



**BBVA** Creando  
Oportunidades

# Transformación del modelo de negocio

Valencia, 12 de septiembre 2017



# ¿2020: SUSTO O MUERTE?

## TRANSICIÓN DIGITAL EN LA BANCA ESPAÑOLA

¿ Qué ha  
cambiado?

- La **crisis financiera** y posterior crisis económica
- La **construcción europea**
- La **experiencia cliente** y la digitalización

¿Por qué  
abrazar  
lo digital?

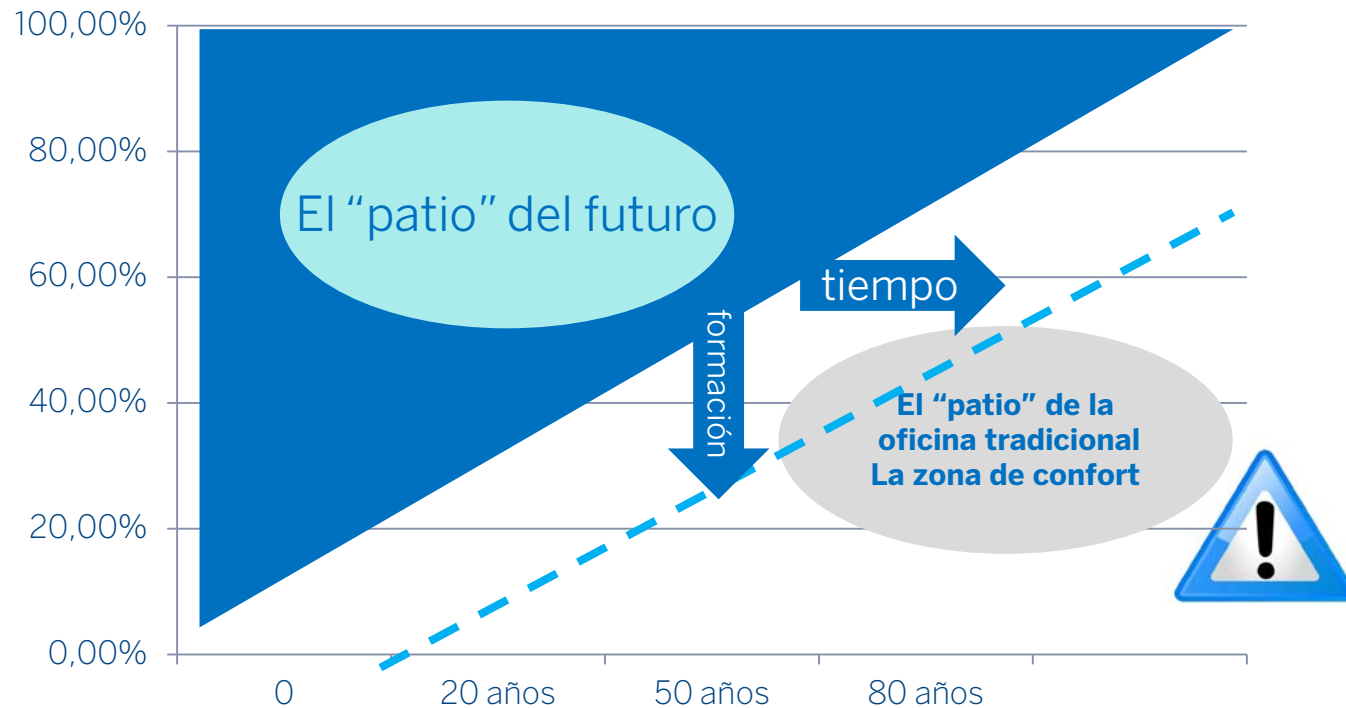
- Existencia de **nuevos competidores**
- La **tecnología**
- Qué** quiere el cliente y **cómo** lo quiere

3 vectores  
condicionantes

- La **plataforma tecnológica**
- La **inteligencia comercial**
- Las personas**

# LA CUÑA DIGITAL <sup>(1)</sup>

% clientes tradicionales  
o no digitales



(1) Fuente: Alberto Charro, "2020, Susto o muerte? Transición digital en la banca española", Boletín de Estudios Económicos nº217, Abril 2016, pág. 178

