

Samsung Pay escala de forma meteórica puestos en la banca móvil española

El uso de la banca móvil en el segundo trimestre del año se situó en un 64,5% de la población española, un 16,2% más que en el trimestre anterior, según el MPiX®, Mobile Performance Index. El índice, elaborado por la compañía de tecnología observacional Smartme Analytics, muestra el ascenso imparable de las aplicaciones de pago en general y de Samsung Pay en particular, que escala puestos en el ranking de manera meteórica, situándose en la cuarta posición

La Caixa se sitúa en primera posición del Ranking de apps de banca móvil, con 72,84 puntos sobre 100. Le siguen en el Top5 BBVA con 71,26 puntos, lo cual le lleva a descender a una segunda posición, seguido de Bankia con 57,11, Samsung Pay con un 52,17 y por detrás Santander con 51,86 puntos. Es importante señalar que se descuelga de este estudio Google Pay que desciende hasta la posición undécima y entra Goin, una aplicación móvil gratuita creada por una startup española que permite ahorrar e invertir sin necesidad de conocimientos financieros, lo cual muestra el uso de la banca móvil por las nuevas generaciones.

Es importante señalar que la banca móvil crece trimestre a trimestre y ha pasado de situarse en el Q1 en un 55,5% a un 64,5% en el Q2. La tendencia es clara existe una gran apuesta de la población española por la banca digital y los medios de pago móviles pero manteniendo su complementaridad con la banca tradicional. Además, es importante señalar las circunstancias especiales en las que se ha desarrollado este trimestre, pues la cuarentena ha disparado el uso del móvil en todos los sectores.

Smartme Analytics, abre por primera vez sus datos

El índice, elaborado gracias a la Tecnología Observacional de Smartme Analytics, monitoriza en tiempo real el uso de más de 90 aplicaciones financieras para elaborar trimestralmente un ranking con las mejores aplicaciones bancarias según su rendimiento. Para su elaboración utiliza un algoritmo que permite identificar las entidades mejor posicionadas en base a variantes como: cuota de mercado, tiempos por usuario o por sesión, valoración en los stores, engagement e incluso penetración en grupos determinantes como los Millennials y la Generación Z.

Ahora, la compañía líder en data observacional ha decidido abrir por primera vez sus datos. Y para ello han decidido ofrecer la versión Premium de su herramienta online de monitorización de usuarios "Competitor Landscape" con el objetivo de ayudar a las empresas a tomar decisiones instantáneas y efectivas basadas en comportamientos reales.

Su tecnología puntera, observa y monitoriza 24/7 las huellas digitales de miles de usuarios analizando así customer journeys que permiten conocer y comparar temporalmente cómo compiten los servicios digitales clasificados según sector y targets de usuarios.

El acceso al servicio permite identificar qué clientes hay que captar y cuál es el tamaño de ese

mercado. También permite controlar el mercado digital y conocer el impacto de las acciones digitales. Otra de las aportaciones imprescindibles de la herramienta es el conocimiento detallado del comportamiento digital de los clientes y de los no clientes: conocer qué segmentos o grupos de usuarios están mejor captados, en qué targets hay margen de crecimiento, qué drivers mueven a estos usuarios, con qué otras marcas se relacionan, cómo son. El servicio también revela continuamente los nuevos servicios que son tendencia y cómo se desarrolla su evolución.

De esta manera, se puede entender la lógica detrás de las acciones de los consumidores, perfeccionar las bases de la Economía Conductual, monetizar el conocimiento obtenido a través de los datos y llevar a cabo un marketing de precisión más personalizado.

Datos de contacto:

Smartme Analytics
Smartme Analytics
Smartme Analytics

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Comunicación](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>