

# Reinventar la banca en sucursales: Un enfoque de tres pilares para la transformación del canal

Por Satya Swarup Das



Adoptando un moderno modelo de sucursal bancaria y utilizando innovadoras tecnologías se puede ayudar a los bancos a atender las expectativas de sus clientes y estimular el crecimiento y la diferenciación en una industria cambiante.

La banca se encuentra en su era “figital” (física y digital). A medida que los bancos cierran la brecha entre las ofertas y capacidades físicas y digitales, buscan formas de satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes. Y eso significa cambios.

Pero estos cambios vienen de hace mucho tiempo. La preferencia de los clientes por los canales digitales ha remodelado la forma en que las sucursales tradicionales se están adaptando a esta nueva realidad. Anteriormente, las sucursales bancarias atendían principalmente a clientes con un enfoque transaccional. Los clientes visitaban las sucursales en busca de garantía y asistencia personalizada, algo que los canales digitales no podían ofrecer. Sin embargo, un cambio radical hacia los canales digitales ha obligado a los bancos a reimaginar sus ofertas. Este cambio ha interrumpido el equilibrio entre los canales digitales y físicos, lo que ha permitido a los bancos replantearse sus estrategias en sucursales.

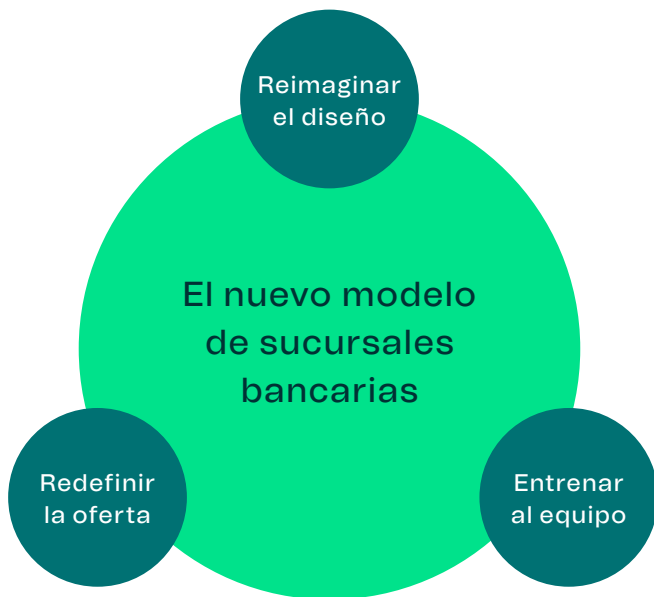
Eso no quiere decir que todos los clientes sean expertos en digitalización; muchos todavía dependen de las interacciones en persona, especialmente para interacciones complejas, incluidas las solicitudes de hipotecas o la planificación financiera. Según una reciente encuesta de Banking Outlook realizada por BAI1, los clientes esperan hacer alrededor del 60 % de sus operaciones bancarias de forma digital para 2024, y alrededor del 40 % que aún requiere interacciones en persona.

Mientras que los bancos más grandes han empezado su viaje hacia la búsqueda del equilibrio adecuado entre las ofertas digitales y las de las sucursales, otros siguen descubriendo el mejor modelo para satisfacer las necesidades de los clientes y seguir siendo competitivos. Las siguientes son estrategias prácticas que los bancos pueden emplear para encontrar el equilibrio adecuado entre las ofertas digitales y las de las sucursales. Descubra el enfoque de tres pilares para ayudar a sus operaciones bancarias a evolucionar para mejorar la experiencia del cliente e impulsar el crecimiento.

## Conozca el nuevo modelo bancario de sucursales

En estos momentos, la banca de sucursales es un acto de equilibrio. Pero reevaluar las necesidades de sus clientes y las experiencias que sus sucursales podrían proporcionar devolvería el equilibrio a sus operaciones. El objetivo de los bancos es crear un entorno interactivo y agradable en el que los clientes puedan navegar sin problemas por los puntos de contacto digitales y físicos, recibiendo asistencia personalizada en cada paso.

Para hacer frente a los retos de equilibrar las ofertas de las sucursales con una estrategia centrada en lo digital, los bancos deben considerar un nuevo modelo que reinvente el diseño, replantee las ofertas y vuelva a capacitar al personal. Profundicemos en cada pilar con ejemplos.



### Pilar 1: Reinventar el diseño

El primer pilar de este nuevo modelo requiere que las sucursales evolucionen para convertirse en centros de experiencia del cliente en lugar de centros transaccionales. Puede transformar el entorno físico sustituyendo los mostradores individuales tradicionales por mostradores flexibles que satisfagan las diferentes necesidades de los clientes. Y si equipa al personal con dispositivos como tabletas, pueden moverse alrededor de la sucursal, facilitando interacciones interactivas y personalizadas con los clientes.

¿Necesita más ideas? Imagine sustituir los mostradores tradicionales de sus sucursales por estaciones de trabajo colaborativas, en las que los clientes y el personal puedan participar en conversaciones personalizadas sobre objetivos y soluciones financieras.

Al transformar las sucursales en centros de experiencias, puede ofrecer una mezcla equilibrada de experiencias digitales y presenciales. Las salas interactivas con personal equipado con tabletas y los quioscos de autoservicio para los clientes proporcionan un entorno donde estos pueden explorar las ofertas digitales mientras reciben asistencia personalizada. Estas interacciones informales y experimentales pueden ayudar a su personal a abordar de forma integral las necesidades de sus clientes.

