

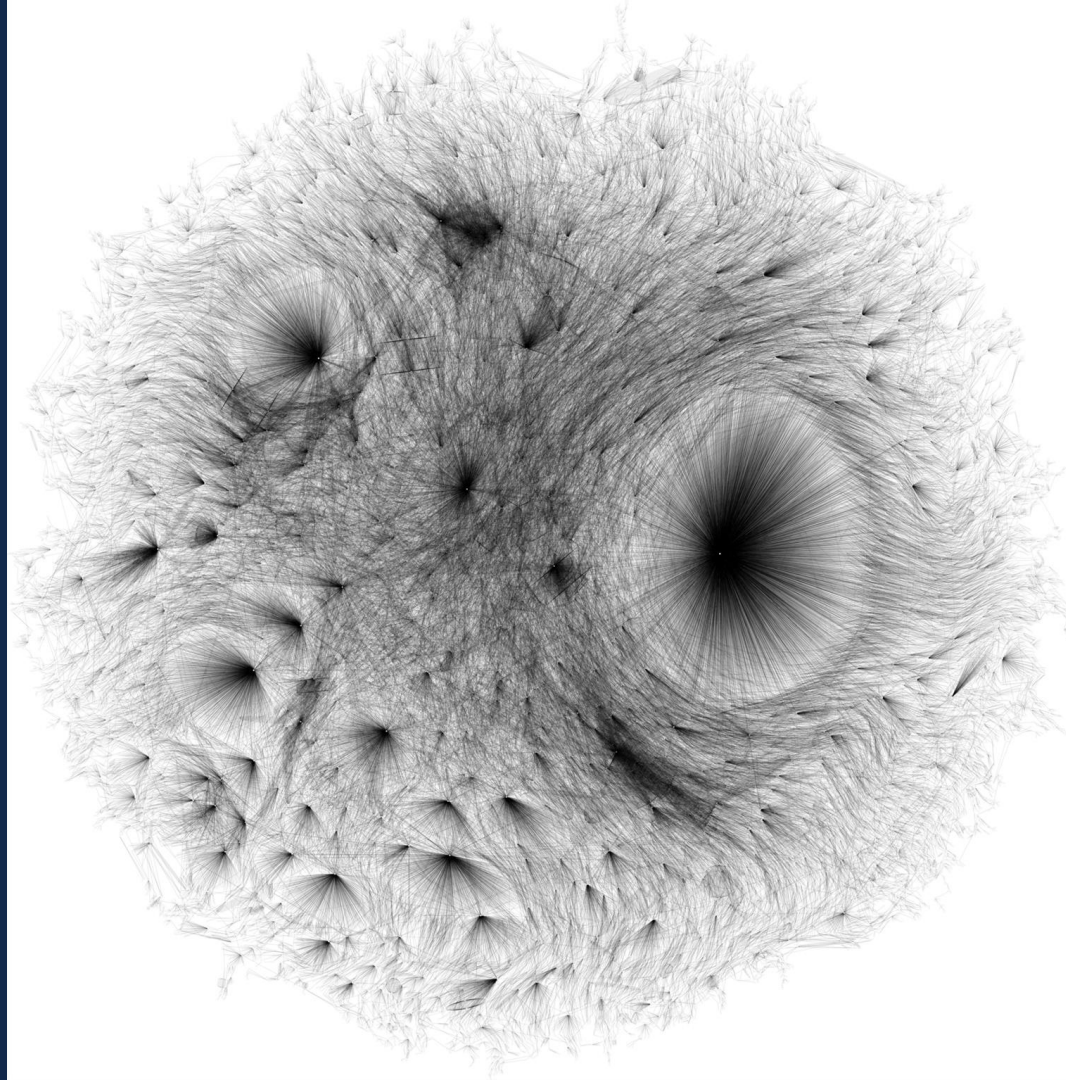
New Business Models with Financial Data

ELENA ALFARO
HEAD OF DATA & OPEN INNOVATION
BBVA @ELENALFARO

SP: 900M card tx from 1.2M PoS, by 60M people, representing €37.000M

MX: 1.800M card tx from 1.1M PoS, by 100M people, representing €d42.000M





What data can tell matters



vs

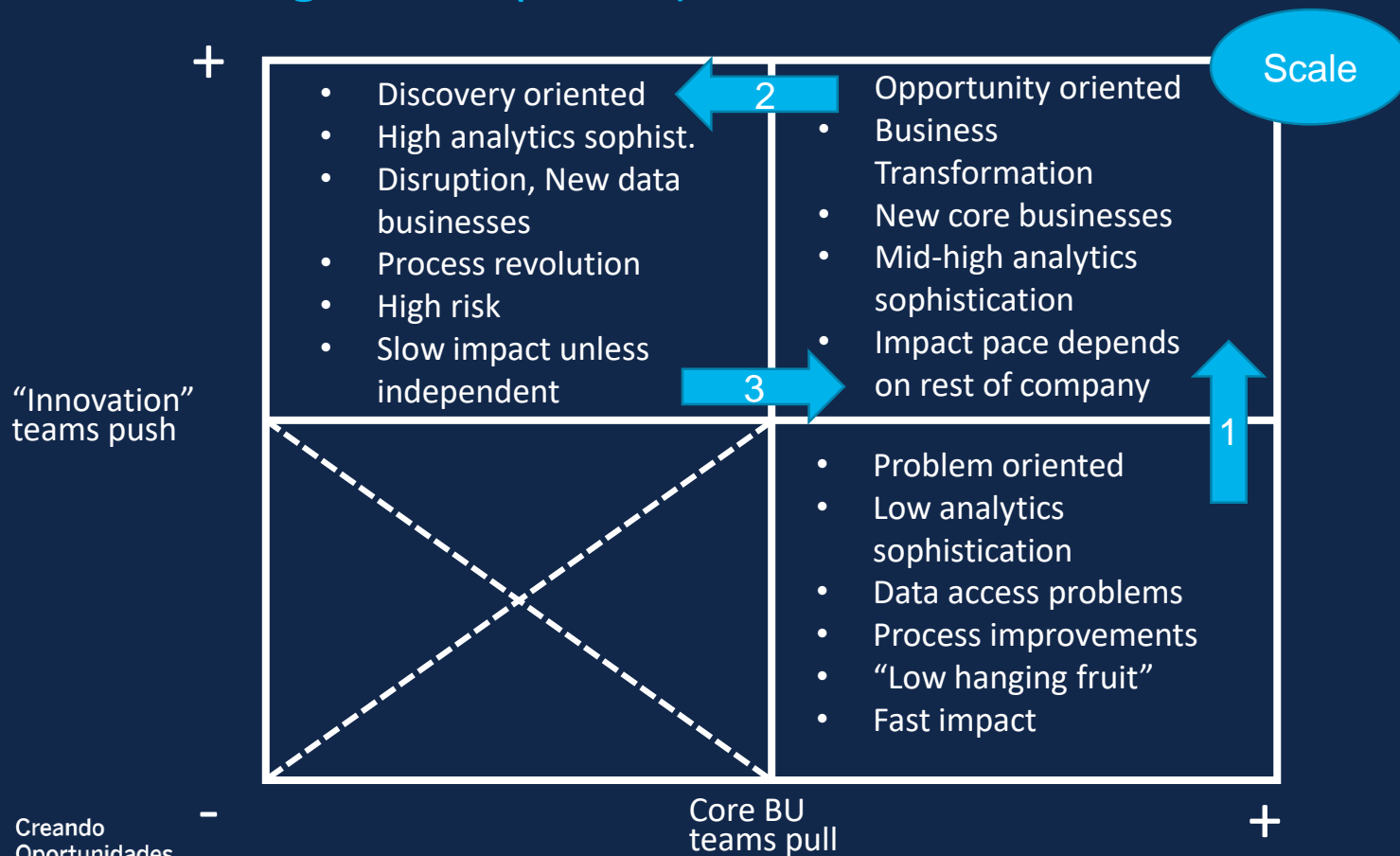


intention

vs

evidence

Where do (new) data initiatives come from? (in non native digital companies)



Data as an strategic asset: how is value created?

Use data to	What?	Resulting in
IMPROVE	Business processes & decisions	More revenue, less costs
WRAP	Products & services through differentiated features	More revenue
SELL	Data & new data based products	More revenue New businesses

Source: Barbara Wixom, MIT Sloan CISR 2015 <http://cistr.mit.edu/>

Improve

THE "BIG" GRAPH OF COMPANIES



The Banker
TECHNOLOGY
PROJECTS OF THE YEAR 2017

We provide risk analysts with **rich sources of information** on the **commercial ecosystems** of companies. RedeX **improves risk assessment** particularly for the many customers that have a thin credit history.



