

## Los bancos y usos paralelos de la web 2.0

22/07/08 11:24



Las facilidades de interconexión que la web 2.0 ofrece a las empresas para con el público general no han pasado desapercibidas en el marco financiero. Desde hace ya tiempo, los bancos recurren al universo web y blogger para acercarse a sus clientes y conocer las necesidades económicas que les rodean. **prmarketing** ha analizado la última campaña de marketing online de Caixa Sabadell, y la red social creada por Fundación Bankinter, dos iniciativas

paralelas en la Red.

Caixa Sabadell lanzaba a principios de julio una campaña que se puede ver en Internet a través de una web, y un blog ('Y tú, ¿como ahorras?') que ronda en torno al concepto de ahorro y cómo llegar a fin de mes, temas éstos muy propios debido a la situación de crisis financiera que estamos padeciendo y que le sirven a la entidad para promocionar las ventajas del servicio nómina.

Según Óscar López, del departamento de marketing de Caixa Sabadell, lanzar sus propuestas por la web les permite 'transmitir mensajes más directos y asequibles al cliente final para que lo entienda, de ahí el manifiesto a favor del final de mes compuesto por ocho artículos. Aprovechamos la red para aproximar las ventajas a nuestros clientes, y promover de igual modo su participación'. Al tiempo que, decía, 'la participación sirve, para ver las sensaciones que genera la campaña sobre los clientes, y para poder conocer los problemas, y la dirección que llevan las necesidades de los mismos'. Los resultados de esta campaña se comprobarán no sólo en el número de impactos sino en el incremento de las domicializaciones de las nóminas, servicio que se esconde detrás del despliegue de medios.

Ahorrar es básico, pero crear riqueza también lo es. Éste es el cometido de **Fundación Bankinter** y de su programa FTF (Future Trends Forum), 'un programa único, integrado por 207 líderes de innovación de todo el mundo que conforman una comunidad virtual', explicaba **Mónica Martínez**, Directora General de la Fundación, cuya misión es 'detectar tendencias mundiales y analizar sus impactos en los modelos de negocio', ya que la innovación es fundamental para ser competitivos.

Desde 2003, momento en que nace **Fundación Bankinter** se plantearon 'apostar por WEB.2.0' pero no ha sido hasta abril de 2008 cuando han lanzado su red social mundial, con la opinión de estos expertos, para un uso general; una acción cuyos resultados se daban a conocer en una charla coloquio con bloggers, ideada para conseguir que sean ellos mismos, los que hagan llegar las medidas del FTF a sectores más populares.

La red no tiene fronteras, así, los internautas no sólo pueden orientar a los bancos en las medidas económicas que facilitarán la administración de la economía doméstica sino que, ahora, y a través de la acción online de la **Fundación Bankinter** son los expertos los que te asesoran. Porque, como decía Martínez, 'esa es la diferencia fundamental entre una entidad bancaria y una fundación'.

*Seguiremos Informando...*