



cl@b2015

# OMNICANALIDA

# D

# EL CAMINO HACIA CANALES

# PERFECTAMENTE INTEGRADOS

Gabriel Caputo

[gabriel.caputo@bancogalicia.com.ar](mailto:gabriel.caputo@bancogalicia.com.ar)



## OMNISCANALIDAD: A QUÉ NOS REFERIMOS ?

**Enfoque y capacidades** para **integrar y alinear** todos los **canales** disponibles, a fin de brindar a los clientes **“conectados”** una **experiencia flexible**, “sin costuras”.

Un “cliente conectado” es quien está más informado, es cambiante, su tiempo disponible es escaso y accede a tecnologías que le facilitan su vida.

Single Channel

Multi Channel

Cross Channel

Omni Channel

# CÓMO NOS PREPARAMOS PARA ESTE DESAFÍO ?



Customer Experience

**Visión**

Organización

Conocimiento del Cliente

Tecnología

Procesos



- Establecer una Visión **Centrada en el Cliente**
- Definir un **Plan Estratégico** alineado con dicha visión
- Realizar las acciones que aseguren la **Adopción** del cambio
- Enunciar claramente las **Conductas y Comportamientos** esperados



- Estrategia 2015-2020 incluye *“ser el Banco preferido por los Clientes, proporcionándoles una experiencia diferenciadora a partir del conocimiento profundo de sus necesidades financieras.”*
- Imperativos Estratégicos:
  - Experiencia del Cliente
  - Generación de Valor
  - Conocimiento del Cliente
  - Mejores niveles de Eficiencia
  - Gestión adecuada de Recursos
  - Fortalecimiento de la Cultura Organizacional



- Redefinir la **Estructura** organizacional para apalancar la estrategia
- **Transformar** los Canales de Atención: modelo físico **optimizado** y canales digitales **integrados**
- Adecuar la **Cultura** Organizacional
  - Desarrollo de **Competencias**
  - Adecuación del **Recruiting**
  - Revisión de los procesos de **Evaluación** y los Programas de **Reconocimiento**
- Readecuar los Planes de **Incentivos**




- Proyecto Omnicanalidad
  - Digital (mobile y online)
  - Red Física
  - Contact Center
  - Revisión procesos core
- Programa Experiencia del Cliente Abordando los cambios de procesos y culturales requeridos.
- Programas de desarrollo de Liderazgo
- Foco en la gestión del Clima Laboral



- Adecuar la oferta de valor a los clientes de acuerdo a sus preferencias y necesidades, **en el momento que lo necesite**
- Asegurar la actualización y completitud de información del Cliente: demográfica + perfil de comportamiento **+ social**
- Escuchar sistemáticamente la **Voz del Cliente**



## Galicia

- Expansión de la solución de Real Time Decisions
- Nuevo evaluador crediticio de Clientes
- Iniciativas de Calidad y Enriquecimiento de Datos
- Utilización de tecnología de Text Mining para análisis de sentimiento
- Programa de Net Promoter Score



- Propiciar la **cercanía y alineación** de TI con el Negocio
- Avanzar hacia una arquitectura técnica y aplicativa **modular, flexible y escalable**.
- Pasar de silos por canal a **soluciones integradas** (bases de datos y reglas de negocio) con disponibilidad 7x24.
- Invertir en tecnología de manejo de **Big Data, internet y aplicaciones móviles**



- Implementación de SAP Banking, SAP Omnichannels, y SAP Hana Platform
- Implementación de la suite Avaya para el Contact Center
- Actualización y expansión del CRM operacional en los canales
- Inversión en equipamiento para autogestión en sucursales (ATMs y Terminales de Autoservicio)
- Utilización de metodologías ágiles para acortar los ciclos de desarrollo





- Avanzar en la Gestión por **Procesos**
- Implementar prácticas estructuradas de **Mejora Continua**
- Diseñar procesos centrados en el **Cliente**:
  - Visión **punta a punta**
  - Sin **desperdicios**
  - **Flexibles**
  - **Simple**s
  - **Seguros**
- Procurar la **Automatización y Digitalización** de los procesos claves



