



## **CaixaBank converteix imagin en una plataforma de serveis digitals i estil de vida per a 2,6 milions de joves**

- ***El nou imagin ofereix productes financers i no financers, incloent-hi continguts digitals i experiències.***
- ***A diferència del model actual, la relació amb els usuaris no comença amb un compte bancari, sinó amb el registre com a usuari de la plataforma mitjançant correu electrònic i contrasenya.***
- ***La proposta de valor s'amplia per acompanyar els joves des de la infància mitjançant tres "apps" mòbils específiques: imaginKids (de 0 a 11 anys, enfocada en l'educació financera), imaginTeens (per a adolescents de 12 a 17 anys) i imagin (a partir de 18 anys).***

**Barcelona, 17 de juny de 2020**

CaixaBank transforma imagin, el banc només mòbil líder a Espanya entre el públic jove, en una plataforma digital dedicada a la creació de serveis digitals per a joves, tant financers com no financers. L'objectiu és impulsar el creixement i la fidelització dels clients més joves, que estan especialment interessats a fer servir les noves tecnologies en la vida diària i en els projectes de futur.

L'entitat financera, presidida per **Jordi Gual** i el conseller delegat de la qual és **Gonzalo Gortázar**, ha presentat avui la nova etapa d'imagin, plasmada en una trencadora imatge corporativa, un nou model de relació amb els clients i una oferta de tres noves aplicacions mòbils, que multipliquen la proposta de serveis: **imaginKids** (adreçada a infants de 0 a 11 anys i molt enfocada a l'educació financera a través de jocs), **imaginTeens** (dissenyada per a adolescents de 12 a 17 anys, amb continguts i serveis pensats per a joves que comencen a necessitar solucions per a les seves primeres compres i per iniciar-se en la gestió de les finances personals) i **imagin** (amb una completa oferta financera i no financera per a usuaris a partir de 18 anys).



## Una base de 2,6 milions d'usuaris

El negoci d'imagin es desenvoluparà a través d'imaginTech, una nova filial de negoci digital 100% propietat de CaixaBank que està presidida per **Juan Antonio Alcaraz**, director general de l'entitat, i que té com a conseller delegat **Benjamí Puigdevall**.

imagin inicia l'activitat amb **2,6 milions** de clients, incloent-hi tant els usuaris del banc exclusivament mòbil imaginBank com els clients del segment infantil i juvenil de CaixaBank. Les perspectives d'ampliar a curt termini la base de clients són altes, gràcies al creixement de l'oferta de serveis i a la creació de diversos nivells de vinculació que, a diferència dels bancs tradicionals, no necessàriament impliquen l'alta com client financer.

## De banc exclusivament mòbil, a comunitat *lifestyle*

A la presentació, Puigdevall ha explicat les claus del nou model: “imagin fa un pas endavant per evolucionar cap a quelcom que és molt més que una *app* financera. De ser el banc líder en el segment jove, passem a convertir-nos en una comunitat d'usuaris enfocada en l'estil de vida. D'aquesta manera, la nostra relació amb els clients no comença amb l'alta en un compte bancari, com passa amb qualsevol entitat bancària, sinó quan l'usuari decideix donar-se d'alta a la plataforma registrant-s'hi amb el seu correu i baixant-se l'aplicació. I el client ja no només vindrà a imagin per buscar productes financers, sinó que també ho farà interessat en continguts de valor i en experiències úniques”.

Per a Benjamí Puigdevall, aquesta transformació radical suposa reforçar l'aposta per la innovació que caracteritza imagin des del seu llançament: “imagin va aparèixer per primera vegada el 2016 com el primer banc exclusivament mòbil d'Espanya i el mercat el va reconèixer immediatament com un projecte absolutament innovador. Durant aquest temps, imagin ha estat el primer banc a aplicar serveis tan avançats com el *chatbot* d'atenció al client, en un moment en què pràcticament no hi havia *chatbots* en el sector financer, o la intel·ligència artificial per ajudar el client a finançar les compres. Ara creiem que ha arribat el moment de fer un pas més i portar la innovació al cor mateix del model de negoci”.

