

AENOR sigue ampliando su oferta de certificación para el sector bancario con la Especificación de Excelencia en el Servicio a Banca de Particulares y de Negocios. Está dirigida al segmento mayoritario de clientes y, entre otras cuestiones, permite ordenar todos los procesos comerciales, de gestión y experiencia cliente, para que las redes de oficinas puedan dar un servicio global y avancen en el camino de la excelencia.

BANCA

Excelencia en los servicios financieros

Ramón Palacios
Gerente
Calidad
Avanzada
AENOR

El sector bancario sigue evolucionando y apostando por la calidad, poniendo al cliente en el centro de todas las relaciones. AENOR está ayudando a diversas entidades bancarias a aunar esfuerzos en el aseguramiento de implantación de las diferentes líneas estratégicas en toda la red, asegurando la propuesta de valor que se quiere dar al cliente, en torno al cual las entidades construyen toda su estrategia.

En los últimos tres años AENOR ha desarrollado distintas especificaciones dirigidas al sector bancario. Se trata de las certificaciones dirigidas a los servicios de asesoramiento de patrimonio

personal y de asesoramiento en banca de empresas. Ahora, acaba de ver la luz una nueva, se trata de la Especificación Excelencia en el Servicio a Banca de Particulares y de Negocios.

La banca está experimentando una segmentación más personalizada y profesionalizada para dar a los diferentes tipos de clientes, personas jurídicas –ya sean autónomos, pymes o grandes empresas– o físicas –particulares, personal o privada– un servicio a su medida, creando una vinculación que permite al cliente tener una atención más personal.

A pesar de que los nuevos canales digitales están teniendo un

protagonismo mayor en la relación con los clientes, las oficinas físicas siguen siendo un componente clave en el modelo de la banca comercial en España. Además, las entidades bancarias están dedicando importantes esfuerzos para mantener la lealtad y la confianza del cliente a través de nuevas estrategias que permitan al cliente ganar en confianza con las entidades bancarias. Por esto, es muy importante que la estrategia en esta línea sea clara y compacta para crear ese ambiente de confianza y seguridad en el usuario.

Un aspecto importante en el que algunas entidades están trabajando de una manera constante, con

LOS DATOS

Tabla 1

■ Esquema de la especificación

LIDERAZGO

- ✓ Liderazgo y compromiso de la dirección
- ✓ Política

ORIENTACIÓN DEL PERSONAL AL CLIENTE

- ✓ Requisitos generales
- ✓ Principios éticos de la prestación del servicio y atención
- ✓ Formación
- ✓ Competencia
- ✓ Experiencia
- ✓ Reconocimiento

GESTIÓN DEL NEGOCIO

- ✓ Organización comercial
- ✓ Establecimiento y definición de la relación con el cliente
- ✓ Comercialización y formalización de operaciones
- ✓ Gestión y seguimiento del cliente
- ✓ Gestión del riesgo
- ✓ Gestión de canales no presenciales
- ✓ Homologación de proveedores y servicios externos

EXPERIENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

- ✓ Organización de la atención al público
- ✓ Confort del cliente en zonas comerciales
- ✓ Comunicación con el cliente
- ✓ Prevención y gestión de situaciones coyunturales para el cliente

MEJORA

- ✓ Generalidades
- ✓ Medición
- ✓ Herramientas de mejora

El servicio excelente vincula más al cliente y le pone en el centro de la estrategia de la entidad bancaria

profundidad y cada vez con más foco, es la experiencia cliente. El sector bancario está haciendo un esfuerzo importante para trasladar las mejoras en la experiencia cliente en aspectos clave para su organización. También, se están diseñando experiencias de cliente personalizadas que permiten impactar y elaborar los denominados “viajes reales del cliente”. Además, se está teniendo en cuenta, con planes de acción concretos, la voz del cliente, realizando reingenierías de sus procesos para que aquél esté en el centro de la estrategia; esto está permitiendo aterrizar estrategias innovadoras y disruptivas en la experiencia de cliente.

■ Especificaciones para banca

AENOR acaba de desarrollar una nueva especificación dirigida al segmento de Banca Particulares y Negocios, el segmento mayoritario actualmente en cuanto a número de clientes y oficinas de atención al público. Se trata de personas físicas con un volumen de actividad entre 0 y 100.000 euros; y personas jurídicas, pymes y autónomos con un volumen entre 0 y 2 millones de euros.

