



La experiencia de pago: nueva clave a la hora de comprar

Diseñamos experiencias e implementamos productos digitales de pago que fidelizan a los consumidores, optimizan los procesos y potencian el negocio financiero de nuestros clientes de Consumer Products & Retail

Contexto

En Latinoamérica los medios de pago digitales continúan creciendo de forma exponencial. En 2020, el uso de billeteras digitales creció un 43,5 % y el uso de efectivo cayó un 34,7%*. Si bien muchas compañías comenzaron a adaptarse a esta tendencia, hoy se plantean varios interrogantes a la hora de definir su nueva estrategia: **¿cómo reduzco los costos de traslado de efectivo? ¿tengo que competir o integrarme con jugadores de medios de pago digitales? ¿cómo diseño una experiencia de pagos realmente omnicanal? ¿cómo proceso múltiples medios de pagos diferentes en cada país de manera segura y con regulaciones diferentes?**

Nuestro servicio

Acompañamos estratégicamente a nuestros clientes en el diseño e implementación de una nueva experiencia de pagos que permite **fidelizar a sus clientes, reducir costos operativos y generar nuevos modelos de negocios e ingresos para la compañía:**

Diseño de una experiencia omnicanal de pagos centrada en el cliente y rediseño de la operación. **Construcción de productos digitales de pagos** para implementar la experiencia omnicanal y resolver los desafíos de integración, regulatorios y de seguridad.

Uso intensivo de los datos para entender mejor al cliente y ofrecerle mejores productos y opciones financieras.

Transformación digital de la organización y creación de nuevos modelos de negocio.

Nuestra experiencia en el desarrollo de medios de pago digitales para clientes de la industria financiera en LATAM nos permite llevar **la mejor experiencia de pagos a nuestros clientes de Consumer products & Retail.**

*Fuente: Reporte Informe Ecosistema de pagos global y Latam



La centralidad del consumidor es fundamental tanto para proteger y garantizar su seguridad como para asegurar la mejor experiencia de compra.



Beneficios

- Mejor experiencia para sus clientes, lo que lleva a una menor tasa de abandono
- Aumento del poder de compra de los clientes
- Mayor lealtad
- Mayor conversión por fidelización
- Nuevos ingresos por servicios financieros
- Optimización de sobrecostos por forma de pago

CONTÁCTANOS

y descubre cómo transformar la experiencia de pagos de tu compañía