Des del punt de vista d'usuari, la transformació d'imagin es fa especialment visible en tres aspectes: l'**oferta de productes**, que passa a incloure serveis financers i no financers i que pot variar en funció de la vinculació del client; el **model de relació**, atès que per donar-se d'alta ja només caldrà baixar l'aplicació i registrar-se amb el correu electrònic; i la **gamma d'aplicacions mòbils** disponible, que s'ha ampliat per acompanyar els clients des de la infància amb tres *apps* totalment noves (**imaginKids**, **imaginTeens** i **imagin**).

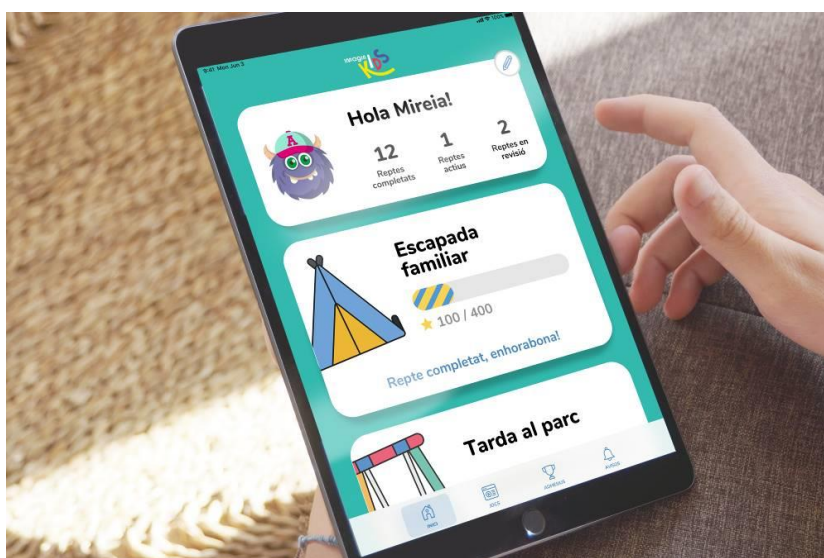


## **imaginKids: educació financera i entreteniment per als més petits**

Totes les aplicacions d'imagin estan pensades perquè els usuaris siguin els infants i els joves, fet que determina de manera fonamental tant l'experiència d'usuari com la gamma de serveis i continguts, financers i no financers. Per això l'*app* d'imaginKids, destinada al tram d'edat més infantil, està pensada perquè siguin els pares els qui decideixin quan i com es fa servir, i ofereix tot el seu contingut gratuïtament, fins i tot encara que la família no sigui client de CaixaBank.

L'eix principal d'imaginKids és l'educació financera. L'*app* fa servir tècniques de gamificació orientades al foment de l'estalvi i de conceptes bàsics d'educació financera. Per exemple, imaginKids disposa d'un servei digital de reptes mitjançant el qual els pares podran establir tasques perquè els fills les compleixin, amb possibilitat d'associar recompenses dins de la mateixa *app* (per exemple, desbloqueig d'episodis de la seva sèrie preferida, noves *stickers*, etc.)

L'*app* també ofereix recursos d'entreteniment que van des de plantilles de dibuix fins a minijocs, passant per "avatars" digitals que els usuaris poden personalitzar triant un personatge, un vestidor, gestos o colors. Igualment, imagin ha desenvolupat acords amb socis com **Super 3**, **Boing**, **Hiru3** o **La Banda**, que hi col·laboraran aportant continguts i oferint als usuaris d'imaginKids esdeveniments i experiències.