# 01. Visión y aspiración

# El cambio en los consumidores y en sus necesidades

- **Permanentemente conectados**  
Quieren operar en cualquier momento, desde cualquier lugar
- **Acostumbrados a las experiencias digitales**  
Esperan ayuda proactiva y personalizada en la gestión de sus finanzas
- **Utilizan múltiples dispositivos y aplicaciones**  
Buscan la mejor experiencia para cada una de sus necesidades financieras



# Nuestra aspiración



A través de una experiencia fácil y conveniente: autónomamente (DIY) a través de canales digitales o mediante la interacción humana



Ayudar a nuestros clientes a tomar las mejores decisiones financieras proporcionando asesoramiento relevante

**Afianzar  
la relación  
con el cliente**



Proporcionar las mejores soluciones que generen confianza: claras, sencillas, transparentes y con condiciones justas

**Redefiniendo nuestra propuesta de valor centrada  
en las necesidades reales de nuestros clientes**





## 02. La transformación de BBVA







# Ruta estratégica definida

## Nuestro Propósito

“Poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era”

**BBVA**  
Creando Oportunidades

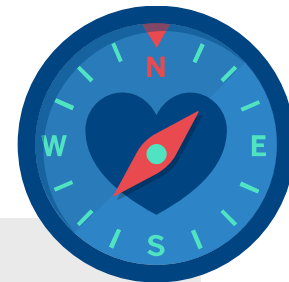
## Seis prioridades estratégicas

-  La mejor experiencia de cliente
-  Ventas digitales
-  Nuevos modelos de negocio
-  Optimización de la asignación de capital
-  Liderazgo en eficiencia
-  El mejor equipo

Somos BBVA. Somos creadores de oportunidades



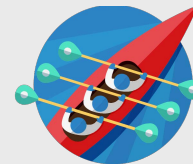
# Nuestros Valores



**El cliente** es lo primero



Pensamos **en grande**



Somos **un solo equipo**



Somos empáticos



Somos ambiciosos



Estoy comprometido



Somos íntegros



Rompemos moldes



Confío en el otro



Solucionamos sus  
necesidades



Sorprendemos al cliente



Soy BBVA

# La transformación en BBVA: TRANSFORMATION BUILDING BLOCKS

*New customer experience (our value proposition)*

## Convenience

*"I do everything from my smartphone and  
with the assistance of my manager when I need to"*

## Transparent

*"BBVA offers me very transparent products that are  
easy to contract"*

## Amazing

*"BBVA cares about me, anticipates and  
pleasantly surprises me"*

## Empowering

*"BBVA gives me resources so I can feel I'm in control"*

***Digital  
sales***

***Distribution Model Transformation***

# Convenience

*"I do everything from my smartphone and with the assistance of my manager when I need to"*

1.1



## Becoming a customer is very simple

- 100% on-line
- Fast and easy (<5 minutes)
- With any product
- I bring my bills
- Customized on-boarding

1.2



## All the servicing in my app

- Easy
- Comprehensive
- Multi-channel
- Multi-language

1.3



## My remote manager on my smartphone

- I have a remote manager
- I communicate by phone and exchange documents easily
- I sign all documents without having to move from home