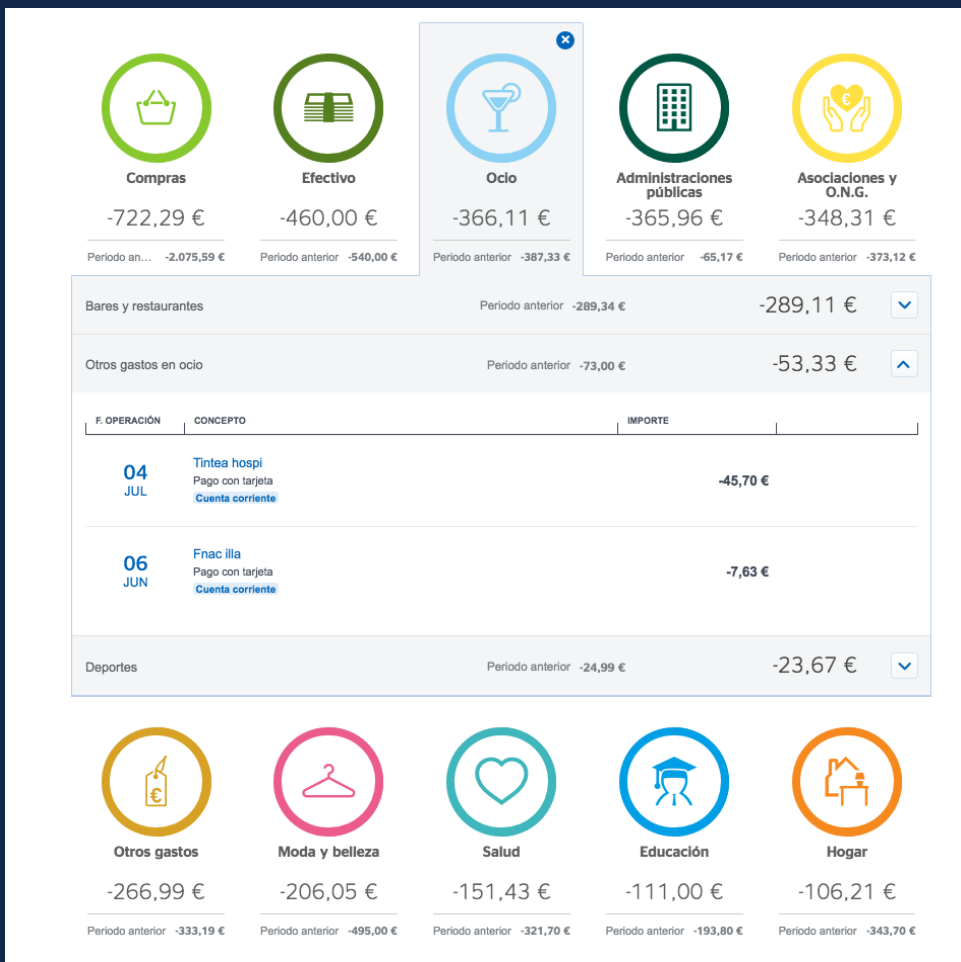
Wrap

For individuals: Personal Finance Manager

Help BBVA customers manage their money with automatic categorization of the everyday spending and investment advisory



Mi día a día



Compárate

1 2 3

Tu mes: 01 FEB - HOY · Productos seleccionados (3/8)

Configuración

Hola, **Manolo**

Hemos comparado tu gasto con el de gente con un perfil similar al tuyo. Estos

[¿Cómo calculamos estos datos?](#)**¿Cómo calculamos los ingresos?**

Para calcular el rango de ingresos, se toma en consideración todos los movimientos asociados a ingresos en Mi día a día, realizando una media mensual de los últimos 12 meses.

nos basado.

Soy
HombreTengo
Entre 30 - 40 añosIngresos aprox. al mes
30.000 €Vivo en el CP
28016**¿Quieres compararte con otro perfil?**

Selecciona otros parámetros para compararte con otros perfiles.