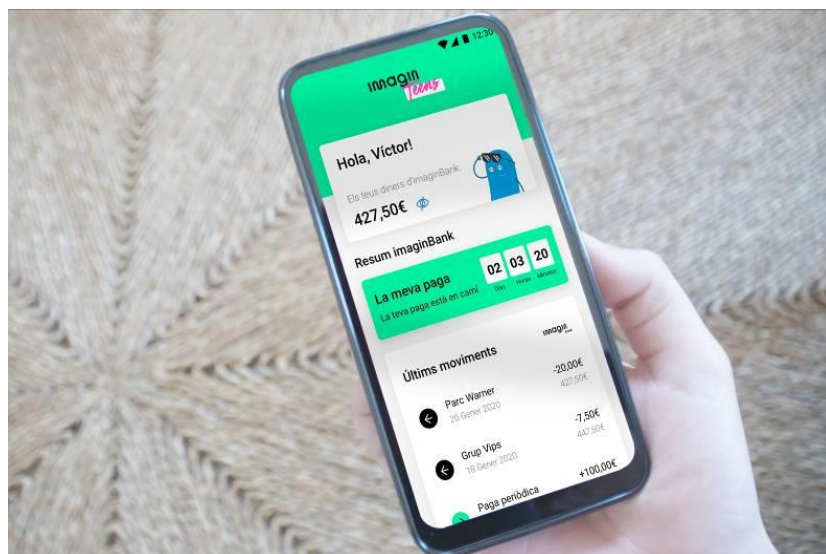
## imaginTeens: les primeres experiències de compra dels joves

L'aplicació per a adolescents imaginTeens també està orientada a l'ús directe per part dels joves, amb recursos, jocs i continguts adaptats a la franja d'edat de 12 a 17 anys. Destaquen, per exemple, 'memes' per compartir amb els pares o els amics, idees de manualitats, trencaclosques o *quizzes*, com també notícies i recursos digitals relacionats amb música o *gaming* i ofertes d'experiències en col·laboració amb marques com **Rakuten**, **Meller** o **Regalo Original**. Bona part d'aquest contingut es pot gaudir simplement registrant-s'hi com a usuari, sense necessitat de més vinculació.

Pel que fa a serveis financers, la modalitat bàsica disposa d'una eina gratuïta de gestió de la paga familiar. Els pares poden fer, de forma periòdica o puntual, una transferència a la "guardiola virtual" que els seus fills tenen a l'aplicació. El nen també pot obrir reptes d'estalvi per compartir amb els familiars o, directament, demanar diners per a alguna finalitat.

L'oferta financera contractable d'imaginTeens consisteix en una targeta de prepagament amb funció de control parental activada perquè els pares puguin tenir ple coneixement i control de les operacions que fa el seu fill. Per les seves característiques, en cap cas el menor podria fer compres per un import major al del saldo de la targeta de prepagament, però, fins i tot així, els pares tenen l'opció d'establir límits de despeses setmanals o mensuals.

En el cas dels joves titulars d'un compte corrent d'imagin contractat pels pares, hi ha l'opció de vincular-lo a l'aplicació imaginTeens exclusivament perquè l'adolescent en pugui veure el saldo, sense possibilitat de fer operacions.



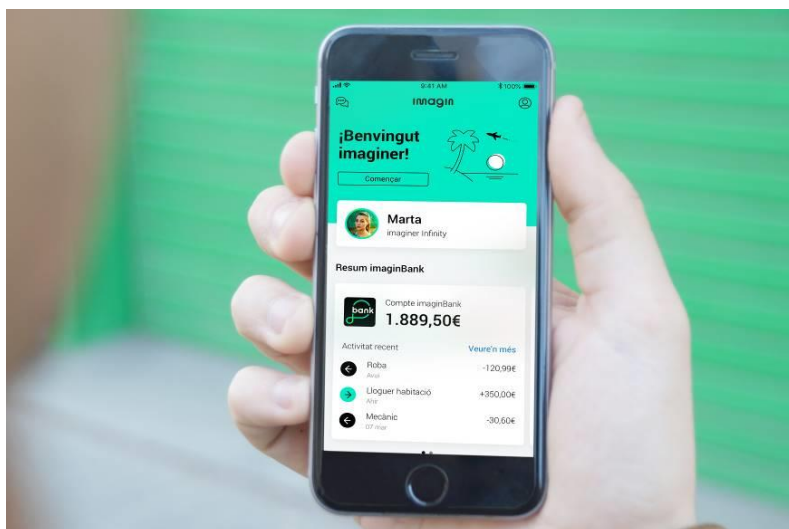


## **imagin: acompanyant l'estil de vida i els projectes dels joves**

De ser una *app* purament bancària, imagin, adreçada als majors de 18 anys, es converteix en una plataforma que inclou serveis financers i no financers, com continguts digitals i experiències.

