

LA REVOLUCIÓN DE LA SUCURSAL BANCARIA

AURIGA
the banking e-evolution



www.aurigasp.com

Hoy en día los bancos de Latinoamérica se encuentran frente al desafío de atraer a nuevos usuarios y retener a los ya existentes. Y es que la sede bancaria física seguirá siendo el centro neurálgico de este tipo de entidades, pero con servicios de mayor valor y dotada de más tecnología a fin de atender mejor al cliente, pues este se ha vuelto más exigente, sobre todo en estos tiempos de pandemia.

El Covid 19 ha acelerado la bancarización en algunos países de Latinoamérica como Perú. Tal como se evidencia en el informe "Bancarización del Peruano", realizado por Ipsos Apoyo en junio pasado, el 51% de la población se encuentra bancarizada siendo el cajero automático (79%) el canal más utilizado frente a las apps de los bancos (57%) y la banca por internet (52%).

Lo mismo sucedió en Colombia, país en el que 1,5 millones de personas accedieron a un producto financiero durante el confinamiento, tal como refiere la Asociación Bancaria y de Entidades Financieras (Asobancaria), organización que prevé dicha cifra podría llegar a 2 millones al cierre de 2020.

De cara al panorama actual, surge la necesidad de que la banca tradicional se digitalice para brindar inclusión financiera. La sucursal de la próxima generación será principalmente digital y se apoyará en una tecnología moderna, centrada en el cliente y basada en la nube, lo que permitirá a los bancos ofrecer experiencias omnicanal como nunca antes en Latinoamérica.





La revolución de la banca va de la mano de la “lean bank branch”, un concepto inspirado en la fabricación “lean”, que apunta a generar el máximo valor posible para el cliente con el menor consumo de recursos.

Esta tendencia -que se hará más notoria aún en la época Post Covid- prioriza la experiencia de los consumidores dentro de una sucursal “lean”, donde reciben atención personalizada y asesoría a tiempo real por parte de especialistas. En tanto, para los trámites más sencillos pueden valerse de los cajeros automáticos o de las aplicaciones móviles.

LAS TECNOLOGÍAS QUE IMPULSAN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Por ello, es clave que estas instituciones aceleren su migración hacia plataformas digitales. Desde un enfoque omnicanal, la banca del futuro priorizará la integración y la interacción entre los distintos canales, contribuyendo a que la entidad ofrezca los mismos servicios “a tiempo real” y controle los más utilizados a fin de entender mejor las necesidades del usuario.

En la línea de la “Lean Bank Branch”, la aplicación de la Inteligencia Artificial y la automatización de procesos logrará reducir la carga de trabajo de los empleados, eliminando tareas innecesarias. De este modo, los esfuerzos del personal se centrarán en cuestiones complejas que requieran de cierto manejo emocional y que aporten un mayor valor.

Otra de las tecnologías que será clave en la transformación de las sucursales bancarias es la atención por video, con la que se lograría doblar y hasta triplicar la capacidad de la entidad para ofrecer atención especializada incluso en las zonas rurales.

Asimismo, el análisis de Big Data permitirá mejorar el tiempo de espera de los clientes, pues se podrá prever la cantidad de recursos requeridos para cada local y mejorar la calidad de su propuesta.

Una alternativa para que estas nuevas oficinas resulten rentables es la creación de sedes de marca blanca o de espacios compartidos con otras firmas, ya sean partners de la institución o incluso negocios como cafeterías.

En resumen, sólo las entidades que apuesten por el nuevo modelo de sucursal y apoyen su oferta en tecnologías y software innovadores, lograrán rentabilizar de nuevo estos espacios. El reto, como vemos, es renovar su oferta digital y reforzar sus propias fortalezas, haciendo que la experiencia del usuario en cualquiera de los canales de atención -o en todos- tenga valor.



ARTÍCULO
DE OPINIÓN

THE # NEXTGENBANK®



Auriga Latin America, S.de R.L.de C.V.
Rio Pánuco 108, Cuauhtémoc, 06500,
Ciudad de México, México
www.aurigaspa.com
mexicocity@aurigaspa.com