☐ Hombre

Que tienen entre

20 - 30 años

Ingresan al mes entre

20 - 30 años

Y viven en el CP

28015

☒ Mujer

Comparar

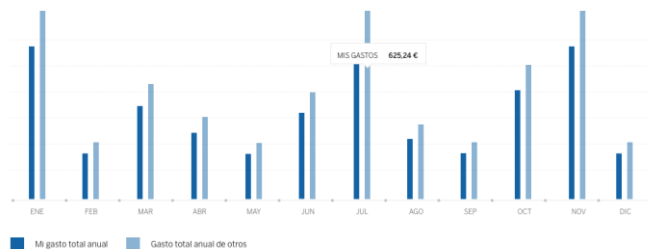
Cancelar

Comparación de tu gasto anual con el de tu perfil

Mostrar sólo gastos de

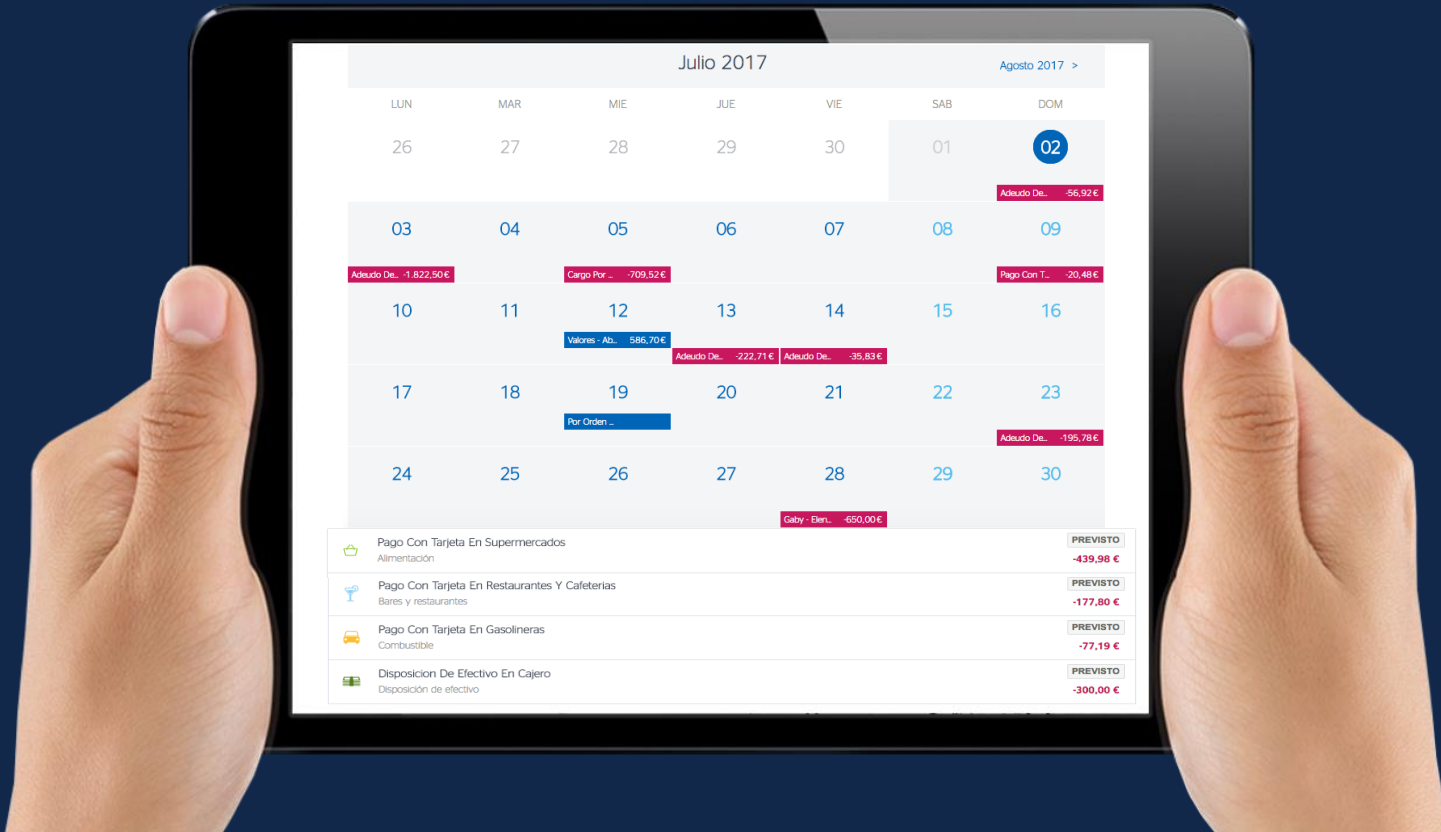
Todas las categorías

Gasto total en los últimos 12 meses

Mi gasto total anual
625'00 €Gastos total anual de otros
625'00 €

Financial Calendar

MY FUTURE EXPENSES





Bconomy

Analizando cuatro sencillas variables te proponemos planes de acción para que consigas tus objetivos: viajar más, conseguir un colchón financiero para ganar en tranquilidad, pagar menos en tus recibos...