Part d'aquesta oferta està disponible per a qualsevol usuari registrat a la plataforma, independentment del seu grau de bancarització. Concretament, en funció del seu grau de vinculació a imagin, es distingeixen tres perfils d'usuari:

- Els **usuaris *imaginers*** són els que es baixen l'*app* mòbil d'imagin i es registren a la plataforma amb el seu correu electrònic. Poden accedir a la secció "Gaudeix", amb una selecció dels continguts digitals i les experiències més destacades que ofereix l'*app*, i també al servei exclusiu imagin&Split per compartir despeses amb amics.
- Els **usuaris *imaginers reload*** són els qui, a més de tots els avantatges bàsics, volen disposar d'una targeta amb avantatges exclusius per viatjar a l'estranger (incloent-hi, per exemple, reintegrament gratuït en caixers europeus i canvi de divises sense comissió). Es tracta de la targeta de prepagament imagin Reload, que es pot contractar sense necessitat de tenir un compte bancari.
- Els ***imaginers infinity*** són els usuaris amb compte bancari a imagin. A més de disposar d'un compte i una targeta sense comissions, tenen accés complet a tots els continguts digitals i experiències de l'univers d'imagin, com també a tota l'oferta de serveis financers.





Quan entrin a l'app d'imagin, tots els usuaris, sigui quin sigui el seu nivell de vinculació, veuran al seu *dashboard* quines novetats tenen a la secció “Gaudeix”, que agrupa els serveis no financers (continguts digitals i experiències).

Els **continguts digitals d'imagin** s'organitzen al voltant de quatre grans àrees temàtiques: música (**imaginMusic**), videojocs (**imaginGames**), tendències (**imaginCafè**) i tecnologia (**imaginShop**):

- **imaginMusic** inclou continguts 100 % digitals (*videopodcasts, live streamings, videoentrevistes, meet&greet on-line, notícies, playlists...*) i també experiències presencials, com concerts, *showcases* o possibilitat de conèixer artistes.
- **imaginGames** ofereix acords amb organitzacions i empreses de referència en el sector del *gaming* perquè els clients d'imagin tinguin avantatges especials. Hi destaca la col·laboració amb el **Mad Lions**, l'equip guanyador de la LVP a League of Legends, un dels més importants a Espanya. Els clients d'imagin aficionats als videojocs podran contractar una targeta de prepagament amb la insígnia d'aquest equip i accedir a sortejos per jugar amb els integrants de Mad Lions, sessions de 'coaching' amb els seus entrenadors i descomptes en compres, entre d'altres avantatges. A més, imagin ha subscrit acords amb desenvolupadors de videojocs, com **IGG**, per oferir descàrregues de nous jocs en condicions especials.
- **imaginCafè** és l'espai físic i virtual promogut per imagin per donar suport a la creació i el desenvolupament de noves tendències. En aquest sentit, imaginCafè s'afegeix també a la nova etapa amb una renovació de la imatge de la seva seu física, ubicada a Barcelona, i una completa transformació de la seva presència en línia. D'aquesta manera, els continguts generats a imaginCafè (concerts, tallers, conferències, etc.) s'integraran a l'app i estaran a la disposició dels *imaginers*.
- **imaginShop** permet adquirir el més nou en tecnologia, com nous models de *smartphones*, a preus molt competitius i amb opcions de finançament i enviament gratuït a domicili. L'oferta de dispositius s'actualitzarà setmanalment i inclourà també la possibilitat d'adquirir productes recondicionats.