- Implementación de un Modelo de Gestión por Procesos :
  - Mapa de Procesos
  - Dueños de Procesos
  - Métricas e indicadores
- Implementación de un Programa de transformación LEAN
- Utilización de BPM en procesos clave de negocio
- Diseño de procesos Modulares y Flexibles

# DEFINIENDO UN NUEVO MODELO DE VENTAS

**1999** • Primer proceso de venta !!! - Wizard de 7 Pasos

**OPTIMIZAR LA VENTA EN SUCURSALES**



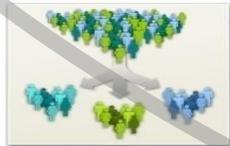
- Foco en la venta en sucursales
- Aprobación crediticia centralizada
- Venta Automática
- Control instrumental y no crediticio
- Validación de identidad

**DESARROLLAR LA VENTA EN OTROS CANALES DEL BANCO**



- Fuerza de Venta Externa como nuevo canal (Sobre plataforma de sucursal)
- Nuevos canales de venta (Puntos de Venta en Supermercados)
- Venta Préstamos y TC por Homebanking

**DESARROLLAR LA VENTA FUERA DEL BANCO**



**Nueva Plataforma de Venta (2ª Plataforma)**

- Potenciación de Canales Remotos
- Crecimiento e integración de Canales externos al Banco
- Primera Compra y Venta Online

