

DINERO y NEGOCIOS

Diario especializado en noticias económicas y empresariales

DINERO y NEGOCIOS	PORTADA	EMPRESARIOS	ESPAÑA	INTERNACIONAL	ECONOMÍA	ENTREVISTAS	COMUNICAE	NP
Descargar App	Buscar noticias	Club Empresarial						

Lectores conectados

55951

Las noticias más leídas del momento



¿Cómo quitar las manchas solares?
Expertas como Raquel González lo resuelven

/COMUNICAE/ Tras el verano, el incremento de las pecas o las manchas solares se convierte en la pesadilla de muchos. ¿Tiene solución? Puede...



Mercedes-Benz es el colaborador automotriz exclusivo de los eventos mundiales de LOL Esports

/COMUNICAE/ La marca de lujo será el colaborador que presente la ceremonia de entrega de trofeos y participará en una gran variedad de acti...



El sector de las franquicias de alimentación durante la Covid-19

/COMUNICAE/ El sector de las franquicias de supermercados y tiendas de alimentación ha sido un segmento que no se ha visto afectado por la ...



DriveMe se reinventa durante la pandemia para impulsar la venta de coches online

/COMUNICAE/ DriveMe ha puesto toda su experiencia en el traslado de coches para asociarse con los concesionarios para la entrega a domicil...



Nu Skin propone rejuvenecer el aspecto de la piel

/COMUNICAE/ Diseñada específicamente para hidratar la piel gracias a su composición en ácido hialurónico, Rejuvenating Cream de Nu Skin con...



"3,2,1... ON TALKS", primera jornada gratuita de formación en Marketing Digital a beneficio de la AECC

/COMUNICAE/ El evento, organizado por Onservatory con el patrocinio de Genially, busca recaudar fondos a favor de la lucha contra el cáncer...



El 78% de los autónomos y pequeñas empresas españolas no saben cómo digitalizarse, según estudio de GoDaddy

/COMUNICAE/ Sin embargo, un 56% admite que la digitalización es bastante importante para su negocio GoDaddy, empresa que empodera a los ...



Solo serán competitivas las empresas que integren estrategias de desarrollo sociales y sostenibles en el negocio

Begoña Gómez y Jesús Calleja, conductores del evento, en el desarrollo de la mesa redonda 'Mayor impacto, mayor rentabilidad'...



Formarse con los másteres y programas educativos de CICE aumenta las oportunidades laborales

/COMUNICAE/ En el complicado contexto actual la formación en áreas digitales específicas mejora la empleabilidad de las personas. La combin...

Hablar inglés y otros idiomas aumenta en 53% la posibilidad de conseguir empleo, según LA FIRMA CONSULTORA 'Michael Page'

LATAM / ESPAÑA- El tener más un segundo idioma, como lo es el inglés, se está convirtiendo en un requisito excluyente para postular en algun...

ViajeLogia.es hace recuento de un verano de récord en la Costa del Sol española

España (EUROPA) - El portal de viajes por España, ViajeLogia.es, cumple ya 5 años de trayectoria que celebra con un repaso a las activid...

Nestlé busca startups de 'tech food' para invertir en ellas

MÉXICO / INVERSIÓN - Nestlé, la empresa multinacional del sector de alimentos y bebidas, firmó una alianza con el fondo mexicano Angel Ventu...

La Asociación de Marketing de España revela la "Lista Corta" de la categoría LATAM de los Premios MKT

/COMUNICAE/ Diez marcas finalistas optan a los Premios Nacionales de Marketing que se entregarán el próximo 17 de septiembre en Zalacaín La...

En 2020 Huawei venderá 100 millones de smartphones con tecnología 5g

JAPÓN - El director general de la empresa japonesa Taiyo Yuden, especializada en la producción de condensadores inteligentes, Shoichi Tosaka...

Licores Eva Pímez 1920, galardonada en Inglaterra como Mejor fabricante de licores y cremas tradicionales de España

El empresario propietario de Eva Pímez, David Mendoza, durante la rueda de prensa ofrecida para comunicar el premio INGLATERRA - El pasado 2...

Por 4ª vez le reclaman al Gobierno de España los Presidentes de las Asociaciones y Colegios Profesionales Tributarios

Pedro Sánchez (Partido Socialista) y Pablo Iglesias (Partido Comunista) | ROI PRESS | ESPAÑA (EUROPA) - Ayer día 1 de abril recibíamos...

Baterías ecológicas a base de aloe vera ganan concurso de estudiantes Go Green in the City 2019 de Schneider Electric en Chile

CHILE - Schneider Electric ha anunciado el equipo ganador del concurso "Go Green in the City 2019", competencia internacional diri...

