**Con el uso de analítica de datos, Banco de Bogotá avanza hacia la consolidación de un modelo de campañas y microsegmentación 100% digital**

         **En alianza con Oracle, el banco ha avanzado en capacidad de automatización de campañas y microsegmentación de sus clientes.**

         **El 70% de clientes con un producto nuevo recibe un onboarding digital y automático con guías sobre el uso de sus productos o nuevas ofertas adaptadas a sus necesidades.**

       **El 100% de la base contable recibe permanentemente comunicación digital comercial y de servicio, de manera personalizada para apoyar sus necesidades.**

**Bogotá, junio de 2021**. El Banco de Bogotá, como parte de su estrategia de digitalización, ha consolidado la Analítica de Datos como una herramienta fundamental para transformar la experiencia de sus clientes, aplicando tecnología a los procesos de negocio.

Así, la entidad ha robustecido los modelos de comunicación con los clientes para ofrecer servicios más digitales. En alianza con Oracle, ha adoptado la herramienta Marketing Cloud que permite realizar interacciones personalizadas y automáticas para crear relaciones más cercanas con los clientes. Con dicha herramienta, el banco desarrolla más de 95 campañas en promedio al mes, beneficiando cerca de 3 millones de clientes. Se destacan las ofertas en línea de Tarjeta de Crédito y Créditos Libre Destino para los clientes que visitan las oficinas, los cuales a partir de la interacción con el wifi y digiturnos del banco, reciben ofertas de valor diferenciales.

“Gracias a nuestra estrategia de Analítica pasamos de realizar campañas de manera manual y con frecuencia semanal a campañas automáticas y en línea, que reducen la manualidad y el riesgo operativo y, sobre todo nos ha permitido micro segmentar a los clientes para llegar a cada uno con las ofertas más personalizadas” afirmó **Alejandro Esguerra, Director de Estrategia Digital del Banco de Bogotá**