

Ahorre mi dinero

“Ahorre mi dinero”. Estas tres simples palabras describen en un 99% lo que uno necesita tener en cuenta cuando diseña productos y características para la base de usuarios mileniales de las cooperativas de ahorro y crédito. Esto no solo aplica a las soluciones de pago, sino también a todo el conjunto de productos financieros que las cooperativas de ahorro y crédito ofrecen a este codiciado segmento de clientes.

Ahorre: Se ha indicado que los mileniales son la primera generación desde la Gran Depresión que no estará en una situación económica mejor que la de sus padres. El típico millennial enfrenta una aplastante deuda estudiantil, un mercado laboral extremadamente rígido y la perspectiva de que será el único responsable de la jubilación, a medida que las pensiones desaparecen. El concepto y las herramientas para el ahorro es un área de compromiso esencial para las cooperativas de ahorro y crédito; un área en la que están bien posicionadas. Un punto de inicio es ofrecer educación y guía financiera. Los ejemplos digitales, tales como [LearnVest](#), [Level](#) y [Phroogal](#) deben ser conocidos por las cooperativas de ahorro y crédito — ambos adoptados e integrados. La educación por sí sola no es suficiente. Las cooperativas de ahorro y crédito deben tratar de integrarse con las soluciones de ahorros digitales que los mileniales ya están adoptando, tales como [Digit](#) y [Acorns](#).

Mi: La personalización es importante. Es con lo que ha crecido esta generación dependiente de la tecnología. Sí, efectivamente los grandes datos son importantes; sin embargo, los “datos pequeños” tienen más valor — datos a nivel individual. Las cooperativas de ahorro y crédito están al tanto de una gran cantidad de información transaccional concerniente a la persona. Esto es una enorme ventaja. Utilice esto para involucrarse con sus clientes mileniales como una persona real, no como un dato demográfico.

Dinero: Enfrentémoslo. La mayoría de los jóvenes mileniales no tienen mucho dinero disponible. Esto obviamente cambia a medida que van pasando a través del típico “ciclo de vida” del trabajo y la vida social. La generación millennial es bastante amplia (como lo son todas las generaciones) y aquellos en el segmento de más edad continúan avanzando en el modelo más tradicional de relación con el cliente a medida que evolucionan sus carreras y su vida familiar. Ayúdelos a presupuestar y ahorrar para sus metas de vida y tendrá un modelo sobresaliente de participación. Y sobre todo, evite los recargos siempre que pueda. Esta es la sentencia de muerte para esta generación.

Un último punto clave que se debe considerar. Esto no solo aplica a los mileniales. En la era digital, el mantra “ahorre mi dinero” aplica a todos los grupos demográficos independientemente del rango de edad o nivel ingreso, género, etnicidad, etc. Estas tres simples palabras transforman su trabajo de estar internamente enfocado a estar enfocado en el usuario. Y al final, eso es todo lo que importa.



Sam Maule

Director de Prácticas de Pagos Emergentes

[Carlisle & Gallagher Consulting Group](#),
Carolina del Norte, EUA



“Ahorre mi dinero”. Estas tres simples palabras describen en un 99% lo que uno necesita tener en cuenta cuando diseña productos y características para la base de usuarios mileniales de las cooperativas de ahorro y crédito.