### Pilar 2: Repensar las ofertas

¿Y si las sucursales pudieran centrarse en proporcionar servicios de asesoramiento y aprovechar la tecnología para mejorar las experiencias de los clientes en lugar de simplemente procesar las transacciones? Los bancos pueden aprovechar los conocimientos de los clientes, las soluciones basadas en flujos de trabajo digitales y las ofertas virtuales para infundir un nuevo nivel de experiencia en sus sucursales. Los sistemas basados en IA que proporcionan una visión holística del cliente pueden permitir al personal gestionar consultas, ofrecer asesoramiento y orientación personalizados a los clientes hacia las soluciones financieras más adecuadas.

Imagínese esto: un banco introduce el soporte virtual para solicitudes de préstamos e hipotecas, donde los clientes pueden conectarse con expertos a través de videoconferencias dentro de la sucursal.

Revitalizar su enfoque también podría eliminar una de las partes más complicadas de la experiencia del cliente: la espera. La reserva digital de citas previas y la asignación previa de personal en franjas horarias específicas pueden reducir los tiempos de espera y la ansiedad de los clientes.

### **Pilar 3: Capacitación del personal**

Uno de los aspectos más importantes de la evolución de la banca de sucursales son las personas. Para que cualquier nuevo modelo de negocio funcione, el personal de la sucursal debe pasar de una mentalidad de procesamiento de transacciones a convertirse en especialistas en interacción con el cliente. Para ello, los bancos podrían priorizar la flexibilidad del personal

¿En qué consiste la prueba? Un banco invierte en programas de formación integrales que equipan al personal de las sucursales con conocimientos avanzados de los productos, habilidades blandas y experiencia en banca digital. Esto permite al personal gestionar múltiples productos y guiar a los clientes a lo largo de su recorrido bancario, creando una experiencia de cliente fluida y personalizada

ofreciendo horarios de trabajo variables, tiempo libre y oportunidades de aprendizaje y formación continua. Un personal feliz significa clientes satisfechos. Garantizar la satisfacción del personal y mejorar la experiencia de los empleados se traducirá en clientes más satisfechos y mejores experiencias para los clientes.

## **Poner el modelo en acción**

Los bancos deben comenzar con un ejercicio de planificación exhaustivo para implementar con éxito este modelo de tres pilares que implique consideraciones de alto nivel, como:

- Revisión de los servicios y procedimientos actuales
- Encontrar el mejor equilibrio entre ofertas basadas en sucursales y en línea
- Reimaginar el paisaje de las sucursales

La implementación de un nuevo enfoque requiere tiempo y, lo que es más importante, el acuerdo de las partes interesadas. Una vez finalizadas las fases de planificación y rediseño, los bancos deben analizar los niveles de habilidad necesarios para ejecutar el nuevo modelo de sucursal de forma eficaz. Este análisis decidirá si la recalificación del personal existente o la contratación de nuevo talento deben alinearse con el plan de acción.

Garantizar la implementación exitosa de los cambios recomendados requiere una planificación cuidadosa y un compromiso con el ahorro de costos y las mejoras de eficiencia. Además, también existen oportunidades para que los bancos generen más ingresos. A medida que los clientes experimentan un mejor servicio, comodidad, ahorro de tiempo y experiencias mejoradas, es más probable que paguen por servicios y ofertas seleccionados.

### **Redefinir la experiencia de la sucursal para un mundo digital**

Esta era "figital" ha desafiado a los bancos a encontrar el equilibrio adecuado entre las ofertas digitales y las de las sucursales. Al reimaginar el diseño de las sucursales, replantearse las ofertas y recalificar al personal, los bancos pueden mejorar la experiencia del cliente y seguir siendo competitivos en el cambiante panorama bancario.

Con un enfoque en una estrategia digital prioritaria y un toque humano, los bancos pueden transformar sus sucursales en centros de experiencia atractivos que combinan la conveniencia de los canales digitales con la tranquilidad de las interacciones en persona.



Al adoptar este nuevo modelo bancario de sucursales y aprovechar las tecnologías innovadoras, los bancos pueden satisfacer las expectativas cambiantes de los clientes e impulsar el crecimiento y la diferenciación en un sector que cambia rápidamente. Es hora de que los bancos abracen el futuro de la banca y redefinan la experiencia de las sucursales para un mundo digital.

## Why Unisys?

Pero cada banco es diferente y debe averiguar su enfoque único. Buscar ayuda de proveedores y expertos del sector con conocimientos y llevar a cabo evaluaciones comparativas del sector puede ayudar a calibrar sus nuevas ofertas con las mejores prácticas del sector.

Unisys puede ayudar a las instituciones financieras en su viaje de transformación. Como un aliado experto en soluciones de core bancario, sucursales y banca digital, Unisys puede ayudarle a alinear sus necesidades con productos y servicios que satisfagan las necesidades únicas de cada banco.

Para obtener más información sobre cómo Unisys puede ayudar a evolucionar sus operaciones bancarias, visítenos [en línea o póngase en contacto con nosotros hoy mismo](#)

<sup>1</sup> BAI, "Una mirada hacia la banca en 2022", [a-look-ahead-to-banking-in-2022.pdf \(bai.org\)](#)



### Satya Swarup Das

Director de Productos/Soluciones,  
Banca y Servicios Financieros



[unisys.com](#)

© 2024 Unisys Corporation. All rights reserved.

Unisys and other Unisys product and service names mentioned herein, as well as their respective logos, are trademarks or registered trademarks of Unisys Corporation. All other trademarks referenced herein are the property of their respective owners.