Entrevista Rui Quintiliano

09/12/2022

Pergunta 1: Qual a percentagem de uso dos vários serviços (canal digital mais usado?)

Canais mais tradicionais: 5% (contacto com o gestor; telefone; email)

BPI APP - 75%

BPI NET Particulares - 15%;

BPI Net Empresas - 5%

Balcões

Pergunta 2: Qual a principal aposta do banco nos canais digitais?

BPI APP- Principal Aposta: no lado dos particulares

Pergunta 3: Como funciona a resposta aos pedidos nos canais digitais?

Tema importante. Problemas dos canais digitais chegam por clientes, que podem ser colaboradores.

Comunicar à DSI OU DBD que algo não está bem.

Monitorização pode ser muito melhorada.

Pergunta 3.1 Quando há reclamações como é dada a resposta?

Quando a informação chega pela rede, quando são situações com determinada dimensão, há um sistema/repositório de alertas que dá a resposta à questão.

Não há ainda um mecanismo bem montado para dar aos clientes a informação e a expectativa de resolução.

Muitas vezes o problema não está no banco: ex. SIBS

Em casos em que o cliente não conseguiu fazer a operação, seria importante a comunicação de quando é possível, de forma mais rápida.

Pergunta 4: Qual a faixa etária a usar mais os canais digitais?

Faixa etária que usa mais: Geração Z

Não há nenhuma geração que não use os canais digitais

Clientes na faixa dos 40 anos usa bastante os canais.

Importância de gerir bem a expectativa do cliente, saber respeitar a sua opinião e procurar mostrar as vantagens dos meios digitais.

Mais jovens: Muito mais digital e menos físico.

É importante encaminhar os clientes para os canais digitais, mostrando-lhes que o uso dos mesmos é fácil.

Pergunta 5: O que a concorrência/benchmark faz?

Inspiração numa vertente mais global, não

2 Temas Principais:

1. Ecossistemas: Pensar em abrir a abordagem à vida dos clientes e produtos vendidos. EX: Cliente não quer Crédito à habitação, quer a casa; não quer o Mbway, quer sim enviar dinheiro. Ver a vida das pessoas e fazer com que o banco se ligue a outras plataformas que se liguem àquilo que o cliente quer: p.e serviços adicionais quando se compra casa, compra de carro, educação...
2. Pagamentos: Fintech; Big 5 também estão a entrar na área. É muito importante que os clientes usem os bancos para fazer os pagamentos.

Tema do Crédito Pessoal: um dos produtos mais importantes para a banca de particulares. Ainda há bastante a fazer. Melhorar a experiência ao utilizador, permitindo ao cliente tratar de questões adicionais dentro do banco. Neste ponto, olhamos para concorrentes portugueses.

Sugestões:

Tentar identificar mais facilmente os problemas em curso de forma a comunicar de imediato ao cliente, de forma original.

Não atuar no lado da correção do erro, mas sim na deteção e comunicação do mesmo.