Entrevista Nuno Silva

14/12/2022

**Pergunta 1: Quem é o cliente interno?**

São todos os colaboradores do BPI.

Mesmo os colaboradores de rede podem propor correções. Não deixa de ser cliente mas não tem propriamente uma relação direta

Relação mais recorrente:

Direções de operações

Marketings particul e emrp

Risco

Credito

Conta

Financeira

Compliance

**Pergunta 2: Quais são as principais queixas que o cliente interno tem?**

Time to market

Assoberbados por temas legais e regulamentares, de compliance

Não conseguem, por isso dar a resposta a determinados objetivos como se gostaria

**Estas obrigações legais fazem com que certos projetos fiquem atrasados e causa algum descontentamento nos clientes internos**

Não tem que ver com a entrega de um serviço sem qualidade

**Pergunta 3: Quais são as maiores dificuldades que a gestão da procura tem?**

Direção:

Têm que lidar com recursos escassos. A capacidade que têm instalada tem que dar resposta nos picos de trabalho, contudo há agilidade porque há outsourcing

É feito um capacity planning no sentido de mover a equipa tendo em conta o volume de trabalho

Contudo, tem dificuldade de deslocar pessoas entre equipas diferentes devido aos softwares específicos utilizados

Gestão da Procura:

Portal de Clientes- perceber melhor o processo

1. Dar resposta aos clientes em tempo útil
2. Determinação do valor dos temas (dificuldade geral do banco)

**Pergunta 4: Quais são as consequências de uma má-comunicação entre a gestão da**

**procura e o cliente interno?**

Existe um gestor da procura por área e por isso tem várias equipas subordinadas Pivots- definição do plano estratégico

Existe também um gestor de soluções

Gestor de experiência que é da banca digital e trata do desfrutar a vida

Excetuando os temas relacionados com experiências, a comunicação é realizada pelo gestor da procura

Pedidos de funcionalidade: foco

A metodologia prevê que se escreva fichas de história através de cenários e explicam de forma detalhada os requisitos do cliente interno e o cliente à posteriori certifica que o pedido foi bem descrito

Na fase final de implementação, o cliente executa o cenário e tem oportunidade de confirmar que o projeto realizado vai de encontro às características pedidas

A metodologia da área dá algum suporte importante

**Futuro: Teste automáticos em que é possível realizar os cenários de forma automática e verificar se com a adição de uma “pecinha” nova o projeto continua a trazer valor acrescentado (pode ser utilizado abaixo)**

Formalismo do steering da gestão da procura que é realizado através do portal de clientes que no final dá origem a uma ata para o pedido ficar formalizado

Momento importante de comunicação DSI-Cliente

**Pergunta 5: Quais são pontos onde acha que se pode melhorar a qualidade de serviço entre a gestão da procura e o cliente interno?**

Não há processo a montante. As direções, neste momento, só podem gerar 20 “pontinhos” por mês e o steering, portanto existem processos para limitar os processos, mas mesmo assim continuam a ser muitos

**Recomendação: que as direções comecem por verificar se as suas questões vão trazer algum valor acrescentado para o banco. Reduzir a procura que lhes chega**

Se o cliente pudesse ter um budget de 2 meses em 50 equipas (DO) no sentido de limitar os pedidos realizados à DSI

Acha que o processo pode ser mais filtrado à nascença

Há dificuldade de gerir os temas que muito dificilmente são feitos

Gerem muito pouco dos temas que lhes cheguem.