

Negocios DEL MUNDO

El diario internacional con las noticias del mundo empresarial

SECCIONES	PORTADA	ÁFRICA	ASIA	AUSTRALIA	CANADÁ	CHINA	ESTADOS UNIDOS	EUROPA	LATINOAMÉRICA
PAÍSES ÁRABES	REINO UNIDO	ENTREVISTAS	COMUNICAE	Descargar App	Buscar noticias	NP	CLUB EMPRESARIAL		



VER PORTADA

Lectores conectados

1 0 9 0 0

SUSCRIBIRSE

Email address... Submit

LO MÁS LEÍDO

La regulación urgente del teletrabajo en pleno rebrote puede haber distorsionado la fluidez de un diálogo que satisfaga a las pretensiones de todas las partes" /COMUNICAE/ Estas valoraciones han sido dadas a conocer hoy por el Adecco Group Institute, el centro de estudios y divulgación del Grupo Ade...

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 ...

Razones por la que cursar la carrera en Bilbao según la residencia de estudiantes Santísima Trinidad /COMUNICAE/ Vivir en Bilbao es una auténtica experiencia vitalizadora. Calles antiguas y edificaciones modernas al margen de la costa y verd...

Bancos y Aseguradoras trabajan en ofrecer experiencias emocionales a sus clientes

ROIPRESS / ESPAÑA / EUROPA - La disrupción digital está transformando sectores, hasta el momento más tradicionales, como la banca y lo...

Allianz Partners amplía su acuerdo con Mitsubishi para ofrecer servicios conectados en España /COMUNICAE/ Con la implementación de 'Mitsubishi Connect' y 'Mitsubishi Drive Assist', el fabricante japonés ofrece a sus clientes en España...

Schneider Electric lanza una nueva versión de eDesign para facilitar el diseño de cuadros eléctricos en pequeños negocios /COMUNICAE/ La herramienta-web eDesign de Schneider Electric permite a los profesionales diseñar el cuadro eléctrico y ahorrar tiempo graci...

Eduardo Tormo participará como ponente en la FIF Chile 2020, Feria Internacional de Franquicias de Chile

/COMUNICAE/ El encuentro tendrá lugar el próximo 29 de septiembre de forma online y versará sobre "Franquicias en Pandemia: adaptación...

DECAS 1998 mejora sus procesos productivos mientras mantiene su colaboración con la consultoría CEDEC /COMUNICAE/ DECAS 1998 S.L. es una empresa cuya actividad principal se centra en ofrecer servicios de decapado industrial y utilaje de pin...

Tres casas de colonias Eix Estels, primeras en España con la certificación Clean Site de Bureau Veritas

/COMUNICAE/ Eix Estels ha confiado en el certificado Clean Site de Bureau Veritas, para reforzar sus protocolos de prevención ante el coron...

aljsys Construye la CX del futuro

sábado, 26 de septiembre de 2020

Bancos y Aseguradoras trabajan en ofrecer experiencias emocionales a sus clientes



ROIPRESS / 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 online 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 esponsorización 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".

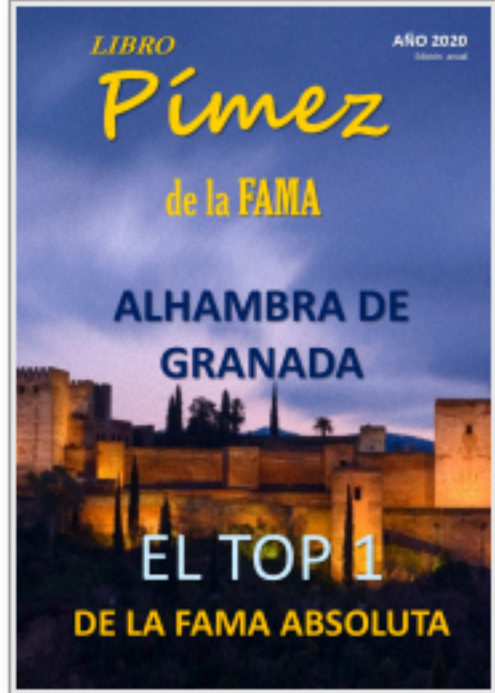
Los demás componentes de la mesa de debate igualmente coincidieron en que, en estos momentos tan duros, hay que transmitir tranquilidad y anticiparse con iniciativas cercanas, porque todo ello redundará en beneficio de todos.

FusiónLab



Laboratorio de neuromarketing aplicado

Libro PÍMEZ de la FAMA [edición 2020]



Accede desde aquí al libro digital

Comunicación Empresarial

✓ Pida los press-books y compare el nivel y la calidad de los resultados de cada agencia.

✓ Trabajo y constancia nos permiten dar garantías contractuales que nadie más ofrece.

Disponible en España y Latam

Ciudad con Alma



Accede aquí a la edición online