

Cómo la Experiencia de Cliente mejora la rentabilidad financiera

"Clientes satisfechos, ganancias crecientes. Invertir en mejorar la experiencia del cliente", afirman desde GDS Modellica, es la mejor opción de las entidades financieras para mejorar los recobros y rentabilidad. Adoptar un enfoque centrado en el cliente es imprescindible para garantizar un feedback y una mejora continua. Conocer al cliente permite anticiparse a sus necesidades y ofrecerles soluciones proactivas personalizadas

El informe Global Customer Experience Excellence 2023-24, elaborado por KPMG revela que la Banca es el segundo sector más importante a escala mundial desde el punto de vista de la Experiencia de Cliente (CX). El cliente es quien ocupa el lugar prioritario. Las entidades financieras apuestan por implementar una estrategia de customer centricity, o centrada en el cliente, para crear experiencias positivas y, por lo tanto, construir relaciones a largo plazo.

Un feedback constante permite conocer mejor a los clientes, posibilita crear modelos y perfiles personalizados, más precisos y anticiparse a sus necesidades con productos y servicios adaptados a sus circunstancias específicas. El objeto final de ese conocimiento es mejorar su salud y bienestar financiero y forjar relaciones sólidas y duraderas, en definitiva, una mayor fidelidad, lealtad y retención.

Según GDS Modellica las entidades financieras para lograr una mejor experiencia de cliente y feedback han de impulsar en sus servicios y productos:

Personalización y contextualización: los clientes esperan que las entidades financieras comprendan sus necesidades personales y les proporcionen servicios y productos concretos adaptados a sus circunstancias específicas. La Inteligencia de Negocios y sus herramientas como el Machine Learning son imprescindibles para el sector financiero en la predicción, análisis y tratamiento de datos, automatización y segmentación de clientes. Su implementación mejora la productividad al ofrecer a los clientes productos y servicios personalizados en el momento adecuado.

Proactividad, capacidad de las entidades de anticiparse, identificar y solucionar las necesidades y los posibles riesgos y problemas de los clientes.

Experiencia holística, completa, sin fisuras a lo largo del customer journey. Consiste en diseñar una experiencia en todos los puntos de contacto con las distintas áreas y canales de la entidad financiera, logrando una óptima experiencia del cliente, en la que la información fluye de manera apropiada y se brindan soluciones rápidas y efectivas a las necesidades del cliente.

Comunicación activa y positiva, la buena comunicación fomenta la comunicación activa. Los touchpoints forjan vínculos entre cliente y entidad y genera confianza, fidelización, aumenta satisfacción y lealtad, al tiempo que reduce costos y mejora resultados.

Operatividad y transparencia en los procesos, la implementación de la automatización simplifica los procesos internos, reduce tiempos de respuestas y costos. Procesos sencillos y transparentes.

Tecnología de datos en tiempo real. Las entidades financieras son Data Driven, utilizan los datos, en tiempo real, y el análisis para respaldar sus decisiones y estrategias financieras eficientes al obtener

una visión más completa y compleja de la realidad. Por ende, mejora la experiencia y satisfacción de los clientes, ofrecer productos y servicios concretos a los clientes, personalizados.

Apuesta por la seguridad de sus datos y confianza, invierten en tecnologías para proteger los datos de los clientes de posibles amenazas.

Las entidades financieras se enfrentan a diferentes retos, entre ellos destacan, según GDS Modellica, la resiliencia a los cambios constantes y la experiencia centrada en las necesidades de los clientes. Los clientes buscan simplicidad y personalización en sus productos y servicios, cualquier empresa financiera que no aplique personalización no sobrevivirá.

Las entidades financieras han de impulsar una experiencia integral, personalizada y enriquecida y a largo plazo, basada en la confianza y el conocimiento, para así crear: un cliente para toda la vida. Invertir en experiencia de cliente es afrontar con optimismo las oportunidades del mercado a la par que identificar y mitigar los posibles riesgos. En definitiva, es invertir en: lealtad, satisfacción, en rentabilidad, operatividad y eficacia. Las entidades financieras han de ofrecer al cliente el índice CX de Forrester basado en la Calidad CX (Eficiencia, simplicidad y emoción) y Fidelización (Retención, Enriquecimiento y Promoción). Una Experiencia de Cliente mejorada es clave en los procesos financieros para impulsar su rentabilidad, eficiencia y operatividad.

GDS MODELICA

GDS Modellica, una empresa de GDS LINK, es una empresa que provee de tecnología - analítica y de gestión de decisiones, así como consultoría especializada en los procesos de riesgo de crédito. La compañía ayuda las organizaciones a potenciar el proceso de toma de decisiones interconectadas en cada etapa del ciclo de vida del cliente, generando relaciones rentables con los clientes gracias a su conocimiento, tecnología y mejores prácticas de la industria. GDS Modellica lleva más de 17 años colaborando con éxito para cientos de instituciones financieras, minoristas, aseguradoras y diversos sectores en más de 36 países. <https://www.gdsmodellica.com>.

Datos de contacto:

En Ke Medio Broadcasting S.L.

DG

912792470

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

Categorías: [Nacional Finanzas Inteligencia Artificial y Robótica Marketing Ciberseguridad Consultoría](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>