

Introducción

En España hay más de 20 millones de Internautas, y el 35% de ellos utilizan Internet para acceder a la banca electrónica o buscar información sobre servicios financieros. En los segmentos con educación superior y rentas altas (que suponen el 66% del volumen de negocio de particulares) el porcentaje llega hasta el 51%, y la cifra no deja de crecer.

En este contexto, se hace imprescindible ofrecer un servicio bancario excelente a través de Internet, que facilite la operativa bancaria y explote el potencial interactivo del canal para establecer una conversación con los clientes y atenderlos con servicios diferenciados, que no podrían prestarse a través de otros canales de distribución bancaria. El resultado de innovar en esta línea es una mayor capacidad de atracción, fidelización y vinculación de los clientes más valiosos.

No obstante, no se debe obviar la capacidad de introducir mejoras de eficiencia en las entidades de crédito al trasladar parte de la operativa de menor valor añadido que se realiza en las oficinas a un canal cuyo coste es radicalmente más bajo que el de los canales físicos, liberando esfuerzos y dedicación para incrementar las labores comerciales.

Por otro lado, la evolución de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones ofrece un mundo de oportunidades para construir nuevos modelos de negocio específicamente para Internet. Estos irán más allá de las tradicionales actividades bancarias y pueden contribuir a reforzar la cuenta de resultados en un escenario de bajo crecimiento en los volúmenes de negocio.

Presentación del servicio

Afi cuenta desde el año 2000 con un completo **“Benchmark de banca online”** en el que se evalúan más de 250 indicadores que retratan las capacidades de los portales de banca *online* de las entidades financieras españolas. El *benchmark* permite comparar la oferta de productos y servicios, el nivel de asesoramiento a los clientes, las capacidades transaccionales a través de los portales de banca *online* y el grado de usabilidad de los mismos.

Hasta el año 2006, Afi publicaba anualmente el informe **“Benchmarking: Banca online en España”**, en el que se presentaban los resultados agregados de 40 entidades financieras seleccionadas en base a dos criterios: el balance de la entidad y la relevancia de su modelo de negocio *online*. Desde junio de 2006, Afi ofrece su servicio de *benchmark* de banca *online* exclusivamente a clientes, entregando informes particularizados en los que se detalla:

- Fortalezas y debilidades de la banca *online* de la entidad
- Comparativas por categorías con las principales entidades competidoras

Ahora Afi lanza un nuevo **“Benchmark de banca en Internet”**, en el que se revisa la batería de indicadores del **“Benchmark de banca online”** en sintonía con la evolución del canal, y se incorporan al banco de pruebas nuevos conceptos de experiencia de usuario y de servicio al cliente. Además, el nuevo *benchmark* incluye por primera vez indicadores de presencia e interlocución en Internet, más allá de los portales de banca *online* de las entidades.

¿A quién va dirigido?

A entidades financieras que apuestan por Internet en el núcleo de su estrategia de atracción, fidelización y vinculación del cliente, valorando su potencial como canal de conversación, transaccionalidad y venta.

Descripción del servicio

El servicio ofrecido por Afi parte del análisis del posicionamiento en Internet de la entidad a través del exhaustivo “**Benchmark de banca en Internet**”, en el que se valoran más de 350 indicadores para 40 entidades financieras españolas. Las categorías en las que se agrupa la batería de indicadores son:

- Estructura del flujo de navegación en el portal de la entidad
- Oferta de productos y servicios
- Niveles de información y asesoramiento a clientes
- Operativa transaccional
- Experiencia de usuario (usabilidad, accesibilidad, personalización)
- Innovaciones pioneras
- Interlocución a través de Internet (medios sociales, SEO, SEM)

Como resultado del análisis, Afi proporcionará al cliente un informe en el que se incluirán los siguientes contenidos:

- Debilidades y fortalezas de la banca online y del posicionamiento de la entidad en Internet
- Comparativa del posicionamiento y del modelo de negocio de la entidad con sus principales competidores, desglosada por categorías
- Identificación de mejores prácticas en el empleo de Internet como canal de conversación y operativa bancaria
- Recomendaciones destinadas a potenciar las ventajas competitivas de la entidad y reducir sus carencias frente a la competencia

Servicios adicionales

Además del servicio particularizado de “**Benchmark de banca en Internet**”, Afi ofrece diversos servicios adicionales que ayudarán a las entidades a incrementar la fidelidad de sus clientes, potenciar la imagen de marca y desarrollar una estrategia comercial a través de Internet:

- Elaboración del cuadro de mando y seguimiento de la estrategia de banca *online* de la entidad
- Ampliación del *benchmark* a otros canales (móvil, banca telefónica...)
- Comparativa internacional en mercados de interés
- Elaboración de informes ad-hoc sobre innovación en nuevos canales
- Elaboración de una estrategia de posicionamiento en Internet
- Observatorio de innovación en banca
- Herramientas y simuladores financiero-fiscales

Contacto

Tel: +34 915 200 106

Fax: +34 915 200 167

Domicilio Social:

Españoleto 19,
28010 Madrid - España.

www.afi.es | www.innovacionenbanca.com

Contacto:

Álvaro Martín
amartin@afi.es