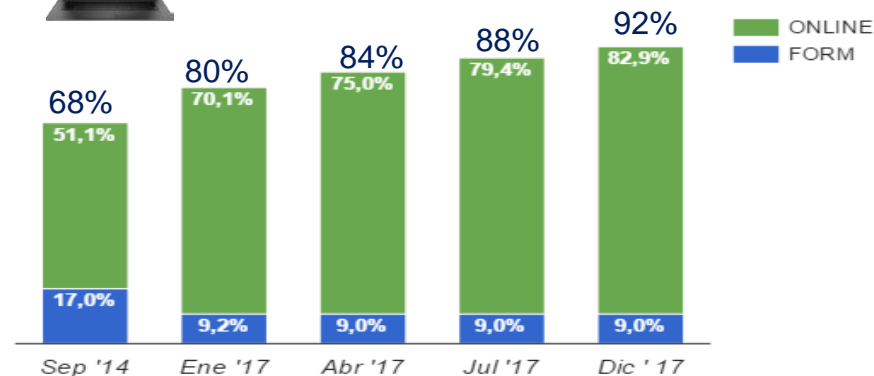
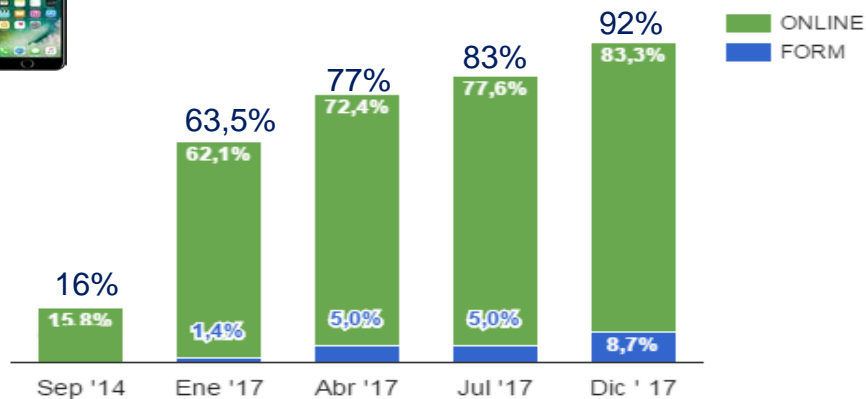
1.4



## No waiting if I have to go to a branch

- I arrange an appointment and I don't have to wait
  - Manager
  - Teller

# Transparent offer- DIY processes



# Amazing & Empowering

## Status

## Roadmap

Control for my  
day-to-day life

>900  
mil

Monthly PFM Active  
users

40  
mil

Expense budgets

- Month starting **date selection**
- PFM **Data engine** improvements
- PFM Income and expenses **recategorization**

It helps me  
to save

10  
mil

Goal accounts

- **Goal account finance** when 70% reached

100  
mil

Monthly Valora  
users

- Allow customer to **see Idealista comparables in BBVA Valora**
- **Rent vs Buy** advice
- **Augmented reality** search

It helps me with  
important  
decisions

# Digital sales

## Cientes digitales BBVA España



4,1 millones  +17% anual

## Cientes móviles BBVA España



2,9 millones  +28% anual

## Cientes digitales C. Valenciana



45% del total

## Ventas digitales C. Valenciana



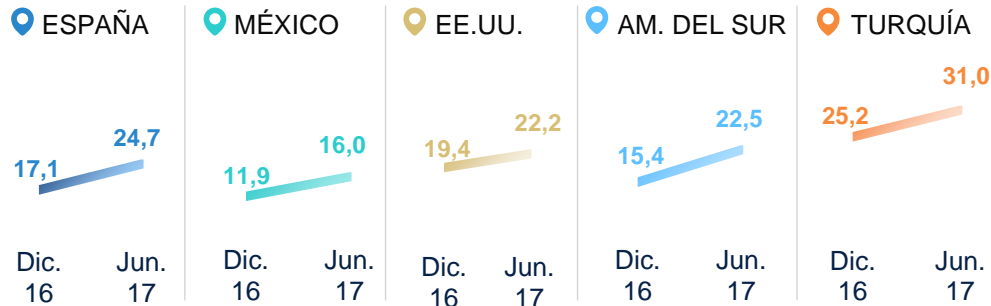
30% del total  
vs 25% BBVA España



# Digital sales

## Ventas por canales digitales

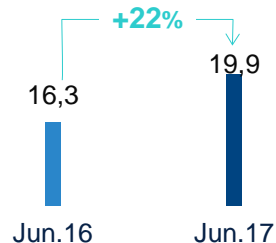
(% de ventas digitales acumuladas, # de transacciones)



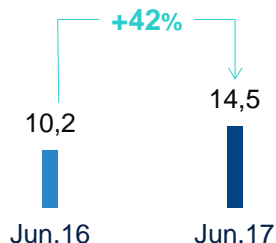
## Grupo BBVA

(Millones)