**EFICIENTIZAR LOS PROCESOS Y LA GESTIÓN DE LA VENTA**

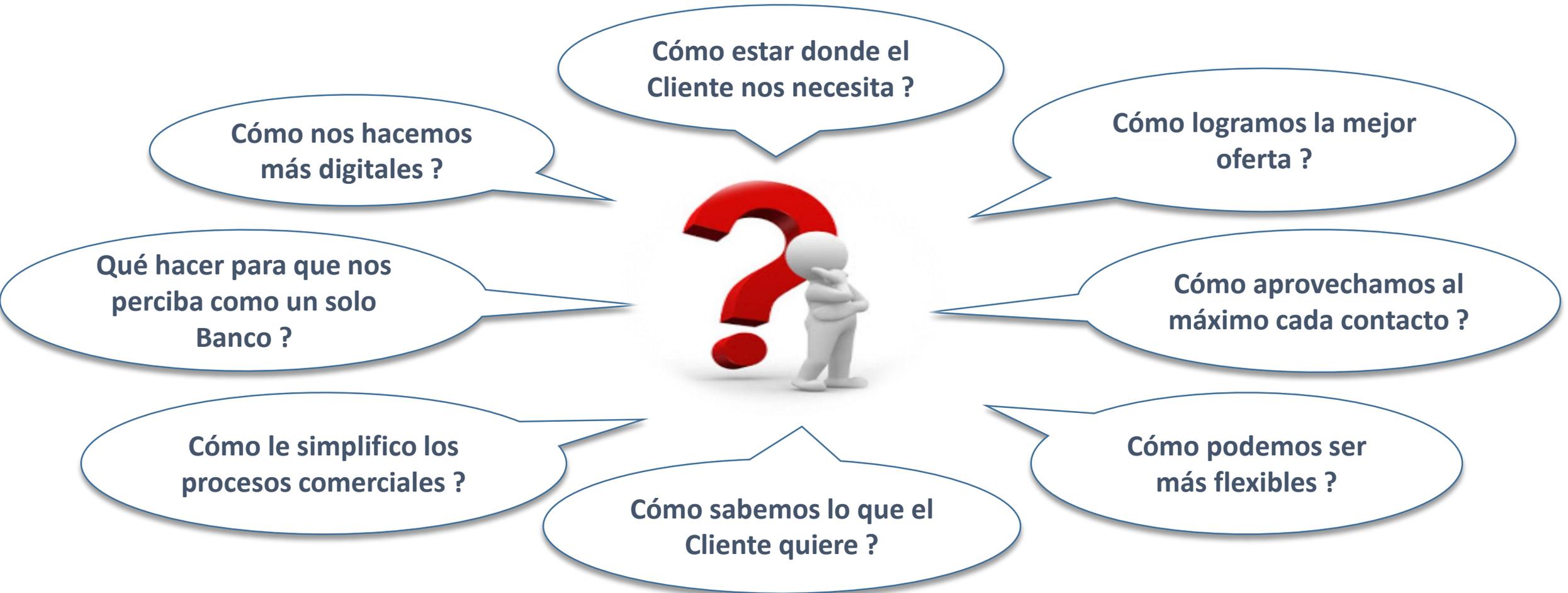


- Gestión por Procesos
- Proyectos LEAN
- BPM
- Integración de la Operación

Hoy...

Hoy...

# PENSANDO EN EL CLIENTE, cuáles son los dilemas a resolver?



## FRENTE A ESTO, qué necesitamos hacer distinto?

Establecer un **punto de inflexión** que nos permita:

- **Cambiar la inercia** con la que venimos
- Construir una **visión de largo plazo**
- **Resolver dilemas** que enfrentamos
- Optimizar la **captura de valor**

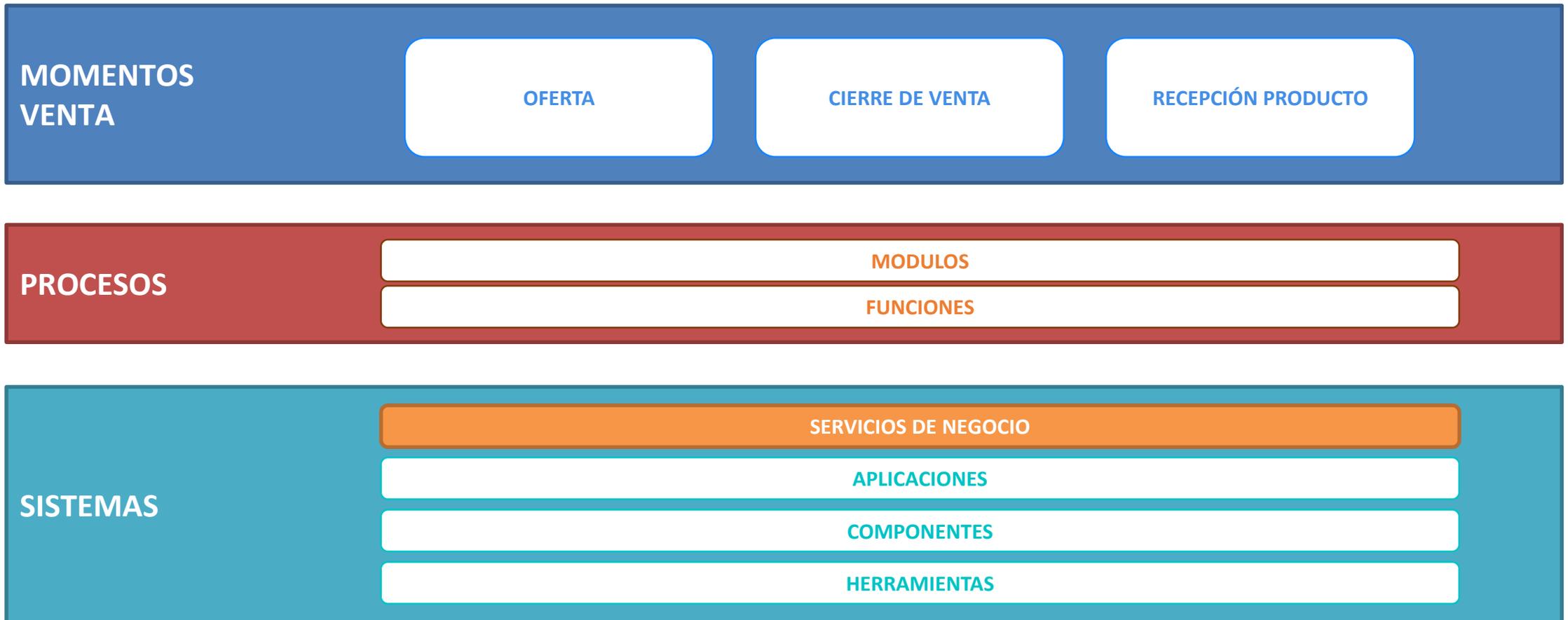


Definimos una **Arquitectura de Venta** pensada como una **caja de herramientas** que integra la visión de procesos y sistemas bajo las siguientes premisas:

