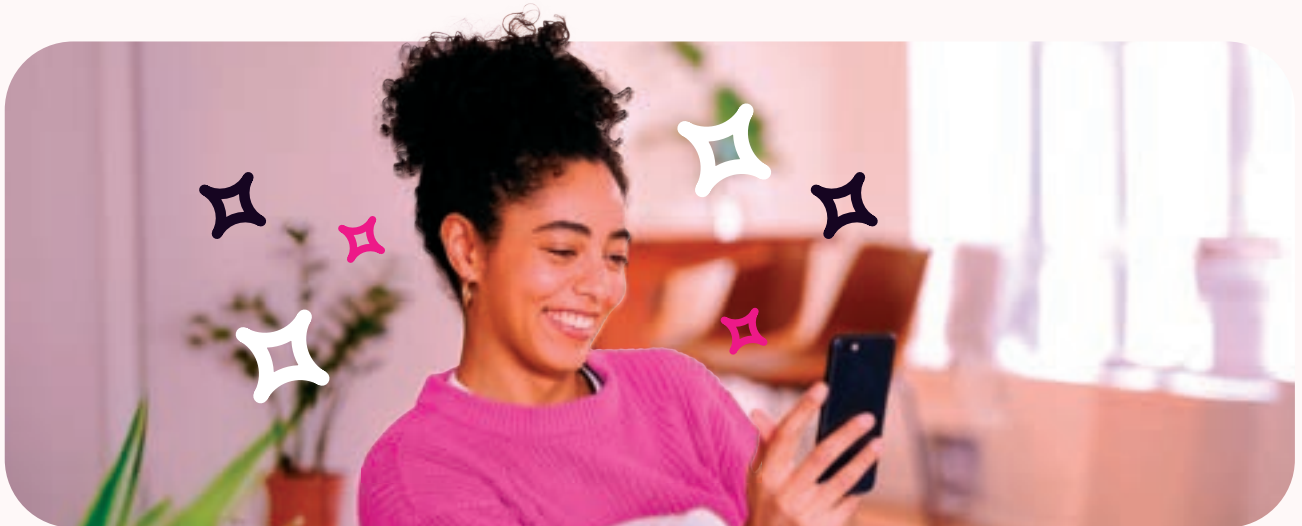


# Nequi

**Cómo Nequi ha reducido su churn en un 40% y aumentó la adopción de servicios de valor un 7% anual**



## La historia de Nequi

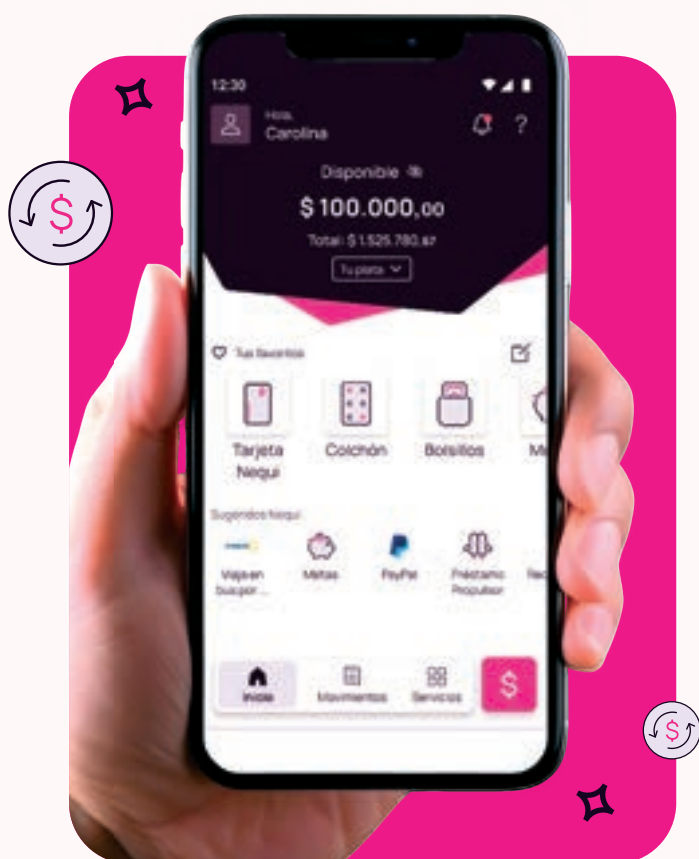
Creada en 2015, Nequi es una línea de negocio de Bancolombia S.A. que opera en Colombia y Panamá. Su plataforma financiera digital reúne varios servicios financieros y no financieros en una misma aplicación, que le permiten a los usuarios pagar con la Tarjeta Nequi, traer dólares a través de PayPal, pagar servicios públicos, recargar el celular, recibir plata del exterior y comprar un seguro o un tiquete de bus.

El crecimiento acelerado de la empresa, que actualmente cuenta con más de 20 millones de usuarios, la llevó a buscar soluciones para optimizar los resultados y, al mismo tiempo, potenciarlos. *"En 2021, cuando empezamos a trabajar con CleverTap, queríamos reunir todas las comunicaciones y resultados en un solo lugar, así como medir los resultados de la comunicación enviada y mejorar la experiencia de usuario. Pero ahora este trabajo ha evolucionado para reducir principalmente el churn y aumentar la adopción de servicios"*, cuenta Luisa Tejada, Líder de Propios Medios en Nequi.

