

Banco Bankaool: Arquitectura de una marca financiera exclusivamente en línea

Reyes-Mercado, Pável

Resumen. En 2016, Claire Solís estaba discutiendo con su equipo los caminos para impulsar el crecimiento y el conocimiento de marca de un banco sin sucursales en México. Con el fin de posicionar mejor la marca en el mercado financiero mexicano, Bankaool había decidido ser 100% digital, una institución sin sucursales. El caso presenta una historia condensada de la banca y de los cambios en la conducta de los consumidores digitales. A medida que el caso continúa, los productos de Bankaool se introducen junto con algunas preocupaciones por mantener el negocio andando, en particular con respecto a la salud del banco y su futuro crecimiento.

Abstract. In 2016, Claire Solís discussed with her team on the strategies to boost growth and improve the knowledge of a bank brand with no branches in Mexico. In order to better position the brand within the Mexican financial market, Bankaool decided to go 100% digital, an institution with no branches. This paper describes a brief account of banking and the behavioral changes in digital

consumers. As the case proceeds, Bankaool products are introduced alongside with some concerns related to keeping the business running, particularly as regards the bank's health and future growth.

Referencia bibliográfica.

Reyes, P. (2019). Banco Bankaool: Arquitectura de una marca financiera exclusivamente en línea. *Emerald Emerging Markets Case Studies*, 9(3). doi: <https://doi.org/10.1108/EEMCS-09-2019-0239>