Tu Salud Financiera

75 /100

Qué hemos tenido en cuenta para tu resultado

Tus ingresos mensuales

2500^{00€}

Tus gastos mensuales

2100^{00€}

Tu gasto en vivienda

1050^{00€}

Tu gasto en deuda

975^{00€}

Esta información refleja los datos de los productos seleccionados en la [configuración de Mi día a día](#).

TU AHORRO MENSUAL

TU LIBERTAD FINANCIERA

TU GASTO EN VIVIENDA

TU GASTO EN DEUDAS

¿Cuanto has ahorrado durante el último año?



Recomendación general

Se recomienda destinar a tu ahorro mensual el
20% de tus ingresos



Tu situación actual

En el último año has destinado a tus ahorros el
16% de tus ingresos

Wrap/Sell

For businesses: Commerce360

Democratize contextual business
intelligence to small retailers



Inicia sesión en Commerce360

elena.alfaro@bbvadata.com

ENTRA >

[Recuperar contraseña](#) | [Crea tu cuenta](#)

¿Necesitas ayuda? Contacta con nosotros en suporte@commerce360.es

Mi negocio:

Restaurante Miguel

c/Ejemplo, 20, 28005 MADRID

Buscar zona o tienda...

Hoy quiero ver...

Feb
Febrero 2018

Editar posición

Catálogo módulos

Ajustes panel

Muestra analizada

Feb

Facturación	13.795€
▲ 94,1%	14,2% tarjetas BBVA
Transacciones	751
▲ 108%	13,6% tarjetas BBVA
Tarjetas	517
▲ 98,8%	12% tarjetas BBVA

Muestra analizada

Feb



Nº comercios	357
▲ 14	Transacciones BBVA
▲ 21,6%	10.162
Nº tarjetas BBVA	7.766
▲ 20,5%	Transacción media
▼ 6,8%	37,36€

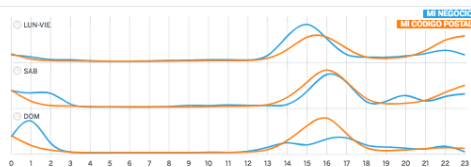
Cuota de mercado en código postal

Sep-Feb



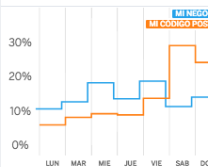
Patrón horario del gasto

Feb



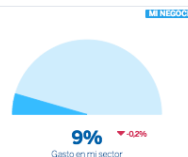
Patrón semanal

Feb



Cuota del gasto de mis clientes

Sep-Feb



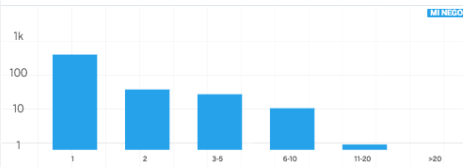
Nº pagos por tarjeta

Feb



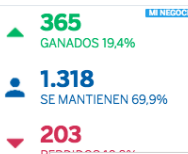
Nº de clientes en función de las veces que han comprado

Feb

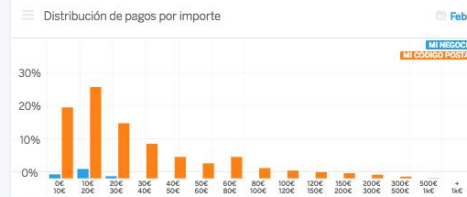


Clientes ganados y perdidos

Sep-Feb



Tu objetivo de este mes: Fidelizar



Tu objetivo de este mes: Fidelizar
[Visita la sección "Análisis"](#)



Tu objetivo de este mes: Fidelizar
[Visita la sección "Análisis"](#)



Tu objetivo del mes: Fidelizar



Según nuestros datos, tanto tu cuota de mercado semestral (0,4%) como tu número medio de compras por cliente (1,74) han crecido con respecto al mismo periodo del año pasado. Sin embargo, tu cuota de gasto (la fidelidad media de tus clientes) ha bajado un -0,2% hasta el 9%.

Esto significa que ahora te estás quedando con un menor porcentaje del gasto de tus clientes en Restaurantes.



Nuestra sugerencia

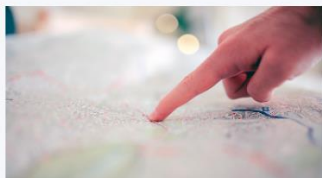
Aprovecha estas visitas para crear un vínculo con tus clientes, obtener nuevos canales de comunicación con ellos (por ejemplo, redes sociales) o pon en marcha un programa sencillo de fidelización.

