Entrevista Jorge Guimarães

19/12/2022

#Pergunta 1: Qual a perceção do cliente externo?

A reputação da Banca caiu nos últimos tempos. Após a crise do BES. Inevitável a contaminação do setor. Pouco apoio dado ao BPI dos fundos disponíveis para o setor bancário- COSCOS

Banco socialmente responsável - devolve muito dinheiro à sociedade através da Fundação La Caixa.

Banco com mais contribuição social do que a Fundação Gulbenkian. Maiores linhas de investigação científica em PT são da Fundação La Caixa (várias linhas de investigação).

Questionar Rita Byrne sobre fundos da Fundação.

Rácios sólidos. Banco conservador no crédito

Banco que atrai mais o setor adulto/sénior - atrai poucos jovens

Banco que oscila muito na perceção de inovação.

Banco com boa reputação de sustentabilidade.

O tema de reputação é um tema de perceção. A reputação é resultado da perceção dos stakeholders (clientes, reguladores, concorrentes, fornecedores, media, público em geral,)

#Pergunta 2: Quais as críticas principais aos balcões e canais nas Redes Sociais?

Nos balcões: Nível de Serviço; Fecho dos balcões; Qualidade de Serviço (anomalias; app falha; falha nos cartões; remediação de contas, final das moratórias, problemas nas contas por motivos de falecimento

Em relação ao metaverso, a perceção for de maneira geral positiva. App de empresas é alvo de comentários menos positivos. A tendência natural das reputações das apps, é que fiquem mais relevantes as opiniões menos positivas.

#Pergunta 3: Em que medida as campanhas melhoram o serviço?/ Perceber se houve melhorias no serviço após determinada campanha?

Não têm muito a ver um com o outro (qualidade de serviço e campanhas). A campanha é uma forma de chegar ao público com uma determinada mensagem (conhecimento do produto, serviço) A campanha funciona como forma de melhorar a perceção da qualidade de serviço.

Melhorar a capacidade de o público ter na memória as vantagens que podem ter em determinados serviços e também a compreensão dos valores do banco (sustentabilidade, ESG, …)

#Pergunta 4: O que a concorrência faz?

Há um acompanhamento do que a concorrência faz.

Importante a análise dos dados fornecidos pelo Digimind no âmbito do *Social listening* .

#Pergunta 5: Quais os serviços/produtos com mais queixas?

Máquinas automáticas, ATM

Quando a app está indisponível

Horário dos balcões

Contas – com mais reclamações (acumula quase sempre tudo)

Crédito à habitação e crédito pessoal.

Cartões.

#Pergunta 6: Como tem variado a reputação do BPI nos últimos anos?

A reputação é medida através do Índice Global de Reputação com diversos indicadores.

Duas vezes por ano a reputação é medida. Atualmente estamos num pico alto de reputação.

Estudo dos Touch Points. O primeiro ponto de contacto é a rede comercial.

Neste momento estamos com 749 pontos em 1000.

Pontos de estaque: inovação, colaboradores, meios de comunicação

Baixa: reguladores.

Em relação aos colaboradores, a questão do teletrabalho, pode ter impacto.

É importante a gestão da relação com a imprensa e as redes sociais.