

Sucursales centradas en dar respuesta a las necesidades de cada cliente

CaixaBank acelera el despliegue del modelo Store de atención personalizada a clientes para alcanzar las 725 oficinas de este modelo en 2022

- **Se inaugurarán 144 nuevos centros, 44 de ellos durante este año.**
- **Las oficinas Store, modelo de oficina de referencia en el ámbito urbano, cuentan con horario de atención ininterrumpido de mañana y tarde, un equipo de gestores especialistas y más servicios comerciales y tecnológicos.**
- **Con el desarrollo de este modelo, la entidad consolida la mayor red comercial del sector financiero en España, con presencia en más de 2.200 municipios y el compromiso de mantener el servicio en todas las poblaciones donde ahora está presente.**

19 de octubre de 2021

CaixaBank acelera en el despliegue de oficinas Store, el modelo creado por la entidad para potenciar la atención financiera personalizada a los clientes particulares, con el objetivo de alcanzar una red de 725 centros en abril de 2022. De esta cifra, un total de 144 serán nuevas aperturas, y 44 de ellas entrarán en funcionamiento antes de finales de 2021.

Al término de septiembre, CaixaBank contaba con 581 oficinas Store, un modelo de oficina caracterizado por un horario de apertura ininterrumpida de mañana y tarde, un equipo de gestores expertos en asesoramiento financiero para los diversos segmentos de clientes y un diseño de nueva generación, que incluye recursos tecnológicos como cajeros con tecnología de reconocimiento facial.

Con sus nuevas previsiones, la entidad cerrará el ejercicio actual con 625 oficinas Store, lo que implica superar el objetivo de 600 sucursales recogido en el Plan Estratégico 2019-2021 de CaixaBank. La entidad financiera seguirá manteniendo la mayor red comercial del sector financiero en España, con 3.855 oficinas dirigidas a los clientes particulares.

Un modelo de oficinas de nueva generación

CaixaBank inició en 2013 el despliegue de oficinas Store, más grandes que las oficinas *retail*, con horario ampliado y más servicios. De la misma manera que muchas marcas de productos de consumo innovan en sus tiendas emblemáticas para convertir la visita del cliente en una vivencia interesante y atractiva, CaixaBank vio la oportunidad de crear un nuevo concepto de oficina que aportara a las personas una mejor experiencia.

El diseño de la oficina se realizó a partir de las conclusiones de diversos tests con clientes, empleados y personas no clientes, que aportaron sus opiniones sobre cómo querían que fuese su oficina bancaria. El resultado es un espacio en el que el cliente y el asesoramiento son el centro de todo. El modelo se encuentra en constante evolución, a partir de la experiencia de cliente que los usuarios transmiten a la entidad a través de un sistema de escucha continua de sus valoraciones y opiniones.

El cliente cuenta con un gestor personal de referencia, experto en la atención a un segmento de clientes específico, con el que puede concertar una cita cuando lo desee, en el horario que prefiera (horario de apertura ininterrumpido mañana y tarde de lunes a jueves, de 8.30 a 18.30 horas y los viernes, de 8.30 a 14.30 horas).

Las oficinas Store también han incorporado innovaciones para facilitar al cliente la entrevista con su gestor mediante reserva de cita previa, así como herramientas que ayudan a reducir tiempos de espera. En ese sentido, el sistema de cita previa permite al cliente ver, a través de su canal de banca digital, la disponibilidad de agenda de su gestor y reservar hora. En solo un año de funcionamiento, más del 50% de las citas que se realizan en las oficinas Store ya se concertan de forma previa. Además, CaixaBank ha desarrollado herramientas para facilitar el acceso de los clientes a las Store, como un sistema de check-in que permite al cliente registrar su llegada a la oficina y enviar un aviso automático a su gestor. Las oficinas Store cuentan también con sistemas de control de aforos e información de tiempos de atención.

La estética de las oficinas Store es completamente diferente a la convencional, con amplios espacios donde se eliminan las barreras físicas entre clientes y empleados. La oficina dispone de zonas diferenciadas para atender al cliente según sus necesidades, con una zona específica para la atención personalizada, con la tecnología necesaria para que cliente y gestor compartan pantalla en todo momento; zonas diferenciadas para una mayor privacidad (salas y despachos para reuniones); y zona Store Café, donde cliente y gestor pueden compartir un café Nespresso antes de la entrevista.

Algunas también disponen de un espacio dedicado al escaparatismo, donde los clientes pueden experimentar con productos en promoción.

Las oficinas Store también cuentan con una amplia zona de cajeros disponibles las 24 horas. Se trata de terminales que, además de permitir extracciones de efectivo, facilitan realizar todo tipo de operaciones, incluida la contratación de productos, como, por ejemplo, préstamos personales.

Además, los cajeros cuentan con tecnología avanzada para facilitar la experiencia de usuario, como el reconocimiento facial para permitir reintegros sin PIN, una innovación de la que CaixaBank ha sido pionera a nivel mundial y que en la actualidad se está desplegando en todas las oficinas de Store de España. Los terminales también incluyen desarrollos de software y características de diseño especiales para favorecer la accesibilidad, como menús guiados por voz o ayudas en lenguaje de signos. En cualquier caso, además de la tecnología, siempre que el cliente necesite ayuda para operar en el cajero, esta se le brinda por parte del personal de la oficina.

Compromiso con la presencia en el ámbito rural

Una característica del modelo Store es que se trata de un tipo de oficina especialmente adaptado al entorno urbano. Para el entorno rural, CaixaBank dispone de otros modelos de oficina que, en el marco de la reordenación de su red que vive la entidad, mantienen su importancia.

De hecho, la previsión de CaixaBank es que, en 2022, el 41% de las oficinas de la entidad se situarán en poblaciones de menos de 10.000 habitantes. La entidad, que mantiene el compromiso de no abandonar ninguna localidad, tiene presencia en más de 2.200 municipios y en 389 es la única entidad con representación. Además, cuenta con iniciativas especiales para reforzar el servicio en el ámbito rural, como las oficinas móviles (“ofibuses”), que dan servicio a 270.000 personas en 430 municipios.