La proposta d'experiències per a clients d'imagin es basa en una estratègia d'acords amb companyies líders a l'entorn digital per oferir avantatges especials, en àmbits com els viatges, amb acords amb **Booking, eDreams o Hoteles.com**, o la mobilitat urbana, amb **eCooltra, Rentalcars, Reby o Bip&Drive**.



Finalment, l'aplicació imagin desenvolupa l'oferta de **productes financers** per cobrir les necessitats d'estalvi i de finançament dels joves que han entrat a l'edat adulta i que comencen a tenir els seus primers ingressos i els seus propis projectes d'estil de vida.

En tots els casos, imagin manté les característiques que l'han convertit en líder bancari per al públic *millennial*: operativa *mobile only* (els serveis es presten exclusivament a través de l'*app*, sense oficines i sense web, que compleix només funcions informatives), sense comissions per a l'usuari i amb un llenguatge propi, senzill i clar, especialment adequat per a una comunicació directa amb els joves.

L'oferta de productes actual, que inclou des de compte i targeta gratuïta fins a assegurances i préstecs, es reforça amb novetats, principalment vinculades als mitjans de pagaments i a la inversió:

- L'*app* inclou imagin&Split, una eina digital per crear grups d'amics amb els quals es poden dividir despeses, que, a diferència d'altres opcions disponibles al mercat, inclou la possibilitat de resoldre el pagament des de la mateixa *app*. Permet organitzar el pagament de les diferents partides d'un determinat projecte (per exemple, un viatge, un regal o una festa), incloent-hi variables com el fet que no tots els integrants d'un grup participin en totes les despeses. Els *imaginers* tenen a la seva disposició eines de pagament P2P i pagament mòbil per enviar els diners a qui els hagi de rebre.
- imagin també desenvolupa un *wallet* digital apte per incloure tota mena de targetes, de manera que els usuaris poden tenir en una única secció les seves targetes financeres i les seves targetes de fidelització.
- Els *imaginers* podran disposar del primer servei d'assessorament digital en inversions especialment dissenyat per a joves. És un servei de *roboadvisor* que permet a qualsevol obtenir recomanacions d'inversió personalitzades a partir de 500 euros.

## Un nou logotip per a una nova etapa

La nova etapa d'imagin es presenta al mercat simbolitzat en una nova imatge corporativa. El verd passa a convertir-se en el color de referència de la marca i el logotip principal es transforma en un símbol d'infinít, en representació del moviment, el dinamisme i la vitalitat, com també de flux de vida i energia.



Així mateix, l'infinit també es relaciona amb la inacabable quantitat de possibilitats que obre la combinació de la imaginació amb la innovació tecnològica. Per a l'aplicació de la marca, l'equip d'imagin ha dissenyat una tipografia exclusiva, visualment relacionada amb el concepte d'infinit i la idea de “fluir”.



### **Model d'innovació oberta**

imagin disposa d'un equip integrat per al voltant de 50 professionals de diferents especialitats. Segueix una filosofia de treball *start-up like*, basada en el disseny de serveis (*service design*), un tipus d'organització que té com a objectiu principal crear i desenvolupar els millors serveis i la millor experiència d'usuari possible.

La companyia ha aplicat també metodologies *agile* i de *design thinking* per identificar al màxim el perfil dels usuaris i adequar el producte a les seves necessitats. S'han fet sessions de cocreació amb més de 200 usuaris reals.

Pel que fa a estratègia d'innovació, imagin ha creat una arquitectura tecnològica nova en què, juntament amb l'oferta pròpia, es poden incorporar tecnologies i productes de tercers, fet que obre una via de col·laboració amb altres *fintech* o *start-ups*. En aquest sentit, cal destacar la col·laboració d'imagin amb Plug and Plag, la principal plataforma d'innovació mundial i el *venture capital* més actiu, per identificar propostes disruptives *fintech* d'emprenedors de tot el món.