Puedes apoyarte en nuestra [Gua Práctica de Fidelización](#) para obtener algunas ideas.

Valora esta sugerencia  

¿De dónde proceden los compradores en tu entorno?

Según los datos de Febrero, los principales códigos postales de procedencia de los clientes que compran en Restaurantes en 28005 son: 28005 (18,1%), 28012 (4,5%) y 28045 (3,9%).



¡Atención al Sábado!

El Sábado es el día de la semana en el que hay una mayor diferencia entre el porcentaje de gasto realizado en Restaurantes de 28005 y el realizado en tu establecimiento. (La diferencia es del 17,4%)



Nuestra sugerencia

Prueba a estimular tus ventas el Sábado con descuentos o eventos especiales ese día de la semana, como por ejemplo un 2x1.

En [este post](#), te damos algunas ideas sobre acciones que puedes llevar a cabo.



Nuestra sugerencia

Para incrementar el pago medio de tus clientes puedes probar estrategias de venta cruzada (cross-selling).

Por ejemplo, no olvides recomendar a tus clientes complementos para su compra principal. También puedes colocar al lado de la caja artículos de pequeño importe que puedan llamar la atención a tus clientes en el momento del pago.

Valora esta sugerencia  

¿Conoces cuál es tu base de clientes?

Hay 203 clientes (un 10,8%) que compraron en tu establecimiento hace 6 meses y no han vuelto desde

[¿Necesitas Ayuda?](#)[¿Necesitas Ayuda?](#)