Notas de prensa · Servicios profesionales y tarifas · Aviso legal y política de privacidad · REGISTRO GRATIS para ser socio del Club Empresarial RoiPress · Descargar APP de RoiPress

sábado, 26 de septiembre de 2020

Bancos y Aseguradoras trabajan en ofrecer experiencias emocionales a sus clientes



ROI PRESS / ESPAÑA / EUROPA - La disrupción digital está transformando sectores, hasta el momento más tradicionales, como la banca y los seguros, que buscan ahora entregar experiencias acordes a los valores de la marca, como una verdadera ventaja competitiva. Estos sectores están involucrados en un proceso de adaptación a un entorno cada día más digital y a un nuevo perfil de cliente. Un momento en el que están realizando una profunda reingeniería, que afecta tanto a su estructura externa como a su organización interna.

- La Asociación DEC y Medallia reúnen a los expertos en Experiencia de Cliente de CaixaBank, Bankia, Santander, BBVA y Aegon

Ante este singular entorno, DEC -Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente- y Medallia, plataforma líder de gestión de experiencia de cliente y empleado y patrocinador Platino de DEC en 2020, han reunido en una mesa de debate, bajo el título ¿Pueden ser emocionales las empresas financieras?, a los responsables de Experiencia de Cliente de las principales entidades financieras, para abordar el mayor reto al que se enfrenta el sector, que es su transformación interna, porque el centro ya no puede ser solamente el negocio, sino el cliente, en el que deben estar involucrados todos los miembros de la organización.

Roberto Megías, director comercial de Medallia Iberia, moderó este evento virtual, del que destacó: "el objetivo de este encuentro es tener una visión general de cómo se está implementando la disciplina de Experiencia de Cliente, desde diferentes perspectivas y opiniones, de lo que está ocurriendo actualmente en bancos y aseguradoras". He hizo hincapié acerca de la importancia de saber gestionar las emociones desde dentro de la propia organización, así como saber captar las emociones de los clientes en cualquier formato -voz, email, vídeo, ...-

Para Marta Fina, Directora de Experiencia de Cliente de CaixaBank, "hay que trabajar desde un enfoque relacional, en donde la digitalización es un medio, pero no un fin. Para ello, hay que escuchar constantemente al cliente y accionar las palancas necesarias para satisfacer sus necesidades".

Por su parte Ignacio Martín Cuevas, Director de Experiencia de Cliente y Calidad de Santander España, destacó "la confianza, como "clave" fundamental en la relación de los clientes con su Banco. En Santander, hemos puesto al cliente en el centro de nuestro negocio. A través del "Customer Center", nos aseguramos que incorporamos la voz de los clientes en el lanzamiento y mejora de nuestros productos, servicios y canales. En la situación actual seguimos indagando con los clientes de forma on line a través de comunidades virtuales y focus groups".

Por su parte, Daniel Ordaz, Global Head of Seamless Experience de BBVA, definió las prioridades estratégicas en tres aspectos fundamentales: "en primer lugar, conocer qué nos dice el cliente por los diferentes canales; segundo, diseñar una agenda para poner el foco en determinadas acciones y así priorizar recursos; y por último, planificar el trabajo para gestionar y actuar de manera más rápida".

Por lo que respecta a la sponsorización del nivel ejecutivo en acciones de Experiencia de Cliente, Carmen Martínez, Head of Customer Experience de Aegon, indicó que su compañía ha tenido una profunda transformación al pertenecer a un sector muy tradicional como es el mundo del seguro, pero que, gracias a la alta dirección, actualmente están involucrados en la Experiencia de Cliente. "Para que el cliente esté en el centro la organización se tiene que sustentar en cuatro pilares: Servicio, Valor, Transformación Cultural y Rentabilidad de la Organización", matizó Carmen Martínez y añadió: "Para conseguir el modelo ideal con el cliente es fundamental diagnosticar, implementar y medir".

Para Carlos Monserrate, Director de Desarrollo Comercial de Clientes Particulares de Bankia, "es muy importante que la felicidad del empleado incluya la del cliente. La eficaz gestión de la experiencia tanto de clientes como de empleados dará lugar a ofrecer el mejor servicio, evitando el concepto de invisibilidad".

Para concluir, el moderador Roberto Megías, preguntó a los ponentes por la situación actual de la crisis del Coronavirus y qué cambios se están produciendo en sus empresas ante las nuevas necesidades de sus clientes, a lo que Carlos Monserrate contestó: "los clientes están preocupados y muy sensibles cuando nos comunicamos con ellos. Nuestro objetivo es ponérselo todo fácil por vía digital y que se sientan seguros cuando van a las sucursales y, sobre todo, preguntar cómo se encuentran. El entorno cambia, pero no puedes cambiar tus valores".

Los demás componentes de la mesa de debate igualmente coincidieron en que, en estos momentos tan duros, hay que transmitir tranquilidad y anticiparse con iniciativas cercanas, porque todo ello redundará en beneficio de todos.