Clientes digitales



Clientes móviles



Alcanzado  
punto de inflexión del  
50% en clientes  
digitales



# Distribution Model Transformation

Oficina

Nuevo Centro Banca de Clientes Castellón Urbano



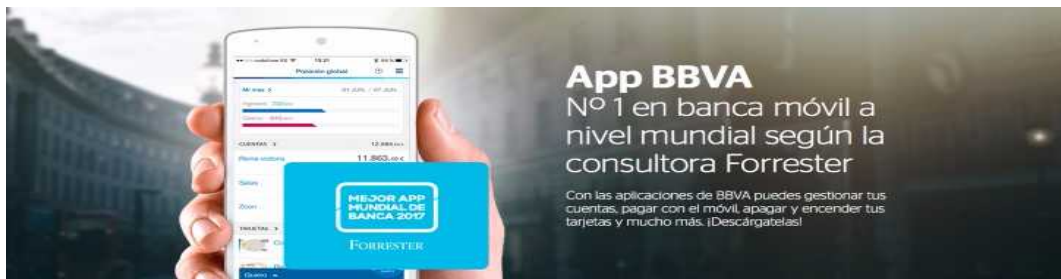
- Especialización
- Digitalización
- Tecnología

BBVA Contigo



752.000 clientes activos en BBVA España

Web  
APP



# Nuevos modelos de negocio

## Adquisiciones



HOLVI\*



29.5% stake



SIMPLE

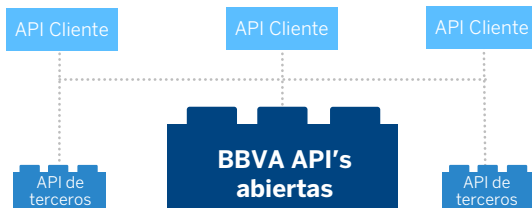


## Inversiones (capital riesgo\*)



## Open Platform

Permitir nuevos desarrollos combinando APIs de BBVA, la tecnología del cliente y piezas de terceros



➤ **BBVA está liderando la modularización de las finanzas**

Apalancándonos en el ecosistema Fintech para desarrollar nuestra propuesta de valor

(\*) DriveMotors, Civi, Hippo, Guideline, Brave e Hixme son inversiones realizadas por Propel Venture Partners US Fund I, LP, fondo *fintech* de *venture capital* gestionado independientemente por Propel Venture Partners LLC, donde BBVA Compass Bancshares Inc. es un socio limitado.

# La tecnología como palanca

En 2007 comenzamos nuestro proceso de transformación

Hemos estado trabajando en  
nuestras plataformas

Front-Office/canales



Oficina



Móvil



Web



Redes sociales



ATMs



Call center



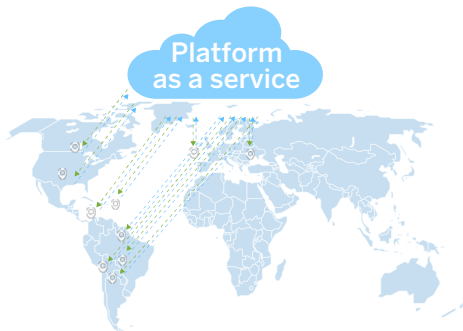
BBVA Wallet

Arquitectura Multicanal

Middleware / Servicios

Back-office o  
Core Banking System

Y actualmente nos estamos  
adaptando a los nuevos  
paradigmas de desarrollo



Poniendo  
la tecnología  
al servicio  
del cliente

# Cambio cultural

- **Tolerancia cero a la baja calidad**
- **Nuevas formas de trabajo:**  
Agile, herramientas colaborativas
- **Nuevas sedes**
- **Cultura de colaboración, emprendimiento**  
(‘prueba - error’)
- **Estructuras más planas**

**Estamos  
transformando  
la organización  
internamente,  
impulsando  
una nueva cultura**





“ En BBVA estamos  
acelerando nuestra  
transformación para  
ser un mejor banco  
para nuestros  
clientes ”





**BBVA** Creando  
Oportunidades

# Transformación del modelo de negocio

Valencia, 12 de septiembre 2017

