

De la banca multicanal a la banca omnicanal: retos y desafíos

La omnicanalidad facilita las interacciones, los diferentes puntos de contacto con el cliente aportan una información, el conocimiento sobre sus intenciones que permite personalizar y optimizar su experiencia. Modellica Fraud Engine, una solución que proporciona de una pasada la identidad en la adquisición de clientes detecta el fraude y permite a las organizaciones construir confianza y seguridad durante la transformación digital

2020 ha marcado un antes y un después en la transformación digital del ecosistema financiero. La pandemia y confinamiento han obligado al sector a acometer e impulsar estrategias digitales financieras, si o si, con el fin de prestar los mismos servicios a los clientes sin pisar físicamente las oficinas facilitando la posibilidad real de realizar las operaciones desde distintos dispositivos. Sin duda, todo un hito, en tampoco tiempo, reducir abismalmente la brecha entre la banca en línea y banca física.

Los bancos se han percatado de la urgente necesidad de transformar sus tradicionales servicios, centrados básicamente en administrar el dinero de manera segura a los clientes y procesar sus transacciones, en una experiencia bancaria integral, omnicanal, con un enfoque holístico basado en las interacciones del cliente. Mientras que la estrategia multicanal permite el acceso a cualquier dispositivo, en cualquier momento y lugar con una experiencia uniforme en todos los canales, la omnicanalidad facilita las interacciones a través de múltiples puntos de contacto con el cliente donde se capturan sus intenciones. Una información que, bien analizada, aporta un conocimiento del cliente que permite optimizar y mejorar las conversaciones y su experiencia. Según GDS Modellica “los bancos han de transformar esa de información disponible en conocimiento, porque si comprendes al cliente puedes ofrecerle servicios inteligentes y diferenciados de manera personalizada”.

Los tres principales retos y desafíos de las entidades financieras para lograr una presencia omnicanal son: capturar la intención de los clientes, administrar los sistemas de compromisos y derivar y utilizar información procesable. Las entidades financieras han de utilizar diferentes técnicas de análisis: Big Data, Inteligencia Artificial o Machine Learning para obtener información procesable de manera rápida y para capturar, a través de los canales, las intenciones existentes detrás de las interacciones.

Una verdadera plataforma omnicanal constituye una arquitectura de servicios que permite la sincronización de datos en tiempo real. La omnicanalidad no reemplaza al multicanal, sino que lo mejora. La multicanalidad sigue siendo una base esencial para una experiencia omnicanal integral. El cliente es el epicentro, su lugar es prioritario. Al cliente se le ofrece un mensaje personalizado, una experiencia unificada y fluida a la vez que se procurará satisfacer sus necesidades específicas, anticipar sus deseos, gustos y superar sus expectativas.

Los bancos, a pesar de la gran cantidad de garantías vigentes, afirman desde GDS Modellica están más expuestos, que nunca, al fraude debido al incremento del número de canales que utilizan los clientes para acceder a los servicios y productos de las instituciones financieras, banca electrónica o

aplicaciones móviles. En la lucha contra el fraude, las instituciones financieras necesitan mejores herramientas y que estén correctamente integradas en toda la empresa para tener éxito contra los estafadores. La seguridad, ante todo. GDS Modellica ha desarrollado Modellica Fraud Engine para identificar y verificar a los clientes a través de los distintos canales y dispositivos (cross-channel & cross-device). La solución Fraud Engine es clave a la hora de proporcionar una vista única de la identidad para la adquisición de clientes, detectar el fraude, y para permitir a las organizaciones construir confianza y seguridad en la ruta hacia la transformación digital.

Uno desafío constante al que debe hacer frente la banca es la seguridad informática para garantizar la privacidad y seguridad de los datos. La actividad cibernética delictiva continúa, los estafadores recurren a técnicas más complejas para atacar a bancos y clientes aprovechando las o vulnerabilidades de los canales establecidos, dispositivos. Con la omnicanalidad el banco al obtener una visión integral del cliente detecta mejor las áreas de vulnerabilidad al rastrear su actividad, monitorear los canales de las redes sociales y desarrollar diálogos o interacciones con los clientes.

GDS MODELICA:

GDS Modellica 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 16 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
912792470

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

Categorías: [Finanzas](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Ciberseguridad](#) [Dispositivos móviles](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>