

**BANCA TELEFÓNICA**

CLIENTES

**3.523.997**

TRANSACCIONES

**70.112.016****OFICINA INTERNET**

CLIENTES

**3.597.925**

TRANSACCIONES

**1.201.454.074****OFICINA MÓVIL**

CLIENTES

**1.075.451**

TRANSACCIONES

**803.827.785**

# MULTICANALIDAD

La evolución tecnológica y el desarrollo de la sociedad de la información han supuesto la aparición de nuevas formas de atención al cliente de banca. Sigue y seguirá existiendo la atención presencial, pero cobran cada vez más importancia instrumentos como la web o el móvil. De ahí que prestar una correcta atención multicanal esté entre las prioridades de todas las entidades financieras.

Bankia no es una excepción y en 2015 creó la Dirección Corporativa de Nuevos Modelos de Distribución, responsable de desarrollar el proyecto de transformación multicanal del banco. Dentro de esa apuesta estratégica, la mejora de la experiencia del cliente y el impulso de las ventas digitales constituyen una prioridad. Se trata, en definitiva, de que haya disponibles más canales por los que atender y presentar la oferta sin perder la relación personal con el cliente, siempre con un nivel óptimo de calidad.

En los últimos años se ha producido la aparición de competidores procedentes de otros sectores, que por lo general son organizaciones especializadas en alguna de las parcelas hasta ahora exclusivas de la banca (medios de pago, financiación, inversiones, etc.). Frente a esa competencia directa, las entidades financieras pueden aprovechar las oportunidades que les ofrecen el conocimiento de sus clientes y la explotación de la información que obtiene de sus actividades (big data).

## DIGITALIZACIÓN CRECIENTE

Al cierre de 2015, el 56% de los clientes multicanal ya utilizaban el móvil o la tableta para relacionarse con Bankia (como único medio o compartido con otro) y podían disfrutar de la nueva funcionalidad de la aplicación digital del banco (app), con pantallas modales en las que, de una manera poco intrusiva, se les informa de cuestiones de su interés, aumentando así la comunicación y cercanía. También se continuó avan-

zando en la migración la operativa transaccional a canales no presenciales (Plan Cuando Quieras), una actividad que continuará y evolucionará, centrándose más en las personas y poniendo el acento en la plena utilización de los canales digitales.

Para ello se puso en marcha el servicio gratuito Conecta con tu Experto, clave de la atención a los clientes multicanal en el futuro, especialmente aquellos más digitales. A 31 de diciembre tenía 88 gestores especializados y más de 104.412 clientes atendidos de manera especializada por el gestor que tienen asignado. Estos clientes cuentan con los canales habituales de Internet, banca telefónica, oficina móvil, etc. Pero, al mismo tiempo, disponen del asesoramiento especializado de un gestor, siempre el mismo, que les acompaña cuando necesitan ayuda para realizar cualquier operación y con el que pueden contactar por cualquier vía telemática.

También se creó una nueva Oficina Internet Evolucionada, que permite optar por cuatro formas distintas de interactuar con Bankia: web, teléfono, correo electrónico y chat. La atención es personalizada a través de un nuevo procedimiento más sencillo e intuitivo, al que ya han tenido acceso más de 953.000 clientes.

La optimización de los procesos on line favoreció la contratación de productos a través de los canales, como los préstamos preconcedidos, y facilitó acciones de publicidad digital personalizada, que han demostrado su efectividad tanto a

la hora de captar la atención como a la hora de conseguir mejores tasas de conversión de visitas en ventas.

## RED DE CAJEROS

En los dos últimos años se ha renovado y adaptado el 54,8% del parque de cajeros y se ha avanzado en los servicios que a través de ellos se presta a los clientes. Los dispensadores automáticos de Bankia, por ejemplo, permiten la solicitud de justificantes electrónicos de operaciones para su recepción por teléfono o por correo electrónico, el desbloqueo de claves, el pago de impuestos y la concesión de créditos de manera inmediata. Como parte de la potenciación de la red, se prorrogó en 2015 el acuerdo para situar terminales en Metro de Madrid, y Bankia se adjudicó los concursos para su instalación en los aeropuertos del El Prat (Barcelona) y Manises (Valencia).

Los medios digitales y los cajeros son un medio para que Bankia pueda prestar servicio a los clientes que viven en zonas poco pobladas y en las que habitualmente no se dispone de oficina. La entidad cuenta con un total de 607 cajeros en este tipo de zonas. Para llegar a estas áreas, el banco dispone también del servicio de ofibuses. Un total de 11 de estas oficinas móviles prestan servicio a 324 municipios de Castilla y León, Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana, Comunidad de Madrid y La Rioja.

