

HSBC invierte \$80 millones en un producto para millennials

Buenos Aires, 3 de octubre de 2017.- HSBC Argentina lanzó Smart Time, un nuevo producto pensado para millennials, ideado y desarrollado 100% en la Argentina, que permitirá a los clientes operar con el banco íntegramente de manera digital y los premiará por eso. En solo dos clicks, y sin ir a la sucursal, los interesados podrán convertirse en clientes de HSBC y descargar una aplicación desde la cual administrarán sus beneficios.

“Buscamos que la interacción con nuestros clientes sea cada vez más simple y digital. Es por eso que incorporamos la tecnología de reconocimiento facial para acceder a la aplicación que desarrollamos para Smart Time”, comentó el director de la banca de individuos de HSBC, Constantino Gotsis.

Con su idea, HSBC Argentina se posiciona como la primera filial del Grupo HSBC en lanzar este nuevo producto dirigido a uno de los segmentos con mayor potencial de negocios. Se trata de jóvenes de entre 25 y 35 años, nativos tecnológicos, activos y ambiciosos, que están empezando a abrirse su propio camino, buscan un beneficio inmediato y no quieren ir a una sucursal.

El software para su funcionamiento y el desarrollo de la aplicación para la utilización en celulares fue desarrollado íntegramente en la Argentina por ingenieros locales.

La gerente de canales digitales, Vanda Humar, comentó: “El 98% de las transacciones monetarias se realizan a través de las plataformas digitales. Smart Time responde a los intereses que los jóvenes buscan hoy. Por ese motivo, cada descuento en comercios on line y premio a los cuales podrán acceder los clientes se alinean a sus preferencias y estilo de vida”.

Smart Time premia a sus clientes por realizar transacciones con el banco a través de canales digitales: on line banking, mobile banking y cajeros. Las transacciones que realicen los clientes, como una transferencia, recargar el celular, consultar su saldo o pagar un servicio se transformará en minutos Time y los minutos acumulados podrán canjearse por premios y descuentos. Los clientes Smart Time, por ejemplo, recibirán una bonificación de seis meses de Spotify Premium, descuentos en Mercado Libre, Pedidos ya y Plataforma 10, entre otros.

Una de las acciones que desarrolló HSBC para atraer la atención de sus potenciales nuevos clientes es la conexión a Internet gratuita en paradas de colectivos en la ciudad de Buenos Aires.

El camino que está transitando HSBC está marcado por la innovación. “La banca en la Argentina está cambiando y mejorando. La compañía continuará liderando las tendencias mundiales a través de nuevos desarrollos y tecnologías que simplifican la forma de realizar operaciones financieras”, señaló Gotsis.



HSBC Argentina

HSBC Argentina Holdings SA es una de las organizaciones financieras más importantes del país, con 138 sucursales en 22 provincias y 4.743 empleados. Para mayor información ingrese a www.hsbc.com.ar.

En el mundo, el Grupo HSBC, fundado en 1865, cuenta con 3.900 oficinas en 67 países y territorios en Asia, Europa, Norteamérica, América Latina, Medio Oriente y África del Norte. Con activos por casi U\$S 2,5 billones al 31 de junio de 2017, HSBC es una de las mayores organizaciones de servicios bancarios y financieros del mundo.

Contacto con medios:

Carolina Scarampi

+54114340-9716
+549113692-0990

carolina.scarampi@hsbc.com.ar