

Amb l'objectiu de transformar totalment l'experiència dels clients

CaixaBank obre “all in one” Barcelona, l'espai d'experiències financeres més gran d'Europa

- **L'espai, de 3.000 metres quadrats, ofereix zones d'atenció especialitzada a cada tipus de client, a més d'una cafeteria, un auditori i les tecnologies més innovadores del sector financer.**
- **La nova “flagship” de CaixaBank reuneix un equip de 80 gestors, especialitzats en banca de particulars, Banca Premier, Banca Privada, “business” i empreses, i donarà servei a 22.000 clients de l'entitat.**
- **La tecnologia té una important presència en tots els àmbits de l'espai, amb pantalles envoltants, caixers amb reconeixement facial o auto “check-in” de clients amb NFC, entre altres serveis.**
- **Els germans Torres, xefs amb dues estrelles Michelin al seu currículum, estrenen en “all in one” el seu nou concepte de cafeteria “Natural”.**

Barcelona, 5 de novembre de 2019

CaixaBank ha obert “all in one” Barcelona, la seva nova *flagship* a la ciutat. Es tracta d'un nou concepte amb el qual l'entitat té l'objectiu de revolucionar l'experiència dels clients en el canal físic.

Situada a l'emblemàtica plaça Francesc Macià, en un dels pocs edificis estil Bauhaus de la ciutat, “all in one” Barcelona neix com l'espai d'experiències financeres més gran d'Europa. La *flagship* ofereix, en una superfície de 3.000 metres quadrats distribuïts en tres plantes, atenció especialitzada per a tots els models de negoci financer, tant per a particulars (amb gestors especialistes en Banca Retail, Banca Premier i Banca Privada), com per a autònoms i microempreses (Business) i empreses (CaixaBank Empreses).

En total, el nou espai disposa d'un equip de 80 treballadors, que donaran servei a una cartera de 22.000 clients, i una àmplia oferta de serveis que inclouen zones específiques d'atenció per a cada tipus de client, una cafeteria, un auditori, més de 30 despatxos per a reunions privades i l'últim en tecnologia en serveis financers, com els caixers amb reconeixement facial o una avançada combinació d'aplicacions mòbils i dispositius d'auto *check-in* que identifiquen als clients i avisen als gestors de la seva arribada.

“all in one” Barcelona estarà operativa per als clients a partir de demà, 6 de novembre. El projecte s'ha presentat aquesta tarda de la mà de **Juan Antonio Alcaraz**, director general de CaixaBank i **María Alsina**, directora territorial de CaixaBank a Barcelona.

Juan Antonio Alcaraz ha destacat durant la presentació que “CaixaBank ha decidit impulsar de nou la innovació en el canal físic d'oficines, després de ser la primera entitat en apostar per la transformació de les sucursals bancàries tradicionals l'any 2013 amb el disseny de les primeres oficines Store, que en uns anys s'han convertit en un estàndard per a tot el sector”. En aquest sentit, Alcaraz ha subratllat com aquest nou espai suposa un projecte d'innovació únic a escala internacional: “Hem unit el disseny, la tecnologia i el coneixement del client per a crear un model absolutament exclusiu. Per superfície, “all in one” és la *flagship* bancària més gran d' Europa. Per qualitat de l'experiència del client, volem que sigui la millor”.

Per part seva, **María Alsina** ha posat l'accent en el caràcter obert de “all in one”: “Es tracta d'una oficina que vol ser molt més que una oficina, i en la que conflueixen tots els negocis. Va dirigida a tot tipus de clients i no només ofereix els millors serveis financers, sinó també gastronomia i continguts de valor. Estarà obert a tota la ciutat. “all in one” neix al servei dels clients de CaixaBank, però també dels barcelonins”.

Disseny i tecnologia pe a una experiència única

“all in one” suposa una transformació completa de l'experiència del client financer, gràcies, sobretot, a l'aplicació de la tecnologia per a innovar en tots els elements característics d'una oficina bancària.

A “all in one”, l'experiència de la visita comença molt abans d'arribar. A través de CaixaBankNow, el client disposa al seu mòbil d'un sistema d'avisos i notificacions que li recorden la seva cita i li conviden a confirmar-la o, si el necessita, canviar-la.

Els qui arribin a “all in one” amb cita prèvia no tindran necessitat de guardar torn perquè avisin al seu gestor: el client podrà notificar amb el seu mòbil que ha arribat i la persona que l'espera sortirà a la seva trobada. Per a això, CaixaBank ha dissenyat un sistema d'auto *check-in* amb NFC: n'hi ha prou que el client aproximi el seu mòbil a un dispositiu situat a l'entrada de “all in one” perquè el sistema l'identifiqui i el gestor assignat pugui acudir a rebre'l.

