

04.9

INNOVACIÓN.

LA DECISIÓN DE BANKIA DE PONER EL FOCO EN LOS CLIENTES TIENE IMPORTANTES CONSECUENCIAS. UNA DE ELLAS ES LA NECESIDAD DE BUSCAR FÓRMULAS INNOVADORAS PARA MEJORAR LA RELACIÓN CON ELLOS. ADEMÁS, LAS SOLUCIONES TECNOLÓGICAS DE VANGUARDIA PERMITEN A LA ENTIDAD ATENDER MEJOR SUS DEMANDAS.

La Dirección de Calidad Relacional apoya a la red comercial para desarrollar relaciones cercanas, sencillas y transparentes con los clientes, a fin de crear vínculos duraderos, crecer con ellos y conseguir formar parte de su vida. En 2016, se puso en marcha un modelo denominado, 'El Cliente en el Centro' que fue testado en diferentes experiencias piloto llevadas a cabo en 125 oficinas pertenecientes a 31 direcciones de zona de todo el territorio nacional.

El modelo se basa en tres ejes fundamentalmente: gestión de la intensidad, gestión del compromiso de los equipos y conversaciones con los clientes. La iniciativa lleva asociada la creación de dosieres de comunicación para acciones de alto impacto y de diálogos comerciales con los clientes, así como la participación en talleres de dinamización, para concretar y ejemplificar los distintos aspectos del modelo.

Tras la experiencia piloto, se desarrolló un proceso de seguimiento (tanto cuantitativo

como cualitativo) que ayuda a detectar alertas y alarmas para así poder actuar en las oficinas en caso necesario (presencialmente en reuniones con los directores y equipos, sesiones de formación específicas, etc.).

También se está trabajando transversalmente, utilizando modelos similares con otras direcciones de la organización.

La Dirección de Calidad Relacional tiene otros proyectos en cartera, aunque el principal para 2017 es el llamado despliegue de 'El Cliente en el Centro', que se experimentará en 600 oficinas de la red minorista. También está previsto ampliar el piloto de 'Calidez Relacional' a las 130 oficinas ágiles existentes y a las 26 integradas en el programa 'Conecta con tu Experto'.



INTELIGENCIA DE NEGOCIO

Una estrategia centrada en el cliente tiene que partir de un conocimiento lo más preciso posible de las necesidades de este, y en ese propósito la tecnología y el tratamiento de la información juegan un papel central. Consciente de ello, la entidad trabajó en un doble plano:

- **Big Data.**

Bankia completó en 2016 su arquitectura de Big Data y empezó a desarrollar un nuevo entorno analítico. También puso en marcha las piezas fundamentales del Sistema de Gestión Comercial, que permiten la priorización y optimización multicanal de las acciones comerciales y la determinación de la mejor oferta para cada cliente, entre otras cosas. Gracias al mejor aprovechamiento del Big Data es posible el desarrollo de modelos estadísticos de propensión al consumo de productos y servicios, con refresco diario de la información, lo que redundará en una adecuación de la oferta y por tanto de la eficacia en las acciones comerciales. También se están desarrollando modelos que perfeccionan el nivel de preclasificación de riesgos o la identificación de clientes en riesgo de fuga o desvinculación.

OFICINAS DONDE FUE TESTADO EL PLAN 'EL CLIENTE EN EL CENTRO'

125

- **Acciones comerciales.**

El año pasado se llevó a cabo un proceso de simplificación de la venta de productos y servicios, mediante la implantación de un sistema de categorización de acciones, priorización de clientes y adaptación de las herramientas para facilitar la gestión diaria en la oficina. Este nuevo proceso impulsará en la red el valor de cercanía, ya que redundará en un incremento de la proactividad comercial. Adicionalmente, se realizó la definición y puesta en funcionamiento de una nueva medición de productividad enfocada a ventas con mayor aportación de valor para el banco, lo que implicará una mejora de la eficiencia en la red.

En 2017, se completará el Proyecto de Transformación de Inteligencia de Negocio para dotar a Bankia de un sistema de clientes priorizados por el valor esperado, la adaptación plena de las herramientas comerciales y la implantación de un sistema multicanal coordinado.

04.9

INNOVACIÓN.

OTRAS INICIATIVAS

Además de poner los cimientos para una relación de mayor calidad con el cliente y de aumentar el conocimiento de sus necesidades para prestarle un mejor servicio, Bankia implementó durante 2016 otras iniciativas innovadoras, entre las que destacan las siguientes:

- **Bankia Fintech by Innsomnia.**

Es una incubadora y aceleradora de startup que combinan finanzas y tecnología, y está situada en la antigua base de la Copa América, en la Marina Real de Valencia. Las 14 empresas seleccionadas en la primera convocatoria tratan de dar soluciones a campos de interés para el banco: riesgos, autónomos, exportación, seguridad, criptomonedas, pago por móvil, patrimonio, bolsa, inmigrantes, geolocalización de negocios o préstamos inmobiliarios. Bankia Fintech by Innsomnia les aporta seguimiento y mentoring en su plan de negocio, así como formación. Estas startups proceden de Madrid, Asturias, Castellón, Alicante, Valencia y Barcelona.


- **BeBankia.**

Con esta aplicación móvil, los particulares, sean o no clientes del banco, pueden ver desde sus teléfonos, mediante la tecnología de geoposicionamiento, los descuentos y promociones de los comercios que tiene más próximos. La aplicación permite al

usuario guardar las ofertas que considere más atractivas, hacer búsquedas por categorías (restaurantes, salud y belleza, o deportes, entre otras) o por ubicación. También se pueden realizar pagos, dar de alta tarjetas bancarias y ver los datos históricos de las compras efectuadas con cada una de ellas.

- **Observatorio de tendencias de negocio.**

Bankia y la Cámara de Comercio de Valencia presentaron en julio esta iniciativa, que quiere ayudar a las empresas a tener toda la información y tendencias sobre su sector, para plantear estrategias futuras. El primer sector analizado fue la alimentación, considerado estratégico en los ámbitos autonómico y nacional. El Observatorio busca señalar cuáles serán las demandas de trabajo, puestos y habilidades en el sector, con el fin de generar empleabilidad, que es la base de la cohesión social que genera una sociedad más justa y equilibrada.



Además de poner los cimientos para una relación de mayor calidad con el cliente y de aumentar el conocimiento de sus necesidades para prestarle un mejor servicio, BANKIA implementó durante 2016 otras iniciativas innovadoras.