Sell



BBVA
API_MARKET
Innovation for growing your business

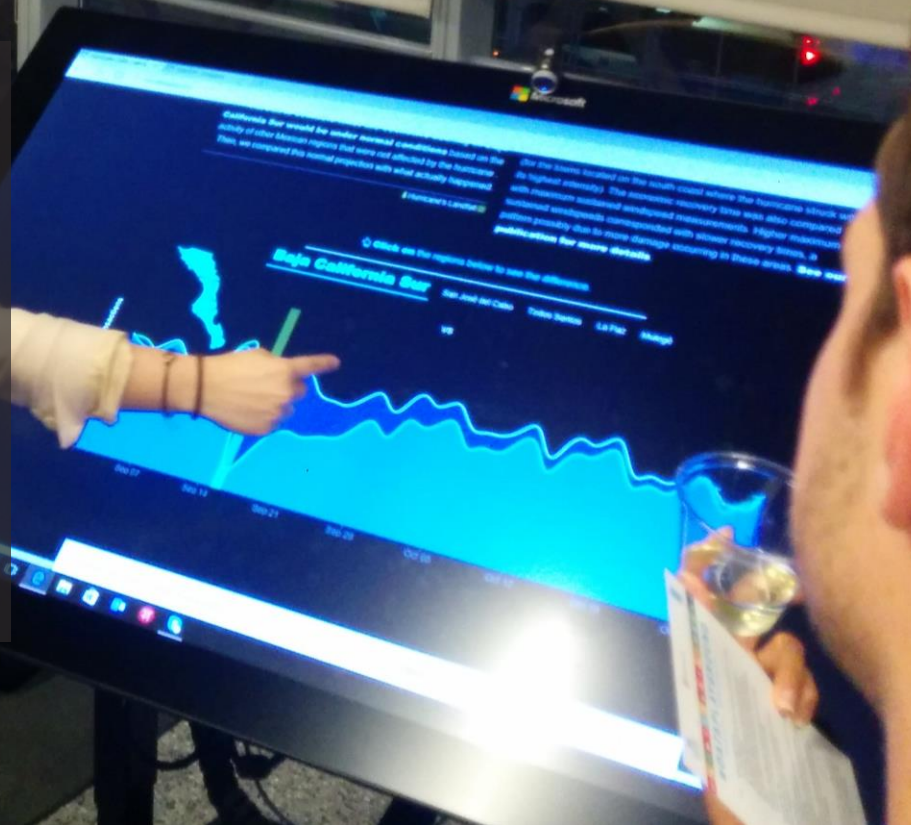
API Market

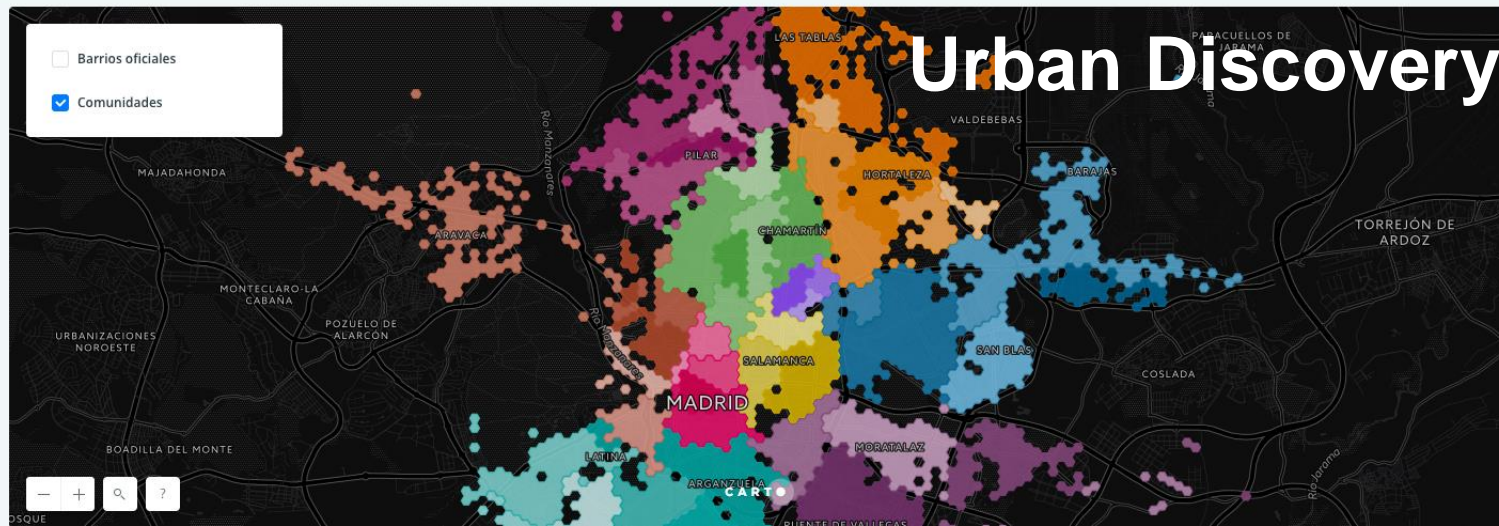
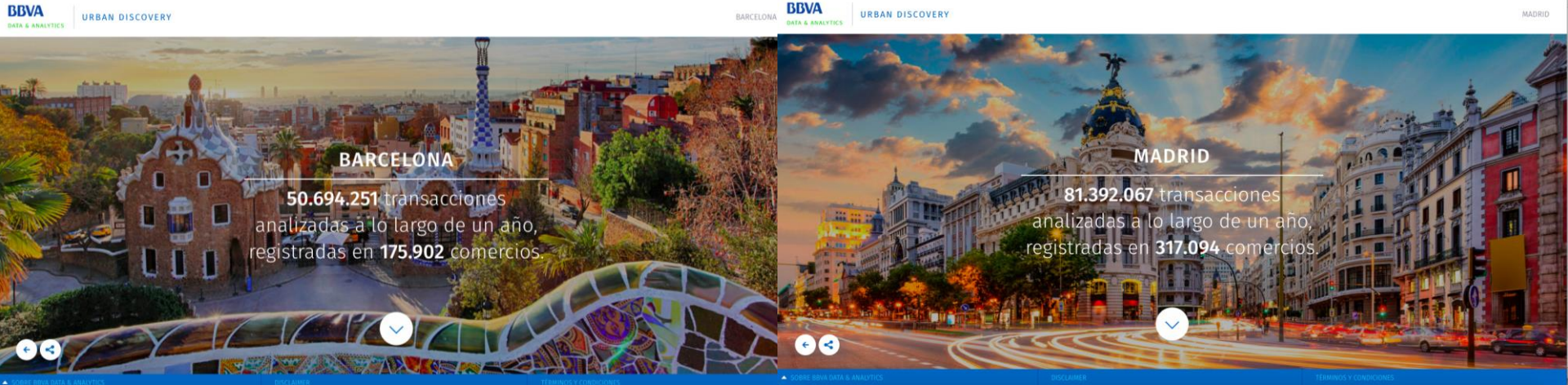
Data as a service for 3rd
party usage

Dissemination & Social Good

Urban analytics
Measuring economic resilience to
disasters in partnership with United
Nations and BBVA Bancomer

