

Con el objetivo de transformar totalmente la experiencia de los clientes

CaixaBank abre “all in one” Barcelona, el mayor espacio de experiencias financieras de Europa

- **El espacio, de 3.000 metros cuadrados, ofrece zonas de atención especializada a cada tipo de cliente, además de una cafetería, un auditorio y las tecnologías más innovadoras del sector financiero.**
- **La nueva “flagship” de CaixaBank reúne a un equipo de 80 gestores, especializados en banca de particulares, Banca Premier, Banca Privada, “business” y empresas, y dará servicio a 22.000 clientes de la entidad.**
- **La tecnología tiene una marcada presencia en todos los ámbitos del espacio, con pantallas envolventes, cajeros con reconocimiento facial o auto “check-in” de clientes con NFC, entre otros servicios.**
- **Los hermanos Torres, chefs con dos estrellas Michelin en su currículum, estrenan en “all in one” su nuevo concepto de cafetería “Natural”.**

Barcelona, 5 de noviembre de 2019

CaixaBank ha abierto “all in one” Barcelona, su nueva *flagship* en la ciudad. Se trata de un nuevo concepto con el que la entidad tiene el objetivo de revolucionar la experiencia de los clientes en el canal físico.

Ubicada en la emblemática plaza Francesc Macià, en uno de los pocos edificios estilo Bauhaus de la ciudad, “all in one” Barcelona nace como el espacio de experiencias financieras más grande de Europa. La *flagship* ofrece, en una superficie de 3.000 metros cuadrados distribuidos en tres plantas, atención especializada para todos los modelos de negocio financiero, tanto para particulares (con gestores especialistas en Banca Retail, Banca Premier y Banca Privada), como para autónomos y microempresas (Business) y empresas (CaixaBank Empresas).

En total, el nuevo espacio dispone de un equipo de 80 empleados, que darán servicio a una cartera de 22.000 clientes, y una amplia oferta de servicios que incluyen zonas específicas de atención para cada tipo de cliente, una cafetería, un auditorio, más de 30 despachos para reuniones privadas y lo último en tecnología en servicios financieros, como los cajeros con reconocimiento facial o una avanzada combinación de aplicaciones móviles y dispositivos de auto *check-in* que identifican a los clientes y avisan a los gestores de su llegada.

“all in one” Barcelona estará operativa para los clientes a partir de mañana, 6 de noviembre. El proyecto se ha presentado esta tarde de la mano de **Juan Antonio Alcaraz**, director general de CaixaBank y **María Alsina**, directora territorial de CaixaBank en Barcelona.

Juan Antonio Alcaraz ha destacado durante la presentación que “CaixaBank ha decidido impulsar de nuevo la innovación en el canal físico de oficinas, después de ser la primera entidad en apostar por la transformación de las sucursales bancarias tradicionales en 2013 con el diseño de las primeras oficinas Store, que en unos años se han convertido en un estándar para todo el sector”. En ese sentido, Alcaraz ha subrayado cómo este nuevo espacio supone un proyecto de innovación único a escala internacional: “Hemos unido diseño, tecnología y conocimiento del cliente para crear un modelo absolutamente exclusivo. Por superficie, “all in one” es la *flagship* bancaria más grande de Europa. Por calidad de la experiencia cliente, queremos que sea la mejor”.

Por su parte, **María Alsina** ha hecho hincapié en el carácter abierto de “all in one”: “Se trata de una oficina que quiere ser mucho más que una oficina, y en la que confluyen todos los negocios. Va dirigida a todo tipo de clientes y no solo ofrece los mejores servicios financieros, sino también gastronomía y contenidos de valor. Estará abierto a toda la ciudad. “all in one” nace al servicio de los clientes de CaixaBank, pero también de los barceloneses”.

Diseño y tecnología para una experiencia única

“all in one” supone una transformación completa de la experiencia del cliente financiero, gracias, sobre todo, a la aplicación de la tecnología para innovar en todos los elementos característicos de una oficina bancaria.

En “all in one”, la experiencia de la visita comienza mucho antes de llegar. A través de CaixaBankNow, el cliente dispone en su móvil de un sistema de avisos y notificaciones que le recuerdan su cita y le invitan a confirmarla o, si lo necesita, cambiarla.

Quienes lleguen a “all in one” con cita previa no tendrán necesidad de guardar turno para que avisen a su gestor: el cliente podrá notificar con su móvil que ha llegado y la persona que le espera saldrá a su encuentro. Para ello, CaixaBank ha diseñado un sistema de auto *check-in* con NFC: basta que el cliente aproxime su móvil a un dispositivo ubicado en la entrada de “all in one” para que el sistema lo identifique y el gestor asignado pueda acudir a recibirle.

