



FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación Corporativa

EVOLUCIÓN DEL COMMUNITY MANAGER Y LA
IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA CRM EN
EL BANCO INTERBANK, AÑO 2021

Trabajo de suficiencia profesional para optar el título
profesional de:

Licenciado en Comunicación Corporativa

Autor:

Ademir Ali Barzola Huanuco

Asesor:

Mg. Norka del Pilar Segura Carmona

Lima - Perú

2021

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN EJECUTIVO	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	13
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA	52
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	54
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	58
REFERENCIAS.....	62
ANEXOS	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	9
Tabla 2	10

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fan Page de Facebook del Banco Interbank.....	35
Figura 2: Campaña publicitaria: Requisitos, información y proceso de sorteo del producto Cuenta Millonaria.	36
Figura 3: Campaña publicitaria: Diferencia entre Tarjeta de Crédito y Tarjeta de Débito, información, requisitos y más	36
Figura 4: Fan Page de Interbank en Instagram.....	37
Figura 5: Campaña publicitaria de la lucha contra la violencia a la mujer	38
Figura 6: Campaña publicitaria y promoción del concierto de la banda Coldplay.....	39
Figura 7: Fan Page de Interbank en Twitter	39

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo de suficiencia profesional, se busca implementar estrategias de CRM de mano con la gestión del Community Manager, para descubrir un nuevo segmento de clientes, potenciar el actual y fidelizar a los clientes no digitales para beneficio del Banco Interbank, lugar donde laboro desde hace 4 años. Mi gestión radicaba en la atención de consultas, preguntas frecuentes y reclamos, los cuales son relaciones hacia los productos del banco y también por el servicio prestado en todas sus canales de atención (Tienda Interbank, Interbank Agentes, Redes Sociales y Banca Telefónica).

Basado en mi experiencia laboral en Interbank, pude notar la falta de herramientas en la comunicación de los procesos bancarios por los cuales se mantiene diversas consultas, quejas y reclamos. Con ello, se busca implementar estrategias como la omnicanalidad, el uso del inbound marketing, fidelización del cliente y manejo adecuado de la información. Implementando estas estrategias, Interbank lograría un posicionamiento mayor, en el sector financiero peruano, donde no sólo se busque la atención rápida y eficaz al consumidor. Si no también, el generar autonomía al cliente y lograr digitalizar a los consumidores, junto con una cultura financiera que aporte valor tanto para el cliente e Interbank.

Palabras clave: Community Manager, Estrategia CRM, Interbank, Inbound marketing, Estrategias de Comunicación y Marketing, Marketing Relacional.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

Murillo Delgado, E. P. (2016). *El Community Manager desde una perspectiva estratégica en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil de la carrera Ingeniería Comercial* (Tesis de titulación). Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Arrage, S., & Maza, L. (2012). *La efectividad de la publicidad en la red social Facebook, como factor competitivo para las empresas courier. caso: skycl express*. (Tesis de titulación). Universidad nueva Esparta, Venezuela.

Vidal Rebollal, T. (2014). *El community manager. La voz de la marca en las redes sociales*. (Tesis de titulación). Universidad de Valladolid, Segovia, España.

Cuervo, S., Ferreyros, D., Urbano, C., Vargas, R., & Wong, D. (2014). *Valoración de servicios online: el community manager en el sector banca, seguros y AFP*. Universidad ESAN, Lima, Perú.

Quiquia Bernuy, W. E. (2019). *El Community Manager y su relación con el posicionamiento de marca de la empresa Gestión de Portales S.A.C., distrito Pueblo Libre, 2018* (Tesis de titulación). Universidad Peruana de las Américas, Lima, Perú.

Roberto Emanuel, V. T. (2019). *El Marketing Relacional y la fidelización de las medianas empresas, clientes de Scotiabank en la ciudad de Lima – Perú* (Tesis de titulación). Universidad de Lima, Perú.

Oliveira da Silva Fragata A., & Muñoz Gallego, P. A. (2010). The importance of perceived service quality in banking loyalty for large business customers. *Revista Pública de Chile: Enfoque en la Calidad de Servicios*, 93-131.

Kotler, P. (2003). Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales (1ª Ed.). México: Pearson Educación.

Kotler, P., Armstrong, Gary. (2003). Fundamentos de marketing (6ª Ed.). México: Pearson Educación.

Kotler, P., Keller, Kervin. (2006). Dirección de Marketing (12ª Ed.). México: Pearson Educación.

Alet, J. (2004). Cómo obtener clientes leales y rentables. Márketing Relacional (3.ª ed.). Barcelona: edición 2000.

Faus, M. A. (2004). *Temas clave en Marketing Relacional*. Madrid: McGraw Hill.

INTERBANK. (2019). *www.interbank.pe*. Obtenido de <https://interbank.pe/>

Kotler, P. A. (2003). *Fundamentos de marketing (6ª Ed.)*. México: Pearson Educación.

Gestión, D. (12 de agosto de 2021). Gestión Empresas. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/empresas/ifs-el-58-de-los-clientes-de-interbank-son-100-digitales-no-acuden-a-las-agencias-ni-usan-banca-telefonica-noticia/>

IPSOS. (17 de agosto del 2018) Imagen y posicionamiento de la banca personal [Gráfico]. Recuperado de <https://www.ipsos.com/es-pe/imagen-y-posicionamientode-la-banca-personal> I

IPSOS. (2018). ¿Nos vamos de Cybercompras? Recuperado de https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2018-05/nos_vamos_de_cybercompras.pdf

IPSOS. (7 de octubre del 2019). Gen Y: Perfil del Adulto Joven - Perú Urbano 2019. Recuperado de <https://www.ipsos.com/es-pe/gen-y-perfil-del-adulto-joven-del-peruurbano-2019>

IPSOS. (2020). Imagen y posicionamiento del sistema financiero - Banca empresarial [Infografía]https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/202007/banca_empresarial.pdf Janampa, C. (2019).

Inboundcycle. (2019). Los resultados del Inbound Marketing 2018. Recuperado de blog-de-inbound-marketing: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inboundmarketing/estudio-del-inbound-marketing-2018-nueva-edicion-disponible>

Interbank. (2020, febrero). Memoria anual 2020. <https://interbank.pe/documents/20182/2263274/memoria-anual2019.pdf/2559be15-d818-41c2-a355-11f614cede23>