



Este reto está dividido en dos actividades relacionadas con transacciones financieras realizadas a través de Internet.



ACTIVIDAD 1

1. Selecciona una empresa del sector bancario, de la que seas cliente y recibas notificaciones a tu correo electrónico.
2. Describe el manejo de contenidos enfocados al cliente. Algunos conceptos a tener en cuenta pueden ser: periodicidad, contenido, servicios, campañas.

ACTIVIDAD 2

Mario Aventura es una persona que realiza compras por internet. La semana pasada intentó realizar una compra de un tiquete, con su tarjeta de crédito en el portal de American Airlines, pero lastimosamente no contaba con el cupo suficiente. Durante los días posteriores, American Airlines, envió correos electrónicos, a Mario, con ofertas de tiquetes e información, sobre la compra segura por internet. Mario finalmente compró el tiquete.

1. ¿Qué fases del ciclo de vida del cliente puedes identificar en el caso expuesto?



RETROALIMENTACIÓN

Te invitamos a leer el siguiente ejemplo que te ayudará a determinar la efectividad del ejercicio que desarrollaste.

ACTIVIDAD 1

Hoy en día las entidades de sector bancario suelen enviar contenidos relacionados con lo siguiente:

- Seguimiento a los movimientos bancarios o extractos, que antes se enviaban en papel. Por medio digital hay mayor garantía de que te llegue la información, con menor costo para el banco y para ti (esto esperamos), además contribuye con la protección del medio ambiente.
- Los bancos también envían información sobre cómo mejorar la seguridad en el uso de los productos, sobre promociones y actividades especiales.
- También envían contenidos relacionados con la gestión que realiza el banco, para que siempre encontremos razones para preferirlos, en otras palabras, ¡hacernos más fieles!
- La periodicidad, depende de la estrategia que ellos tengan, seguramente los extractos te llegan cada mes o cada tres meses. En algunos casos tú puedes elegir la periodicidad, lo importante es que no te cansen.

ACTIVIDAD 2

Acertaste si tuviste en cuenta las siguientes **fases del ciclo de vida del cliente**:

- **Fase adquisición:** Al ingresar, Mario Aventura, al sitio web de American Airlines y la constante comunicación a través de correo electrónico.
- **Fase de conversión:** En el momento que Mario realiza la compra en el sitio American Airlines.