La tecnología es fundamental en “all in one” y tiene una marcada presencia en todos los ámbitos del espacio. Destaca la zona de la entrada, donde se han instalado unas espectaculares pantallas envolventes. CaixaBank ha creado contenidos audiovisuales específicos para “all in one”, diseñados para dar la bienvenida a los clientes, fundamentalmente basados en imágenes de parajes naturales.

El objetivo es ofrecer una experiencia visual única que, combinada con la fragancia del espacio, elaborada exclusivamente para “all in one”, y el ambiente musical, propician la sensación de llegada a un “oasis urbano”, un lugar totalmente diferente a los estándares comerciales habituales.

La zona de autoservicio de “all in one” cuenta con los últimos avances en cajeros, incluida la tecnología reconocimiento facial, diseñada por CaixaBank para facilitar a los clientes extraer efectivo con una imagen de su rostro, sin necesidad de introducir su PIN. Se trata de un desarrollo pionero a nivel mundial que recientemente ha recibido el premio *The Banker* a uno de los mejores proyectos tecnológicos del año en el sector financiero.

Más allá de lo financiero: cafetería “Natural” y CaixaBank Talks

Junto a los elementos visuales y la tecnología, la experiencia de “all in one” Barcelona se completa con diversos servicios y posibilidades que van más allá de lo estrictamente bancario.

En ese sentido, “all in one” integra “Natural”, la primera cafetería de los hermanos Torres. Los prestigiosos chefs, que suman dos estrellas Michelin en su currículum, se suman al proyecto de “all in one” estrenando un nuevo concepto de cafetería que estará abierta a todos, clientes y no clientes de CaixaBank. Totalmente innovador, “Natural”, es un espacio donde comer bien y rápido, compatible con el ritmo del día a día y, a la vez, idóneo para sentarse a compartir una charla con un café o un aperitivo. Los hermanos Torres han diseñado una oferta gastronómica creativa y saludable basada en platos, ensaladas, bocatería, postres, zumos, cafés e infusiones, todo de la máxima calidad.

Asimismo, “all in one” Barcelona dispondrá de una programación mensual de charlas, ponencias, mesas redondas y eventos acerca de todo tipo de temas de interés, abiertos a la participación de cualquier persona interesada, sea o no cliente de CaixaBank. La iniciativa, denominada CaixaBank Talks, se desarrollará fundamentalmente en el espacio ágora, un auditorio con capacidad para un centenar de espectadores y dotado de las últimas tecnologías audiovisuales, dado que los diferentes actos podrán seguirse de forma online a través de *streaming*.

La restauración y la programación de eventos tienen el objetivo de reforzar el carácter de “all in one” como un espacio abierto a la ciudad. La cafetería “Natural” abrirá de 8:30 a 22:00h de lunes a sábado y los domingos de 9:00h a 15:00h. En cuanto a la oficina bancaria, abrirá al público, de lunes a jueves, en horario ininterrumpido de mañana y tarde (de 8.30 a 18.30 horas) y, los viernes, de 8.30 a 14.30 horas.

CaixaBank, un referente en la innovación en oficinas bancarias

El espacio “all in one” Barcelona es el segundo de este nuevo modelo de CaixaBank, tras la apertura de “all in one” Valencia el pasado mes de julio, un local de 2.200 metros cuadrados ubicado en la plaza del Ajuntament de la ciudad.

CaixaBank ha innovado en el canal oficina de forma constante a lo largo de su historia. En 2013, la entidad fue la primera del sector que apostó por un nuevo modelo de sucursal al crear las oficinas “Store”, con importantes cambios respecto a las sucursales tradicionales tanto en el diseño, con espacios abiertos y eliminación de barreras entre gestores y clientes, como en el horario de atención al público (ininterrumpido de mañana y tarde) y en el modelo de atención (con gestores especializados en los diferentes segmentos de banca de particulares). Actualmente, este concepto cuenta ya con más de 400 oficinas en toda España.

Por otro lado, CaixaBank también ha apostado por la innovación en espacios físicos mediante el imaginCafé, un espacio de 1.200 metros cuadrados situado en Barcelona e inspirados en los valores de la marca imaginBank, el banco solo móvil que CaixaBank ha creado para los jóvenes. El imaginCafé, abierto desde 2017, ofrece una intensa programación de actividades y se ha constituido como una plataforma de contenidos online y offline.