Goldman Sachs – Customer Satisfaction

[Maximizing the Client Experience (gsam.com)](https://www.gsam.com/content/gsam/us/en/advisors/resources/advisor-resources/business-practice-landing/building-your-practice/retain/maximizing-the-client-experience.html)

Aspetos importantes para melhorar a qualidade de serviço ao cliente:

1. Satisfação do investimento

2. Satisfação com o serviço (providenciar um serviço no tempo definido)

3. Satisfação com a relação (simpatia; acolhedor)

Estratégia dividida em 5 pontos:

1. Estratégia de serviço

2. Comunicação com o cliente

3. Reviews do cliente

4. Educação do cliente

5. Eventos do cliente

Master Card – Elevate your customer experience

[Consumer experience tools | Mastercard](https://b2b.mastercard.com/customer-experience/)

Providenciar segurança e simplicidade durante a jornada do consumidor para melhorar a sua satisfação e compromisso.

Banking Trends 2022: Transforming Customer Experience - AWS, Amazon Web Services

[Banking Trends 2022: Transforming Customer Experience | AWS for Industries (amazon.com)](https://aws.amazon.com/pt/blogs/industries/customer-experience-transformation-in-banking/)

Clientes procuram uma interação mais rápida e sem atritos às funcionalidades bancárias. Preferência por serviços de digital- self-service pela via mobile ou web. Ao mesmo tempo que há um crescimento da importância dos canais digitais, que deve ser acompanhada da capacidade para os cobrir. Isto permite que os clientes usem o seu canal preferido, sem que o banco ou agente percam o contexto e a interação. Importante o padrão encontrado pela Deloitte Digital Banking Consumer Survey, sobre a preferência dos clientes por canais digitais para atividades de transação bancária, enquanto que preferem outros ramos para interações mais baseadas em aplicações e aconselhamento. Os consumidores esperam agora que os bancos compreendam as suas situações e lhe providenciem ofertas personalizadas- estatísticas da Bain e BCG.

3 abordagens adotadas pelos bancos para melhorar a experiência do cliente

1. Envolvimento digital do cliente e serviço

Os bancos redesenharam as suas experiências em torno da jornada do cliente. O foco é no “self-service”, proporcionando fluxos de trabalho intuitivos para os consumidores iniciarem pagamentos, fazerem transações e ajustarem a informação da conta dentro da aplicação.

Bancos começaram a incluir “smart chatbox tecnology” para identificar melhor o porquê do contacto do cliente , assim como resolver a questão sem necessitar de contactar um agente- isso reduz custos.

Para os clientes que necessitam de uma suporte mais real é importante que esteja seja realizado a através do meio de comunicação preferido, normalmente os chats móveis e vídeos. Independentemente do canal, o banco deve reter a info das necessidades dos clientes, o que reduz atritos nas interações. Assim o banco recolhe e usa informação a tempo real, sendo possível a transcrição dos registos das chamadas bem como a avaliação dos sentimentos de interação. Exemplo de serviços Amazon: Amazon Connect e Amazon Lex.

2. Finanças Contextualizadas ou Incorporadas

Para além da interação com os bancos, os clientes esperam que as opções financeiras sejam construídas nos seus processos de compra, em vez de ser um passo adicional. Mais do que uma tendência, as Finanças Incorporadas poderão permitir capturar uma melhor quota de mercado das PMEs num futuro próximo. Desta forma, os bancos estão a construir soluções de finanças incorporadas, “embedded finance” , o que lhes permite fazer parceria com outras organizações de modo a construir serviços financeiros e bancários nas trajetórias usuais dos consumidores. De modo a compreender as necessidades dos mesmos em tempo real, os bancos expõem os seus serviços através de Application Program Interfaces (APIs), assim como desenvolvem a adjudicação de crédito. Muitos destes serviços estão a ocorrer devido ao uso da cloud. Isto permite-lhes escalar os seus serviços de modo a dar resposta aos picos de procura, em vez de comprarem um determinado hardware para esses picos, ou ainda proporcionarem pior qualidade de serviço durante os períodos de maior procura.

3. Banca Super Personalizada

Os bancos usam dados que recolhem através da sua relação com o consumidor para melhorar compreenderem o estado atual do consumidor, incluindo o que poderão necessitar futuramente e como melhor os servir. Estes insights são usados como recomendações ao cliente que o irão ajudar a otimizar os seus ganhos , evitar taxas, ou melhorar os seus cash flows. Para além disso, usam estes insights para customizar e pre-aprovar certos produtos que poderão ajudar o consumidor individual. Para além dos bancos estarem a alavancar estes insights para apresentar ofertas destinadas aos consumidores na sua experiência digital. Isto é proporcionada através de AI e ML.