

Rebellion apuesta por una experiencia social de pago con movimientos visibles entre usuarios

La fintech, pionera en proporcionar servicios de pago por móvil, da un paso más en la experiencia de usuario apostando por una nueva funcionalidad social en la que sus clientes pueden compartir sus experiencias de compra a través de una foto y una descripción. El neobanco español que ya cuenta con 180.000 usuarios, pronto ofrecerá la posibilidad de domiciliar gastos con el objetivo de hacer realidad una de las peticiones más demandadas entre sus clientes durante este año

El uso de las redes sociales se ha visto impulsado por la crisis del coronavirus debido a la necesidad del usuario de seguir conectado al resto del mundo durante los meses de confinamiento. En el ecosistema fintech muchas son las empresas que se han visto obligadas a pivotar en su modelo de negocio y han tenido que adaptarse a esta nueva realidad, con hábitos sociales distintos y nuevas formas de consumo. Muchas marcas han intentado llevar ese factor social y de interacción entre usuarios a sus servicios con el objetivo de ofrecer una propuesta de valor real.

Éste es el caso de Rebellion Pay, una aplicación móvil gratuita que desde el 2017 ofrece servicios bancarios para la generación del like. Gracias a su nueva funcionalidad social, los clientes de Rebellion pueden compartir en cualquier momento sus transacciones con el resto a través de un feed público, con el objetivo de dar a conocer sus hábitos de consumo entre sus contactos, hacer recomendaciones e incluso compartir gastos. A diferencia de otros competidores y de otras redes sociales, las transacciones o compras de los usuarios de Rebellion hacen referencia a un comercio específico, en las cuales el nombre y el logo de la marca son visible para todos, aportando así confianza y seguridad en que la información que es compartida con la comunidad es veraz y de calidad. “Con este nuevo enfoque social nuestros usuarios podrán compartir en una foto su última adquisición en Amazon, el restaurante que acaban de descubrir en la ciudad o incluso hacer una foto del ticket de compra que normalmente acabaría en la basura” comenta Sergio Cerro, CEO de Rebellion Pay.

El pasado mes de julio, Rebellion Pay ya había dado un paso al frente para mejorar el control de las compras de los usuarios siendo el primero en España en ofrecer la “Location Intelligence” de Google Maps, que permite aprovechar al máximo las tecnologías de localización de esta plataforma. Gracias a esta funcionalidad, el usuario ve reducida la incertidumbre de las transacciones, al conocer todos los datos del comercio o servicio, ubicación, fecha y hora y dándole una experiencia visual única de sus operaciones.

Rebellion, que ya cuenta con 180.000 clientes en España, pronto ofrecerá la posibilidad de domiciliar no solo la nómina, sino recibos recurrentes, algo muy demandado entre sus usuarios durante todo este año y que impulsará a la fintech a convertirse en la cuenta principal de muchos de ellos.

Datos de contacto:

Elena Polit

CMO Rebellion Pay

910570262

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

Categorías: [Finanzas](#) [Telecomunicaciones](#) [Emprendedores](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>