Bankia tiene el 60% de sus cajeros adaptados con sistemas de audio, teclados y

pantallas para que sean accesibles a personas con cualquier grado de discapacidad, en especial de tipo visual.

## MEDIOS DE PAGO

Bankia continúa en la senda del desarrollo de las nuevas tecnologías también en los medios de pago. La principal vía es a través de su aplicación Bankia Wallet, con la que se pueden gestionar todas las tarjetas del usuario. En este ámbito cada vez son más las tarjetas *contactless*, bien tradicionales (más de 1,1 millones) o bien en forma de sticker (algo más de 103.000). El último gran avance ha sido el lanzamiento del pago por móvil mediante tecnología NFC, con la que es posible realizar compras totalmente seguras en comercios que disponen de TPV *contactless*.

En el ámbito de las tarjetas, también se introdujeron las siguientes novedades:

- Crédito Plus. Se trata de dos tarjetas: una para el día a día y otra para aplazar compras de importe más elevado.
- Firma de un convenio de colaboración con el Comité Paralímpico Español, que incorpora nuevas modalidades de tarjetas (débito y business), mejora las condiciones económicas al cliente y permite apoyar económicamente a los deportistas con la cesión de parte de los ingresos que generan estos plásticos.
- Acuerdo para emitir el Carné Joven de Castilla-La Mancha, tanto en la moda-



## RENOVACIÓN DEL PARQUE DE CAJEROS

# 54,8%

lidad financiera como no financiera, en consonancia con los que ya tiene Bankia en otras comunidades autónomas.

- Aceptación en comercios y cajeros conectados con Bankia de las tarjetas UnionPay, de las que hay 5.000 millones de unidades en circulación en todo el mundo y son las utilizadas por los más de 250.000 turistas de nacionalidad china que cada año visitan España.
- Nuevo programa ServiRed Tú Decides, por el cual los comercios que disponen de TPV pueden ofrecer la financiación inmediata para pagar sus compras de forma aplazada.

Tras la aprobación del nuevo decreto que regula las comisiones en el uso de cajeros, Bankia firmó un acuerdo con Euro6000 y Sabadell que concede a los clientes de Bankia condiciones ventajosas en las disposiciones de efectivo en más 17.800 cajeros de todo el territorio nacional. Bankia pone de esta manera a disposición de sus clientes la mayor red de cajeros del país en las condiciones más ventajosas. Además, para los no clientes, Bankia tiene oferta más barata de las grandes redes del país.

### INTELIGENCIA DEL NEGOCIO

Durante 2015 se produjo la integración de la Dirección de Inteligencia de Negocio en el ámbito de la Dirección Corporativa de Nuevos Modelos de Distribución.

El objetivo de esta integración es facilitar el desarrollo del Plan de Transformación del Business Intelligence del banco en el marco del Plan de Transformación Multicanal. Tres son las áreas en las que se empezó a trabajar en 2015:

#### BIG DATA

Desarrollo de una analítica multicanal avanzada, necesaria para obtener una visión completa del cliente y para potenciar las ventas con ofertas adecuadas a cada perfil. Implementación de un motor de priorización comercial que, en un contexto de marketing multicanal, imprime coherencia y prioriza las oportunidades de negocio a través de los diferentes canales.

#### CRM

Creación de segmentaciones avanzadas, al objeto de tener una visión multidimensional de la cartera de clientes en cuanto a su valor capturado, su valor potencial y su valor futuro. Existe una modelización para la identificación de una oferta comercial permanente al 100% de los clientes. Dos millones de ellos disponen ya de una Próxima Mejor Oferta identificada.

#### ACCIONES COMERCIALES

Optimización de la relación esfuerzo/resultados en términos de ventas totales, consumo de productos por cliente y ventas por empleado.

Nº TOTAL DE TARJETAS

6.365.712

Nº TOTAL DE TPV'S

97.913

Nº TOTAL DE TARJETAS CONTACTLESS

1.101.727

STICKERS DE BANKIA WALLET

103.144

DESCARGAS DE LA APLICACIÓN BANKIA WALLET

46.340

## PLANES DE FUTURO

A lo largo de 2016 se consolidarán y desarrollarán plenamente muchos de los proyectos puestos en marcha en 2015 y que son parte de importantes planes de transformación:

### RENOVACIÓN DE LOS CANALES DIGITALES

Hasta 2017 se llevará a cabo una renovación de la web pública, la app y la web privada, como parte de la estrategia de adecuación de los canales a los objetivos de mejora de la experiencia del cliente y de la comercialización de productos. Se pretende conseguir una mayor cercanía y orientación a resultados.

