

LAS VENTAJAS DE LA SUCURSAL BANCARIA LEAN PARA ENTIDADES FINANCIERAS Y CLIENTES BANCARIOS



AURIGA
the banking e-evolution

En un contexto en el que los bancos se apresuran a transformar sus servicios orientándolos al cliente y buscan como nunca la reducción de costes, los canales digitales han vivido un incremento vertiginoso. Mientras, las sucursales se han sometido a un riguroso examen de supervivencia tras el cierre en España de 17.873 oficinas bancarias entre 2008 y el 2017, según datos del Banco de España.

Sin embargo, la oficina bancaria es un espacio de vital importancia para una parte importante de la población, especialmente en el caso de las personas mayores -según datos del INE, en 2019 el porcentaje de uso de internet fue tan solo del 63,7 % en los hombres y del 63,5 % en las mujeres de entre 65 y 74 años-.

Para revertir esta tendencia, la sucursal debe convertirse en una *lean bank branch*, un concepto inspirado en la fabricación *lean*: generar el máximo valor posible para el cliente con el menor consumo de recursos. La sucursal *lean* sería así un espacio de atención personalizada en el que los usuarios interactúan con especialistas en tiempo real y reciben asesoramiento a medida, mientras que los trámites cotidianos y sencillos pueden gestionarse a través de los cajeros automáticos o las aplicaciones móviles.

La apuesta por tecnologías como la Inteligencia Artificial y la automatización de procesos en la gestión de la sucursal bancaria juegan en beneficio de una mayor eficiencia y mejor rendimiento económico. Estas herramientas logran reducir la carga de trabajo de los empleados, eliminando tareas repetitivas, para que el servicio humano se centre en otras cuestiones complejas que requieran de la inteligencia emocional y que aporten un mayor valor para el cliente.

Otra de las tecnologías que será clave en la transformación de las sucursales bancarias hacia la *lean bank branch* es la atención por vídeo, que logra doblar o incluso triplicar la capacidad de la entidad para ofrecer atención especializada a sus clientes. Es una solución que además permite aumentar los horarios de



atención al cliente – muy reducidos en España en comparación con el resto de Europa- y apoya la empleabilidad más allá de la localización del empleado. Con la implementación de servicios de atención vía vídeo, se apuesta además por la presencia de la entidad en zonas rurales, facilitando a sus habitantes el acceso a servicios financieros sin necesidad de desplazarse.

Por último, el análisis de Big Data permitirá a las entidades bancarias prever la cantidad de recursos necesarios para cada sucursal y mejorar la calidad del servicio ofrecido, creando una mayor sinergia entre todos los procesos que tienen lugar en la oficina. Con esta solución se reduce el tiempo de espera de los clientes y se mejora la experiencia y la satisfacción del usuario y, por lo tanto, la fidelidad.

Frente al aumento de inversión en los canales digitales, las oficinas bancarias tienden a desaparecer porque, en su formato tradicional, ya no resultan rentables. Sin embargo, existen diversas tendencias como la creación de sucursales de marca blanca o de espacios compartidos con otras empresas ya sean *partners* de la entidad o incluso negocios como cafeterías.

Hoy día, el cliente bancario demanda un servicio de mayor calidad y flexibilidad que requiere de las entidades una inversión en tecnología y *software* para poder cumplir sus expectativas. Los usuarios exigen una experiencia multicanal que permita una interacción con su banco a través de distintos puntos de contacto, siempre según sus necesidades. Solo las entidades que apuesten por el nuevo modelo de sucursal y apoyen su servicio en tecnologías y software innovadores, lograrán rentabilizar de nuevo estos espacios, fidelizar a sus clientes y crear un *customer journey* mejor definido y de mayor valor.

ARTÍCULO
DE OPINIÓN

THE # NEXTGENBANK®



Auriga Iberia, S.L.
Calle Villalar 7, Bajo Izquierda,
28001 Madrid - Spain
www.aurigaspa.com
madrid@aurigaspa.com