

## **La banca del futuro: cómo responder a las exigencias del nuevo cliente fintech**

**Los usuarios digitales requieren una atención al cliente 24 horas, servicios deslocalizados, acceso a todos los canales digitales, información segmentada y de calidad, así como la posibilidad de interactuar con la entidad vía web**

La digitalización del sector bancario no sólo ha transformado la actividad de las corporaciones financieras. La irrupción de las fintech, empresas que ofrecen servicios financieros basados en procesos tecnológicos, ha dado lugar al surgimiento de un nuevo usuario digital, cuya presencia es cada vez más relevante en el sector. Según algunos estudios, 3 de cada 10 españoles accede ya a servicios tecnológicos para realizar gestiones económicas, el doble que en 2015.

Las corporaciones bancarias han de integrar en su actividad procesos digitales que aumenten su competitividad en el mercado y adapten los servicios a este nuevo cliente. En esta línea, The Valley, hub de conocimiento especializado en las nuevas tendencias digitales, ha analizado cuáles son las exigencias digitales de los nuevos clientes:

**Demandan un servicio de atención al cliente 7/24 horas:** la digitalización del sector bancario permite a los clientes realizar operaciones financieras sin restricciones de horario ni de día, por lo que los servicios de atención deben de ser también ininterrumpidos. De esta forma, el usuario puede contar con ayuda en caso de producirse algún problema a la hora de efectuar una operación, lo que contribuye a aumentar su confianza en la entidad.

**Acceden a servicios deslocalizados, sin renunciar a la atención presencial:** los nuevos hábitos del cliente digital han de entenderse como una ampliación de los que han venido desarrollando hasta ahora, y no como una sustitución. Por lo tanto, las sucursales físicas siguen siendo un espacio fundamental para la atención al cliente, aunque las operaciones tienden a realizarse cada vez más de forma telemática.

**Utilizan todos los canales digitales:** el acceso a los servicios bancarios a través de dispositivos móviles, como el smartphone, la tablet y el PC portátil, agiliza las operaciones, ya que el cliente no tiene que desplazarse para realizarlas. En este sentido, tener presencia multicanal es un factor fundamental para atraer a nuevos usuarios que quieran sacar el máximo partido a las nuevas herramientas digitales.

**Buscan información segmentada y de calidad:** el nuevo entorno digital se caracteriza por la inexistencia de fronteras, lo que favorece que los usuarios transiten por verdaderas autopistas de información donde reciben mensajes de forma masiva y despersonalizada. En este contexto, el cliente espera recibir de la entidad financiera información segmentada y de calidad que se ajuste a sus preferencias, lo que favorece su fidelización. Además, esa segmentación permite ampliar el alcance a otros clientes potenciales cuyas preferencias se ajustan a los servicios financieros que se ofrecen.

Interactúan con la entidad vía web: las redes sociales suponen un espacio fundamental donde el usuario exige una atención de calidad y la entidad tiene la oportunidad de mejorar su reputación online. Por ejemplo, al responder a un tweet o un comentario en Facebook sobre una queja, se puede mejorar la percepción que tiene el cliente afectado sobre la compañía y mostrar una buena imagen ante el resto de usuarios, que aunque aún no sean clientes, podrían estar interesados en serlo.

The Valley organiza con Cecabank un Programa de Transformación Digital en el Sector Financiero. El programa se dirige a directivos, ejecutivos y mandos intermedios para entender y abordar las claves de la digitalización en el sector financiero. De esta forma, pueden aumentar su competitividad en el nuevo entorno tecnológico y abordar el impacto de la digitalización en todas las áreas de la empresa. Para ello, The Valley cuenta con la colaboración de Cecabank, entidad bancaria que presta servicios de soporte financiero y tecnológico a corporaciones financieras.

A través de una metodología learning by doing, los alumnos aprenden desarrollando y ejecutando casos prácticos. Se trata de un método que garantiza la participación de los asistentes, fomenta su motivación y el logro de un aprendizaje a largo plazo.

Durante este proceso formativo se estudiará cómo será el banco del futuro a través del análisis de diversas disciplinas: agile banking, nuevos modelos de ingresos (API Economy, Data, Bank as a Service), ciberseguridad bancaria, el uso de chatbots en servicios financieros, inteligencia artificial y big data, blockchain, criptomonedas y transferencias de divisas, entre otras.

**Datos de contacto:**

Autor

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Finanzas E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>