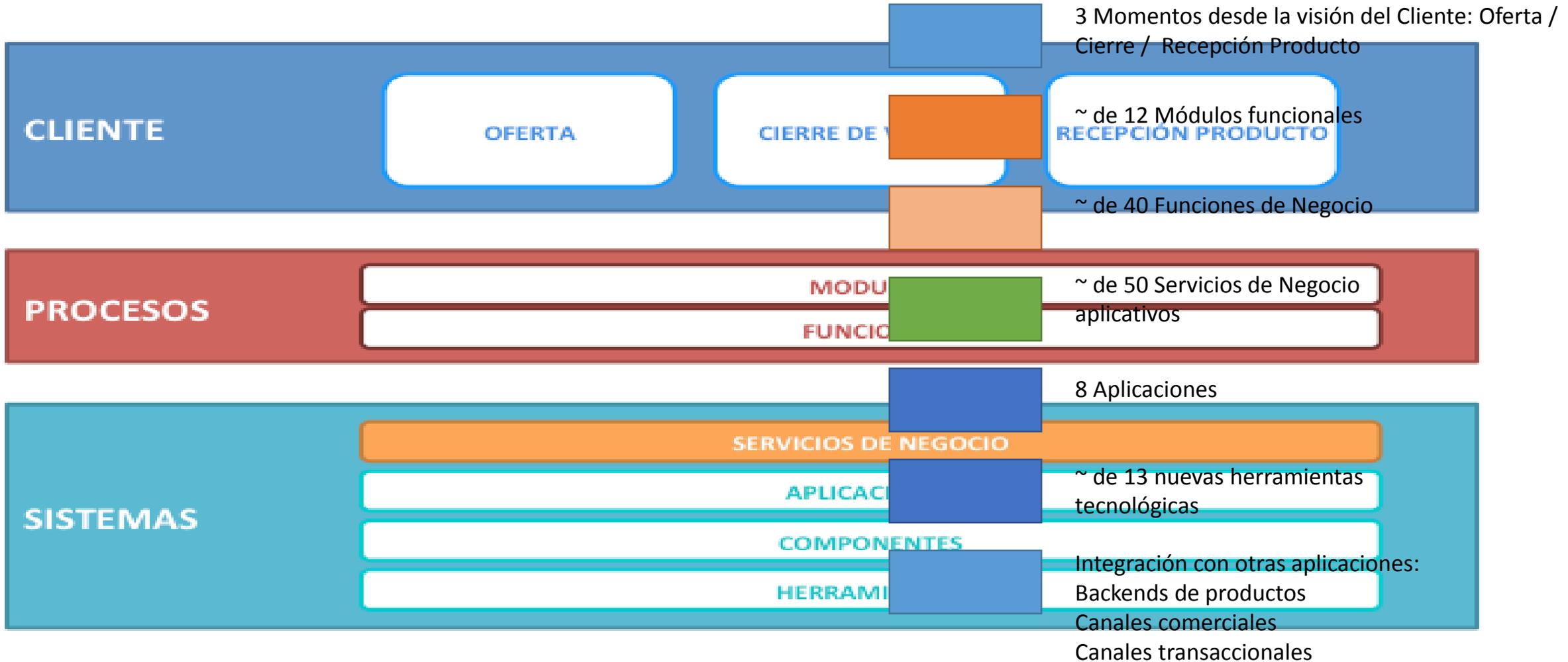
- Construir **modularmente** los procesos
- Ser **flexibles** ante los cambios
- **Reutilizar** las distintas piezas
- Incorporar **nuevas tecnologías**
- Resolver el hoy y **facilitar el futuro**



