Chase, Wells Fargo, Citi

Recuperación financiera

Resumen

Ayudamos a varias grandes instituciones financieras a convertir en rentables portafolios con ROA negativo.

- Identificamos a los clientes rentables y no rentables
- Redujimos las cuentas no rentables mediante términos mejor ajustados y una mejor cobranza
- Construimos cuentas rentables mediante mercadeo dirigido y ofertas a un segmento de uno

Contexto

- Tras compras agresivas de portafolios, JPMC tenía varios portafolios con utilidades negativas
- En Wells, una estrategia de mercadeo de alto crecimiento generó serios problemas de crédito
- Un programa de afinidad de Citi tenía miles de millones en cartera, pero muy poca actividad generadora de ingresos

Desafío

- Generar utilidades positivas con rapidez
- Remediar los problemas de riesgo subyacentes
- Crear valor de producto para atraer y retener a los mejores clientes
- Fomentar un comportamiento deseable de los clientes con una estrategia de producto escalable

Solución

1) Se realizó una evaluación a nivel de cliente sobre más de 20 millones de cuentas para identificar las brechas de desempeño financiero y sus causas.
2) Se desarrollaron e implementaron estrategias de remediación para los clientes existentes.
    a. *Reducción de riesgo*: se construyeron modelos de PD y de tiempo a incumplimiento, y se diseñaron estrategias avanzadas de cobranza.
    b. *Incentivo de comportamientos positivos*: el diseño de experimentos identificó características rentables y estrategias de comunicación.
    c. *Retención de relaciones rentables*: se utilizaron modelos de respuesta de rentabilidad para evitar a los clientes con respuesta negativa o sin respuesta.
3) Estrategia de adquisición de nuevas cuentas para dirigirse a relaciones rentables e incentivarlas
    a. *Mejor modelado de riesgo*: se añadieron datos de producto, de mercado y ajenos al crédito.

© Verde International, LLC.
Todos los derechos reservados.

b. *Mejor mercadeo dirigido*: los modelos de utilización y de probabilidad de respuesta permitieron estimar utilidades y medir costo/beneficio para cada prospecto.

c. *Revisión de productos*: se alinearon los productos con los comportamientos y el desempeño deseados. Luego se resolvió, de manera inversa, el diseño de ofertas óptimas para un segmento de uno.

Resultados

- ***Citibank*** – Aumentó el ROA de -1.2% a **2.3**% en 18 meses – Hizo crecer el ROA a razón de 60% anual
- ***Wells Fargo*** – Aumentó el ROA de -2% a **3.5**% en 2 años – Hizo crecer el ROA a razón de 15% anual
- ***JPMorgan Chase*** – Aumentó el ROA de -6% a **3.1**% en 2 años.

© Verde International, LLC.
Todos los derechos reservados.