CleverTap

Nequi

Cómo Nequi Redujo de 15 Días a 5 Minutos la Personalización de su App con Product Experiences

Industria
Servicios Financieros

Región
LATAM

Sitio Web
www.nequi.com.co

Funcionalidades Utilizadas

Product Experiences | Segmentación en Tiempo Real | Liquid Tags | A/B Testing



5 min para modificar un componente de la app, frente a 15 días antes

100% de autonomía del equipo de medios propios, sin tickets de ingeniería

+20M de usuarios con experiencias in-app personalizadas



> Con CleverTap hemos llevado un proceso muy interesante de la comunicación con nuestros usuarios, y ahora estamos experimentando con componentes dentro de nuestra app que nos permiten brindarle una experiencia más personalizada a nuestros usuarios según lo que conocemos de ellos.

Luisa Tejada
Líder de Medios Propios, Nequi

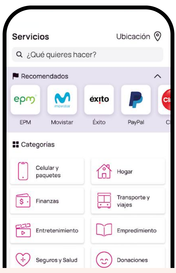
Acerca de Nequi

Nequi es una plataforma financiera digital de Colombia que reúne pagos, créditos, inversiones, seguros y tarjeta Visa en una sola app. Tiene más de 20 millones de usuarios, y el 93% de sus transacciones se realiza desde el celular. En 2025 desembolsó más de 590.000 créditos, su cartera creció 174% y sus remesas se multiplicaron por 12. En 2026 avanza hacia su independencia total como entidad autónoma dentro del Grupo Cibest.

2015 Año De Fundación

+27M De Usuarios

Línea De Negocio
De Bancolombia S.A.



Lo Que Nequi Buscaba Resolver con CleverTap

01

Depender de tecnología para cada cambio. Modificar cualquier componente de la app, como un banner, un mensaje o una tarjeta de producto, requería pasar por desarrollo, pruebas, revisión y despliegue. Era un sprint completo de hasta 15 días. El equipo de medios propios tenía las ideas y los datos, pero dependía de ingeniería para ejecutarlas.

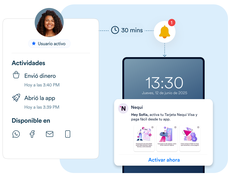
02

Personalizar y experimentar a escala. La personalización era estática por segmento y no se adaptaba al comportamiento del usuario en tiempo real. Nequi necesitaba combinar sus modelos analíticos propios con la segmentación de CleverTap dentro de los componentes visuales de la app. También buscaba probar hipótesis sin esperar un release completo.

Cómo Nequi Aprovechó CleverTap

Remote Config y segmentación en vivo

Nequi implementó variables de Remote Config que controlan los componentes visuales de la app, como banners, textos, imágenes y calls-to-action, según segmentos definidos en CleverTap. Una vez configuradas, el equipo de medios propios modifica la experiencia de millones de usuarios en minutos, sin esperar un sprint ni abrir un ticket a ingeniería. Los segmentos se actualizan en tiempo real a partir de las acciones de cada usuario, por lo que la app evoluciona junto con su comportamiento financiero.



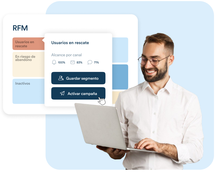


Liquid Tags para atributos personalizados

Con Liquid Tags, Nequi lleva la personalización más allá del copy genérico. El equipo adapta el contenido de cada componente según los productos que recomienda a cada usuario. Para eso usa atributos muy específicos, como códigos de acceso a beneficios exclusivos y la URL con la apariencia visual de su Tarjeta Nequi personalizada. Así, cada componente se convierte en una experiencia que el usuario percibe como construida especialmente para él.

Modelos analíticos propios + segmentación por eventos

El gran diferencial de la implementación está en la unión de dos inteligencias. Nequi combina sus propios modelos de recomendación con las segmentaciones por eventos de CleverTap y usa ambas en paralelo. Sus modelos definen qué recomendar, y CleverTap define a quién mostrarlo y en qué momento de su journey financiero. El resultado son experiencias in-app que reflejan tanto el historial financiero de cada usuario como su comportamiento más reciente dentro de la app.





Product A/B Testing sin releases

Para validar cada idea sin riesgo, Nequi usa el A/B Testing de Product Experiences. Así prueba distintos conceptos e identifica cuál genera mayor conversión, sin necesidad de un release completo ni de la aprobación de las tiendas de apps. Cada experimento se mide por CTR, conversion rate y open rate, lo que permite tomar decisiones basadas en datos reales. El ciclo de aprendizaje que antes tomaba semanas hoy se completa en días.

> Gracias a Product Experiences hemos podido desarrollar componentes que nos permiten usar las capacidades de segmentación de CleverTap y combinarlas con nuestros modelos analíticos propios para mostrarle a nuestros usuarios experiencias personalizadas en componentes específicos que hemos dispuesto, con lo que hemos podido reducir tiempos de implementación y ser más oportunos con los clientes.

Luisa Tejada
Líder de Medios Propios, Nequi



Resumen & Lo Que Sigue

Con Product Experiences, Nequi transformó la forma en que opera su equipo de marketing. El próximo paso es integrar sus modelos de inteligencia artificial con las variables de Product Experiences y expandir la personalización a flujos completos, como el camino hacia un crédito o una inversión. Nequi también busca multiplicar los experimentos simultáneos para convertir la experimentación continua en una ventaja competitiva.

Con la confianza de más de 2000 marcas que impulsan más de 300 mil millones de notificaciones push cada mes.

Burger King | delivery much | baz | tenpo | MOVII | PUMA

¿Te encantaron los resultados?
Creamos los tuyos juntos.
Solicita una demo