La tecnologia és fonamental a “all in one” i té una important presència en tots els àmbits de l'espai. Destaca la zona de l'entrada, on s'han instal·lat unes espectaculars pantalles envoltants. CaixaBank ha creat continguts audiovisuals específics per a “all in one”, dissenyats per a donar la benvinguda als clients, principalment basats en imatges de paratges naturals. L'objectiu és oferir una experiència visual única que, combinada amb la fragància de l'espai, elaborada exclusivament per a “all in one”, i l'ambient musical, propicien la sensació d'arribada a un “oasi urbà”, un lloc totalment diferent als estàndards comercials habituals.

La zona d'autoservei de “all in one” compta amb els últims avanços en caixers, inclosa la tecnologia de reconeixement facial, dissenyada per CaixaBank per a facilitar als clients extreure efectiu amb una imatge del seu rostre, sense necessitat d'introduir el seu PIN. Es tracta d'un desenvolupament pioner a nivell mundial que recentment ha rebut el premi *The Banker* a un dels millors projectes tecnològics de l'any en el sector financer.

Més enllà del financer cafeteria “Natural” i CaixaBank Talks

Al costat dels elements visuals i la tecnologia, l'experiència “all in one” Barcelona es completa amb diversos serveis i possibilitats que van més enllà de l'estrictament bancari.

En aquest sentit, “all in one” integra “Natural”, la primera cafeteria dels germans Torres. Els prestigiosos xefs, que sumen dues estrelles Michelin al seu currículum, es sumen al projecte “all in one” estrenant un nou concepte de cafeteria que estarà oberta a tots, clients i no clients de CaixaBank. Totalment innovador, “Natural”, és un espai on menjar bé i ràpid, compatible amb el ritme del dia a dia i, alhora, idoni per a asseure's a compartir una xerrada amb un cafè o un aperitiu. Els germans Torres han dissenyat una oferta gastronòmica creativa i saludable basada en platerets, amanides, entrepans, postres, suc, cafès i infusions, tot de la màxima qualitat.

Així mateix, l'oficina “all in one” Barcelona disposarà d'una programació mensual de xerrades, ponències, taules rodones i esdeveniments sobre tota mena de temes d'interès, oberts a la participació de qualsevol persona interessada, sigui o no client de CaixaBank. La iniciativa, denominada CaixaBank Talks, es desenvoluparà principalment a l'espai àgora, un auditori amb capacitat per a un centenar d'espectadors i dotat de les últimes tecnologies audiovisuals, atès que els diferents actes podran seguir-se de manera online a través de *streaming*.

La restauració i la programació d'esdeveniments tenen l'objectiu de reforçar el caràcter de “all in one” com un espai obert a la ciutat. La cafeteria “Natural” obrirà de 8.30 a 22:00h de dilluns a dissabte i els diumenges de 9:00h a 15:00h. Respecte a l'oficina bancària, obrirà al públic, de dilluns a dijous, en horari ininterromput de matí i tarda (de 8.30 a 18.30 hores) i, els divendres, de 8.30 a 14.30 hores.

CaixaBank, un referent en la innovació d'oficines bancàries

L'espai “all in one” Barcelona és el segon d'aquest nou model de CaixaBank, després de l'obertura de “all in one” València el mes de juliol passat, un local de 2.200 metres quadrats situat en la plaça del Ajuntament de la ciutat.

CaixaBank ha innovat en el canal oficina de manera constant al llarg de la seva història. L'any 2013, l'entitat va ser la primera del sector que va apostar per un nou model de sucursal en crear les oficines “Store”, amb importants canvis respecte a les sucursals tradicionals tant en el disseny, amb espais oberts i eliminació de barreres entre gestors i clients, com en l'horari d'atenció al públic (ininterromput de matí i tarda) i en el model d'atenció (amb gestors especialitzats en els diferents segments de banca de particulars).

Actualment, aquest concepte compta ja amb més de 400 oficines a tota Espanya.

D'altra banda, CaixaBank també ha apostat per la innovació en espais físics mitjançant el imaginCafé, un espai de 1.200 metres quadrats situat a Barcelona i inspirats en els valors de la marca imaginBank, el banc únicament mòbil que CaixaBank ha creat per als joves. L'imaginCafé, obert des de 2017, ofereix una intensa programació d'activitats i s'ha constituït com una plataforma de continguts online i offline.