# Desafíos

## Tres objetivos interconectados

Con la adopción de CleverTap, se resolvió el primer obstáculo: centralizar todas las campañas, comunicaciones, datos y análisis en una única plataforma. A partir de ese momento, el objetivo de la empresa fue mejorar la eficacia de sus campañas y su inversión publicitaria, centrándose en las conversiones y reduciendo el churn. *"CleverTap es una gran ayuda en este sentido, ya que nos permite reunirlo todo en un mismo lugar. De esta forma, podemos crear estrategias para rescatar a los usuarios que no han completado con éxito su experiencia y también crear campañas para segmentos específicos"*, explica Maria Macía, Líder de Growth Marketing en Nequi.



Aunque diferentes, todos los objetivos estaban conectados porque tenían que ver con la experiencia y el journey que los usuarios tenían con el app de Nequi. Para aumentar el engagement de los usuarios, era necesario aumentar la recurrencia de la app y reducir el churn. *"Nos dimos cuenta de que, al final, todo estaba relacionado"*, explica.

# Soluciones

## Uso de pivots y campañas personalizadas

Para comprender el journey y el comportamiento de los usuarios dentro de la aplicación, el equipo de Growth utilizó la función de pivots de CleverTap para averiguar los momentos específicos en los que realizaban una determinada acción. *"De esta forma, sabríamos cuándo es pertinente comunicarnos con ellos y exactamente sobre qué"*, señala Luisa. En cuanto al churn, la estrategia utilizada por el equipo fue crear campañas personalizadas para recuperar el momento exacto en el que los usuarios no han completado con éxito su journey.

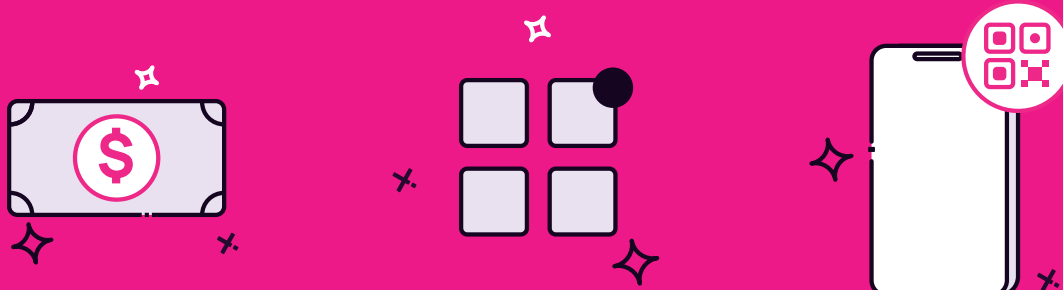


## Envío de notificaciones push y pop up

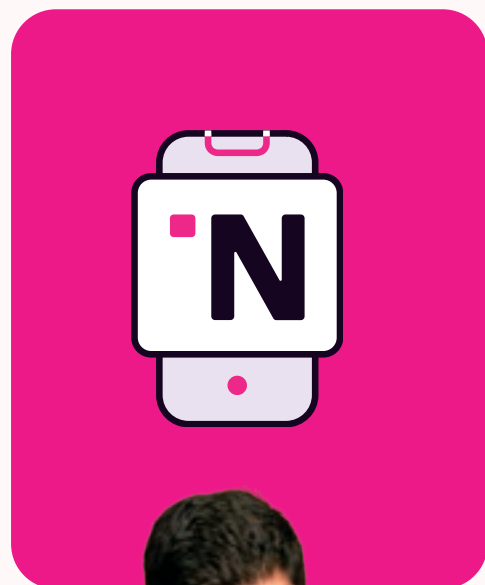
Con el crecimiento acelerado de la empresa, se hacía imprescindible poder distribuir la inversión publicitaria de forma que se obtuvieron los mejores resultados. *"Conseguir los mejores resultados con una inversión que tenga sentido es todo un desafío, pero la eficacia de canales como Push y Pop Up ha marcado una gran diferencia en la planificación y ejecución de nuestro presupuesto"*, afirma María.

# Resultados

Gracias a un análisis detallado, fue posible comprender el comportamiento general y las necesidades de los usuarios, lo que permitió identificar el momento más probable en que realizan una determinada acción, mejorando así la asertividad en las comunicaciones. Gracias a las estrategias y medidas adoptadas, el churn, principal preocupación de la empresa, se redujo en un 40%. Así, el trabajo que comenzó en 2021 alcanzó grandes resultados no solo para el equipo de Growth y Performance, sino también para el sector financiero. *"En los dos años siguientes a la implantación de CleverTap, aumentamos el uso de la aplicación en un 10% y la contratación de servicios en un 14%", afirma Luisa.*



## Próximos pasos



Con el éxito de las campañas para reducir el churn y aumentar la adopción de servicios, se plantean nuevos objetivos. Nequi busca ahora mejorar específicamente la experiencia de sus usuarios, centrándose en cuestiones de personalización. *"Queremos ofrecer nuestros productos y servicios de una manera más asertiva, y esto sólo es posible si llegamos a conocer a nuestros usuarios. Por eso es tan importante nuestra conexión con CleverTap, ya que nos permite obtener diferentes fuentes de datos"*, concluye Luisa.