



Importante entidad financiera española “industrializa” el proceso de asesoramiento con TechRules

BENEFICIOS

- * Transformarse en un proveedor de servicios y no sólo de productos. Venta y seguimiento, frente a sólo venta.
- * Unificar el criterio de asesoramiento manteniendo un equilibrio entre el interés comercial y el interés del cliente.
- * Optimizar las decisiones de inversión tomando en cuenta el horizonte real de cada inversión.
- * Poder concretar un compromiso de riesgo con los clientes y controlarlo (cumpliendo con la normativa MiFID).
- * Proporcionar un asesoramiento adecuado a las expectativas del cliente generando confianza y nuevas oportunidades de venta.
- * Obtener conocimiento del cliente (perfil de riesgo, fiscalidad, propuesta de inversión recomendada, etc.) listo para su explotación a través de los distintos procesos de *data mining* de cada entidad.

Afianzada como una de las cuatro primeras instituciones financieras en España, cuenta con cerca de 4.760 oficinas, reforzadas con la presencia de oficinas móviles que facilitan el servicio en localidades que no disponen de sucursales, y es líder en servicio al cliente.

Gracias a la estrategia seguida y a la implantación de la solución desarrollada por TechRules, la entidad financiera ha duplicado su beneficio en el plazo de tres años, alcanzando más de 1.400 millones de euros y mejorando su ratio de eficiencia hasta cifras que superan el 40%. A finales de 2006, la institución contaba más de 470.000 clientes (360.000 hace tres años), con un volumen de negocio superior a los 40.000 millones de Euros.

Ante el éxito cosechado, la institución se ha fijado unos objetivos todavía más ambiciosos para el periodo comprendido entre 2007 y 2010. Para lograrlo, ha vuelto a confiar en TechRules. El nuevo plan vuelve a tener como eje principal al cliente, con el propósito de seguir poniendo a su servicio toda la capacidad tecnológica para facilitar su relación con la entidad y garantizar la excelencia en el servicio.

OBJETIVOS

El objetivo es proporcionar un servicio de banca personal a través del motor de su negocio: las oficinas, ofreciendo a los clientes de “banca comercial” el trato que habitualmente se ofrece a los de “banca privada”.

La principal área de negocios de los bancos españoles es la banca comercial o banca minorista, que complementan con otros negocios globales: banca privada, banca de inversión, banca corporativa, gestión de activos, seguros y tesorería. Sin embargo, la gran dimensión y complejidad típica de este canal, así como la menor capacidad financiera aparente del cliente- rentabilidad potencial para el banco- han hecho que el esfuerzo de prestar un servicio diferenciado no se extendiera a las sucursales.

El objetivo de la entidad financiera ha sido proporcionar a sus clientes de “banca comercial” el trato que habitualmente se ofrece a los de “banca privada”, dedicándoles una atención más personal en materia de inversiones y asesoramiento que la que ofrecía y ofrece la banca tradicional. Por supuesto, sin dejar de lado la captación de nuevos clientes con objeto de seguir creciendo como grupo financiero. En definitiva, pretendía ofrecer un servicio de “banca personal” a través del motor de su negocio: las oficinas.

Para la consecución de los objetivos planteados, la institución optó por seguir dos estrategias en paralelo que aportaran valor añadido tanto a sus clientes como a la propia entidad financiera. En primer lugar, se diseñaron productos específicos con objeto de ser más competitivos y atractivos. Por otra parte, buscaron un socio tecnológico especializado en el sector financiero para desarrollar soluciones que apoyaran la labor de la red comercial en el entendimiento de las necesidades de inversión de sus clientes, y les facilitara la tarea de ofrecer a cada uno, de acuerdo con su perfil, un trato diferenciado y los productos que mejor se adaptan a sus necesidades.

Planteado a tres años vista (2003-2006), la entidad buscaba, cara a los clientes, mejorar el servicio en general y el asesoramiento en particular. Desde la mejora de la eficacia operativa y comercial en cualquier tipo de servicio hasta el asesoramiento especializado: adecuación a las necesidades de cada cliente e inversión (cada persona es única) así como la disposición de diferentes niveles de servicio que permitieran ajustar la oferta comercial a toda la tipología y segmentos. Pero además, se entendía que era crucial asegurar la coherencia y consistencia en ese asesoramiento y el seguimiento activo de la vida de las inversiones.