Por ser el segmento mayoritario de clientes, existe una preocupación grande en las organizaciones bancarias para que en toda la capilaridad de la red se trabaje de la ►►



BANCA

► misma manera, de una manera eficiente, ofreciendo la misma experiencia cliente. Igualmente importante es poder compartir las buenas experiencias en la red, dando un servicio que tienda hacia la excelencia de manera exponencial.

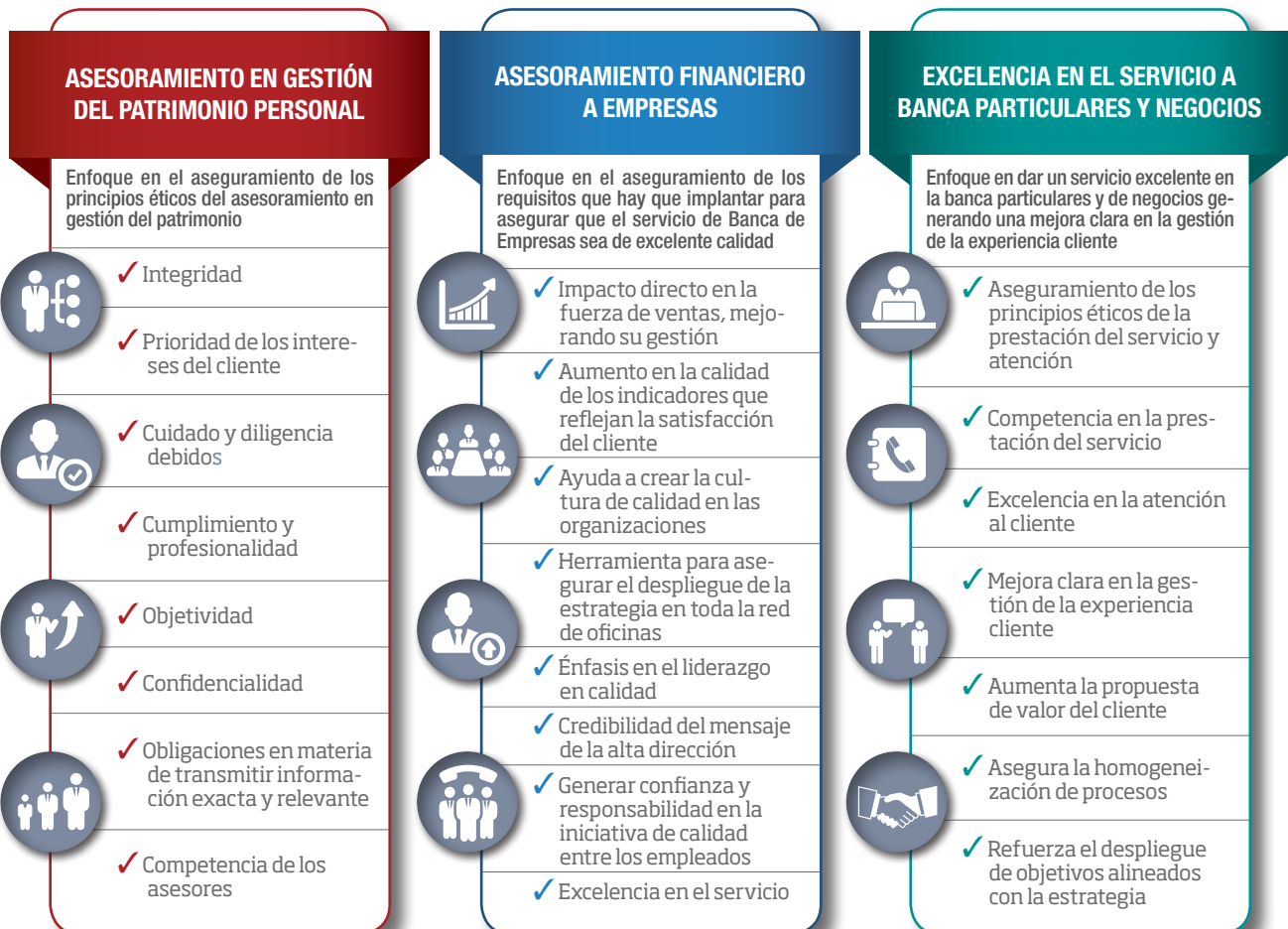
Para ello hay ciertos cimientos sin los cuales es muy difícil evolucionar

en la excelencia. Se trata de principios éticos de la prestación del servicio y atención; competencia en la prestación del servicio; excelencia en la atención al cliente, y gestión de la experiencia cliente.