<http://odile.bbvadata.com/>





Baja California Sur

San José del Cabo

Todos Santos

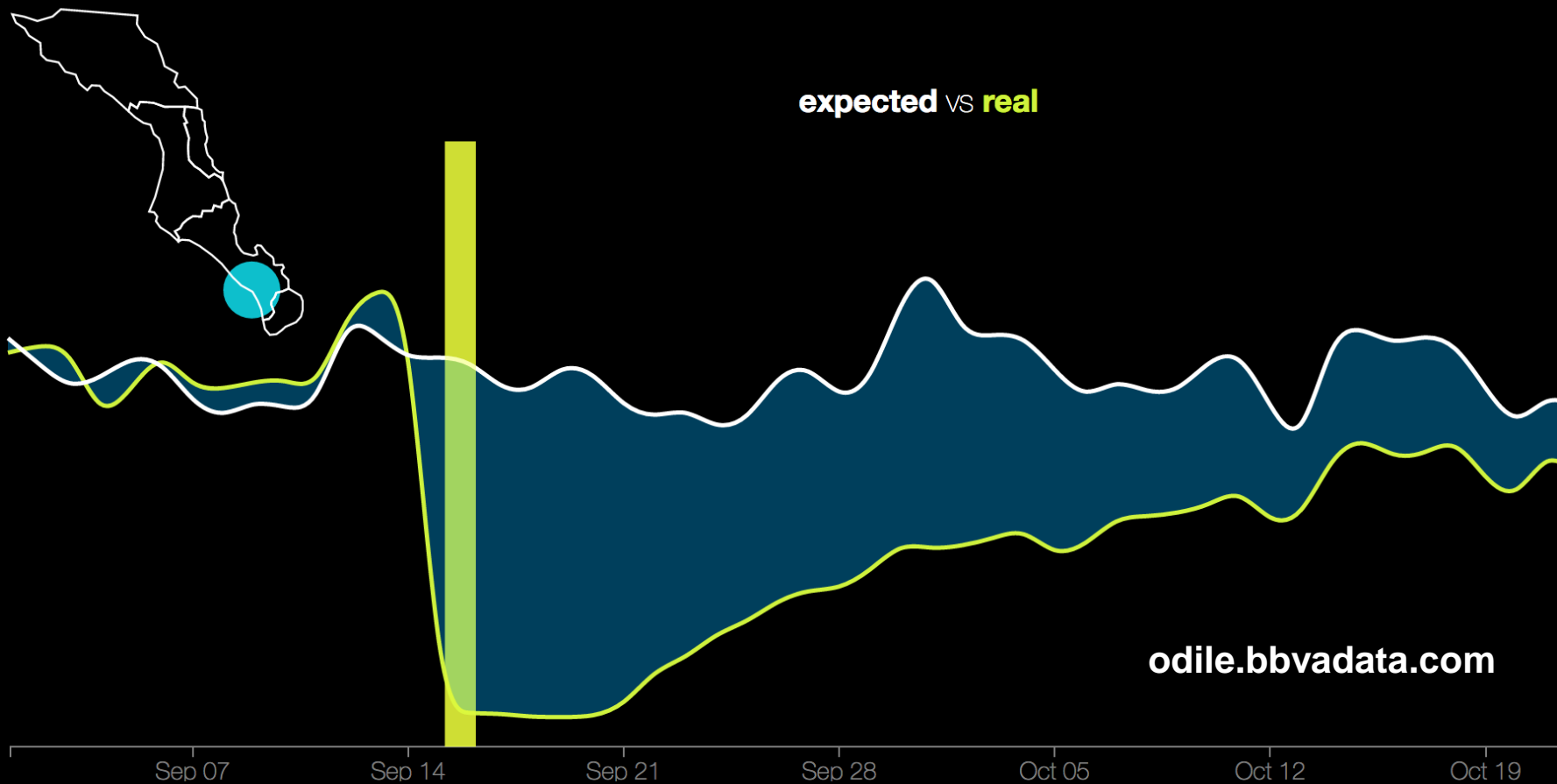
La Paz

Mulegé

Transactions

expected vs real

odile.bbvadata.com



Links

- www.bbvadata.com
- <http://www.commerce360.es>
- <http://bbvatourism.vizzuality.com/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=Zel6wych9p0>
- <http://www.odile.bbvadata.com>
- <https://www.bbvadata.com/urbandiscovery/>

THANK YOU!

We are always on the look-out for
exceptional talents!
bbvadata.com/join-us/

BBVA
DATA & ANALYTICS