to form the central solution for the bank. Accenture coordinated all the hardware and software installations.”

Juan Arevalo
Systems Director
Banco Azteca

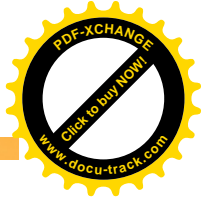


Scenario: An outgrowth of Elektra’s retail conglomerate, Banco Azteca needed to implement a low cost, next generation platform to support a broader product set. Low cost was a requirement due to Banco Azteca’s focus on serving their lower income customer base.

Solution: Alnova core banking application from Accenture, high performance HP Superdome processors and Microsoft Windows Server, .NET Framework and 64-bit SQL Server cluster technologies provide a scalable, reliable and highly flexible operating platform that has enabled Banco Azteca to meet their explosive growth in highly competitive and stable market. Microsoft’s Operations Manager and Systems Management server enable the bank to manage their infrastructure and meet their uptime requirements.

The Results:

- 4 month implementation cycle for phase I - Savings
- 50% reduction in implementation costs
- 33% reduction in annual operating costs
- Transaction consolidation in its more than 1,000 branches in record time.
- Grew from 3 million to 6 million customers in 18 months
- Over 360,000 savings transactions daily
- Over 150 million financial and retail sales transactions/month.



Porque Microsoft?

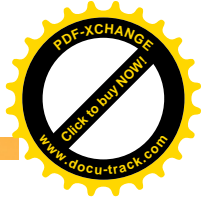
Satisfacción de Clientes
Equipo para Industria de Servicios Financieros
Soluciones
Innovación

Visión de Arquitectura
Liderazgo en Estándares
Liderazgo Conceptual
Liderazgo Tecnológico



Innovación Integrada
Computación Confiable
US\$7.8 billones en I+D
Mejores “economics”

Opción de Socios Comerciales
Orientación distinta a servicios
Variedad de proveedores de HW
Transformación de Negocios



Microsoft[®]

**Soluciones de Software de Microsoft
ayudan a las Instituciones Financieras a
alcanzar su pleno potencial.**