### CRECIMIENTO DE CLIENTES MULTICANAL

Hasta 2018 seguirá el esfuerzo ya iniciado. Se pondrá en marcha un nuevo Plan Cuando Quieras centrado en el mundo digital. Este plan estará orientado a quienes ya utilizan los canales pero no conocen todas sus posibilidades. Los clientes percibirán que Bankia es más accesible y que ofrece un servicio completo y profesional a través de sus canales digitales. Especialmente relevante en esta estrategia será el uso del internet móvil.

### CRECIMIENTO DE VENTAS

Las mejoras en el canal que ya están desarrolladas y las que vendrán en los próximos años favorecerán el impulso de las ventas on line. También se llevarán a cabo acciones para retener y captar a clientes de diversos segmentos con condiciones atractivas para toda su operativa digital. Con estas acciones, además de mejorar sus ventas, Bankia estará más próxima a sus clientes para resolver en cada momento las necesidades que se les vayan planteando.

### CONECTA CON TU EXPERTO

Profesionalidad y cercanía son las claves de este servicio, y si 2015 fue el año de su lanzamiento, 2016 será en el que alcance su velocidad de cruce-ro. Se ampliará la base de clientes y se procederá a la apertura de nuevos centros para cubrir los diversos territorios en los que Bankia está presente. Ventajas como el asesoramiento especializado y personalizado y la atención en un horario amplio complementarán una oferta de canales en los que las personas encontrarán muchas posibilidades a la hora de estar en contacto con su banco.

### PLAN DE CULTURA DIGITAL

Implicará en 2016 a toda la plantilla y supone la realización de itinerarios formativos y la introducción de la multicanalidad en la sistemática comercial del banco. Existe ya un claro compromiso a todos los niveles con este objetivo y el Plan de Cultura Digital lo potenciará aún más.

### PLATAFORMA BUSINESS INTELLIGENCE

Se implantará en 2016 para incrementar progresivamente las funcionalidades y la rentabilidad del banco. Seguirán aumentando y mejorando tanto el número como la adecuación de las ofertas a clientes, que además estarán cada vez más disponibles en cualquier canal.

### POTENCIACIÓN DE LAS ACCIONES COMERCIALES

Se impulsará la gestión de las acciones comerciales para conseguir mejoras en sus resultados, adaptándolas a las necesidades reales del cliente, detectadas a través del tratamiento de la información. La incorporación de un ecosistema big data permitirá, a su vez, introducir mejoras en el análisis de riesgo y aumentar la oferta de riesgo preclasificado.

OPERACIONES DE  
COMERCIO ELECTRÓNICO  
REALIZADAS CON TARJETA

**22.836.018**

IMPORTE TOTAL DE  
LAS TRANSACCIONES  
REALIZADAS

**1.231 M€**

ACCESO A  
TRAVÉS DE  
**m.bankia.es**

DESCARGA  
DE LA APP



DESDE OFICINA MÓVIL  
SE PUEDE REALIZAR EN  
CUALQUIER MOMENTO  
Y LUGAR LA MAYORÍA  
DE LAS OPERACIONES  
BANCARIAS DISPONIBLES  
EN OFICINA INTERNET:

TRANSFERENCIAS  
TRASPASOS DE SALDO  
DE TARJETA A CUENTA  
RECARGAR EL TELÉFONO MÓVIL  
REALIZAR APORTACIONES EN FONDOS DE  
INVERSIÓN Y PLANES DE PENSIONES  
CONSULTAR, DESCARGAR Y ARCHIVAR  
SU CORRESPONDENCIA ELECTRÓNICA  
FINANCIAR OPERACIONES MEDIANTE  
EL SERVICIO DE FINANEXPRESS

## PLAN DIRECTOR DE CAJEROS

MILLONES DE  
EUROS INVERTIDOS

**100**

EQUIPOS NUEVOS  
INSTALADOS

**2.346**

OPERACIONES  
DERIVADAS A LA  
RED DE CAJEROS  
POR EL PLAN  
CUANDO QUIERAS

**14 MILL.**



**Bankia**

DÍAS AL AÑO

**365**

HORAS AL DÍA

**24**

LOS CAJEROS  
SON UN PUNTO  
DE SERVICIO  
INTEGRAL PARA  
NUESTROS  
CLIENTES