La Especificación de Excelencia en el Servicio a Banca de Negocios y Particulares se ha elaborado con el

objetivo de conseguir y promover una referencia globalmente aceptada para aquellas entidades que proporcionan un servicio de atención financiera a los clientes, ya sean personas

■ Especificaciones AENOR en el sector bancario





físicas o jurídicas, que acuden a una oficina comercial financiera para la atención de una necesidad en un servicio financiero.

En ella se definen los procesos para prestar una atención y servicios financieros acompañados de una experiencia excelente a los clientes del segmento Banca Particulares y Negocios.

Ventajas

La certificación permite a las entidades bancarias, ordenar todos los procesos comerciales, de gestión y experiencia cliente, dando un servicio global al mismo para tender a la excelencia en la prestación del servicio.

Este servicio excelente tiende a vincular más al cliente; consigue generar experiencias positivas; permite a través de la consolidación de sus procesos alinear las líneas de actuación relacionadas con la estrategia de la organización, de una manera ágil y rápida, trabajando así de la misma manera en todo el territorio objeto de la certificación.

También ayuda a asegurar un comportamiento responsable y ético de las figuras gestoras que reúnen las competencias y la experiencia requeridas para satisfacer siempre las expectativas de los clientes en cuanto a su atención. Otro de los grandes beneficios que supone esta certificación es conseguir aumentar la propuesta de valor que se da al cliente asegurando que recibe un tratamiento por encima de sus expectativas. ▶



Marta Fina

Directora Área Calidad y Experiencia Cliente
Caixabank

« La certificación nos ayuda en el análisis, interno y externo, de oportunidades »

¿Cuál fue la motivación de CaixaBank para implantar la certificación de Banca de Particulares?

La motivación principal ha sido poner en valor nuestro modelo de gestión de la Banca Retail para que nos ayude, por un lado, a reafirmar el liderazgo de CaixaBank en Banca de Particulares y Negocios y, por otro, a empujar la mejora de la calidad de los procesos y servicios ofrecidos. Esta certificación constituye un elemento diferenciador dentro de la banca minorista, que mejora nuestra imagen y nos ayuda a generar mayor confianza en los clientes, aportándoles un valor diferencial. Las certificaciones de calidad son fundamentales para el modelo de negocio de la Entidad, que aspira al liderazgo en calidad, confianza y reputación como líneas fundamentales de actuación.

¿Cómo fue el proceso de implantación, a qué retos tuvieron que enfrentarse?

El proceso de implantación, como en otras certificaciones, ha involucrado a toda la entidad, desde las oficinas presentes en 14 territorios, hasta los responsables de diversos departamentos dentro de Servicios Centrales. La auditoría de la certificación supuso un gran esfuerzo por parte todos, en especial de las oficinas que estuvieron trabajando con

cada punto de la especificación, según su modelo de gestión, sistemática, seguimiento de los clientes, etc., así como mejorando en todos los procesos comerciales y en su propuesta de valor.

¿Qué beneficios y mejoras han detectado tras obtener la certificación?

Como beneficios podemos destacar la implantación de una metodología en las personas, una manera homogénea de actuar independientemente del territorio en el que te encuentres, ordenar los procesos dentro de las oficinas, así como un valor diferenciador respecto al resto de entidades minoristas. En cuanto a las mejoras, podemos decir que la certificación nos ayudará a avanzar en la mejora de la sistemática y los análisis tanto internos y externos de oportunidades, así como la elaboración de un discurso homogéneo a nuestros clientes.

¿Cómo lo perciben sus distintos públicos, internos y externos?

La certificación internamente ha supuesto un grandísimo esfuerzo, pero se ha percibido como algo necesario en el negocio porque ha facilitado un avance en la sistemática y orden necesarios en el negocio. Externamente, esperamos que los clientes lo perciban como un síntoma de la calidad que reciben día a día en las oficinas.