WEALTH MANAGEMENT SOLUTION

Una solución que automatiza los procesos para asesorar a los clientes de uno en uno reduciendo los costes asociados a esta actividad, y que los fideliza vinculándolos a largo plazo.

TechRules ha desarrollado para esta institución financiera una solución de Wealth Management a través de la cual cubrir todo el proceso del asesoramiento: planificación (perfil de inversión, definición de estrategias de Inversión...), implementación (propuesta de inversión, ejecución de las posiciones...) y monitorización y seguimiento (alertas, reporting...).

La plataforma permite la creación de carteras personalizadas, el seguimiento de la evolución de sus inversiones y la realización de propuestas ajustadas a su perfil de riesgo y sus expectativas de rentabilidad, considerando para ello toda la gama de productos y activos financieros.

En definitiva, una solución que automatiza los procesos para asesorar a los clientes de uno en uno reduciendo los costes asociados a esta actividad y que los fideliza vinculándolos a largo plazo.

El diseño de la plataforma se hizo conjuntamente en base a las necesidades de la entidad, de acuerdo con sus circunstancias y objetivos y apoyados en el conocimiento y experiencia de TechRules en el sector financiero.

Por ser un desarrollo modular, la entidad dispuso de las funcionalidades de forma gradual (en función de sus prioridades) y en un periodo de tiempo reducido. Pero, además, cualquiera de los módulos permite escalabilidad, es decir, que la solución desarrollada evoluciona con el negocio a medida que las exigencias del mercado o los objetivos varían.

Datos relevantes:

17.500 asesores en 4.760 oficinas.
400.000 clientes reales del servicio.
Disponible para 4.000.000 clientes potenciales a través de su banca online.
274.000 carteras de clientes.
267.000 propuestas generadas.

TECHRULES EN LA VANGUARDIA DEL ASESORAMIENTO FINANCIERO

La clave del éxito es el servicio orientado al cliente.

La tendencia dentro del sector bancario y, más concretamente de la “banca comercial”, está cambiando. Varios son los factores que pueden conducir a una entidad al éxito o al fracaso aunque, a juicio de todos, el más importante es “el cliente”. En la actualidad, las instituciones financieras se enfrentan a un nuevo escenario donde la clave del éxito se encuentra en la comunicación y servicio orientado hacia el cliente (dar solución a sus necesidades en el momento que lo soliciten), en oposición al orientado solamente al producto de etapas anteriores. Y es que su sofisticación ha aumentado. Los clientes cuentan hoy con más información (a través de numerosos y diversos canales) pero también son mayores sus inquietudes. Están más interesados en la asignación de activos y eficiencia de los pesos de sus carteras entre renta variable, renta fija y liquidez, y demandan más y mejor información sobre el comportamiento (rentabilidad) de sus posiciones y carteras.

En consonancia con la tendencia de mercado, TechRules ha logrado hacer del ciclo completo del asesoramiento un proceso eficiente, con una solución totalmente integrada en los sistemas de la entidad. La institución financiera pudo apreciar con inmediatez un incremento de la productividad y eficiencia, pudiendo atender de modo personalizado a más clientes e incluso anticiparse a sus necesidades fruto del seguimiento -ahora posible- de las inversiones de cada uno.

En términos de valor añadido, la aportación de TechRuLes a esta institución se podría resumir en: reducción del tiempo requerido para el proceso del asesoramiento, incremento del volumen de negocio sin necesidad de aumentos de personal (productividad), rapidez y eficiencia en la atención al cliente (cada vez posee más información y cultura financiera y demanda una atención más personalizada), producción más rápida de informes de cartera, minimización de errores, educación del staff para un mejor conocimiento del cliente (necesidades, objetivos, inquietudes...) y del producto (contenido, objetivo, comercialización...), integración de los diversos canales para ser más competitivos y llegar al mayor número de personas, cumplimiento de las directivas vigentes y adaptación a las directivas de nueva implantación (MiFID).

Tlf: +34 91 398 36 73
headoffice@techrules.com
www.techrules.com