

Banca online y atención al cliente: Los problemas de INGdirect

Ultimamente los usuarios de los servicios de banca online de INGdirect han sufrido las consecuencias de serios problemas técnicos. ¿Cómo maneja un banco una situación de crisis? ¿utilizan las redes sociales de manera efectiva?

Los clientes del banco INGdirect han experimentado ultimamente una serie de problemas que dificultan en mayor o menor medida la gestión online de los servicios contratados con el banco. Es sorprendente que un banco online y del calibre de ING sufra estos problemas y no es menos sorprendente que un negocio que se desarrolla basicamente online no entienda el funcionamiento de las redes sociales y las necesidades de sus usuarios.

Antes de nada me gustaría aclarar que mis comentarios no tienen que ver con sus empleados, por lo menos no con los que el cliente trata directamente, son buenos profesionales y ofrecen un trato correcto. Es su sistema el que, en mi opinión, está equivocado.

Como profesional en este campo, me resulta inaudito que una entidad de su calibre, perteneciente a una corporación líder a nivel internacional falle (consciente o inconscientemente) a un nivel tan básico.

Notas básicas (nivel 0) de atención al cliente:

- Lo que se promete hay que cumplirlo. El consumidor establecerá sus expectativas partiendo de nuestras promesas y del compromiso de servicio/producto generado. Con menos se sentirá defraudado.
- En cualquier sector la comunicación con los clientes es fundamental, en servicios online, este punto llega al extremo de ser la base del negocio. Información y comunicación NO pueden fallar. Si perdemos la confianza, perdemos el cliente.
- Si estamos en redes sociales, debemos interactuar al nivel establecido por la red en cuestión que (menos en los blogs) debe ser inmediato. Facebook, Twitter, requieren respuestas/interacciones inmediatas y el ciclo de información debe ser constante. Con menos estaremos por debajo de las expectativas de nuestros clientes.
- Banca online = comunicación online

No tiene sentido que un servicio de banca online ofrezca como opción de comunicación primaria una línea telefónica. El cliente online espera solucionar sus problemas online. Básicamente, si la línea telefónica no puede solucionar las cuestiones planteadas el caos está garantizado. Otro punto que debería haber hecho saltar la alarma.

- El cliente no siempre tiene razón, pero si la tiene hay que dársela y solucionar el problema. Y si no la tiene hay que explicarle porque de manera que lo entienda, o intentarlo.

- Las respuestas/soluciones deben ser ofrecidas en un plazo razonable. Lo que el cliente espera de la banca online es una respuesta inmediata o cuasi-inmediata. Con menos le estaremos decepcionando.

- Si el sistema falla, ustedes deberían ser los primeros en saberlo y tomar la iniciativa en la comunicación. Anticipación es una ventaja y lo que sus clientes esperan. Hablen con ellos, solo quieren/necesitan saber.

En resumen, su servicio no se ajusta a los estándares ofrecidos y que son los esperados por sus clientes. Si sus números les cuadran lo entiendo, pero tal vez los cálculos no están bien hechos. Entiendan ustedes que sus clientes cada vez son más curiosos y que en cuanto les ofrezcan una rentabilidad algo más interesante probarán suerte con otra entidad (de perdidos al río).

Ah, no se si saben que circula por ahí la idea de que conseguir un nuevo cliente cuesta unas 5 veces más que conservar un cliente actual y también comentan que un cliente no suele comentar que recibe lo esperado, pero si lo que recibe es menos de lo esperado...

Si están interesados en sus clientes dejen de hablar y escuchen.