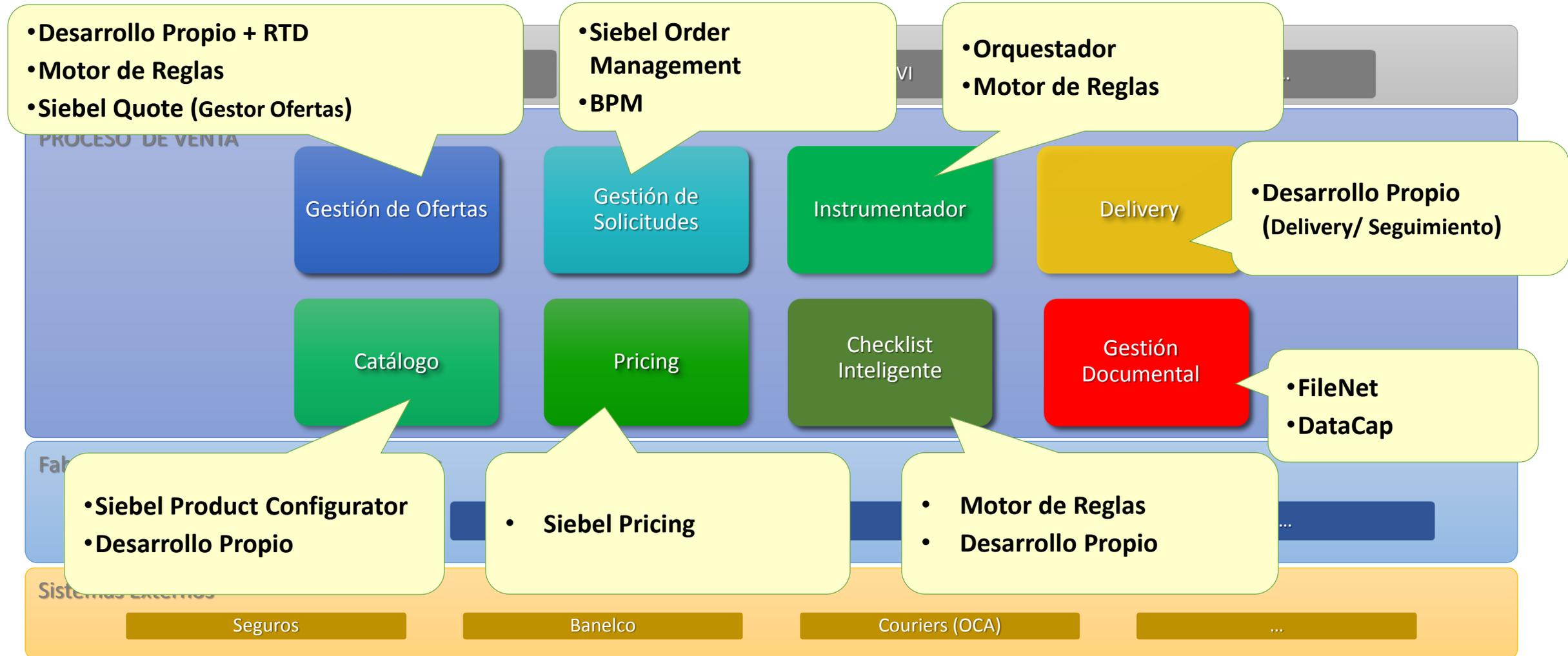
# CÓMO RESUMIMOS LA NUEVA ARQUITECTURA DE VENTA?



# CÓMO RESUMIMOS LA NUEVA ARQUITECTURA DE VENTA?



# CÓMO SE INTEGRA EN EL RESTO DE LA ARQ. APLICATIVA ?



# QUÉ NOS PERMITIRÁ ESTA ARQUITECTURA ?

**Reutilizar la documentación de Clientes**

**Contar con Ofertas personalizadas en línea**

**Iniciar ventas en un canal y continuar en otros**

**Integrarnos con terceros a través de Servicios de Datos**

**Simplificar la Instrumentación**

**Salir con nuevos productos en plazos cortos**

**Visibilidad de procesos punta a punta**

**Contar con aplicaciones móviles para la fuerza de venta**





**Muchas  
Gracias !!**