

## **Gortázar: “La innovació i la tecnologia han de millorar la vida i l'experiència dels nostres clients”**

- **El conseller delegat de CaixaBank ha reconegut que “la tecnologia és una palanca clau”, però ha apuntat que el món empresarial ha de “trobar la millor aplicabilitat” per als seus clients.**
- **Durant la seva participació a Còrdova en el ‘XX Congrés de Directius CEDE’, ha posat en valor la importància de combinar el món digital amb els canals presencials perquè les persones són “molt importants”.**

**Còrdova, 4 de novembre del 2021**

El conseller delegat de CaixaBank, Gonzalo Gortázar, ha defensat aquest dijous que “la innovació i la tecnologia han de millorar la vida i l'experiència dels nostres clients” perquè “la tecnologia és una palanca clau però, des del món empresarial, hem de trobar la millor aplicabilitat als nostres clients”.

Gortázar ha participat en el ‘XX Congrés de Directius de la Confederació espanyola de directius i executius (CEDE)’, amb el lema de ‘Nous temps, noves oportunitats’, que s'ha celebrat aquest dijous a Còrdova i que ha estat clausurat pel rei Felip VI, i el president de la Fundació CEDE i de Fundació “la Caixa”, Isidre Fainé.

En una taula titulada ‘La innovació en la relació amb el client’, Gortázar ha apuntat que “seguir molt centrat en el client” és “absolutament crític en aquest procés d'innovació”. “Si no, tenim el risc de crear coses que són intel·lectualment fascinants, però que tenen poca aplicabilitat”, ha admès.

El conseller delegat de CaixaBank ha assegurat, pel que fa al cas, que la relació de les entitats amb els seus clients “ha canviat de manera radical”, passant de ser una relació d'un només canal, a través de les sucursals bancàries, a ser multicanal i, avui dia, omnicanal. En aquest sentit, ha destacat la importància que el client “pugui triar” i que l'entitat pugui “reconèixer i fer una foto integral del client” perquè té una expectativa diferent en funció del canal.

“Aquest panorama ha canviat radicalment i cal gestionar-ho molt bé perquè abans només hi havia una porta d'entrada, les sucursals, i ara hi ha moltes portes d'entrada per als nostres clients”, ha subratllat.

En aquest sentit, Gortázar ha explicat que CaixaBank ha canviat “el concepte del que fa” centrant-se en les quatre principals experiències dels clients amb l'entitat: el ‘Dia a dia’ de les necessitats bancàries, ‘Dormir tranquil’, en matèria d'assegurances; ‘Gaudir de la vida’, pel que fa a l'activitat creditícia; i ‘Pensar en el futur’, en la planificació de jubilació o estudis.

### **Importància de les persones**

El conseller delegat de CaixaBank ha posat en valor, tanmateix, que malgrat la transformació tan important que s'està duent a terme en els canals digitals, “continuen sent molt importants els canals presencials, sobretot les persones” perquè allò que és fonamental és l'assessorament.

Gortázar ha remarcat, en aquesta línia, que és “clau” mantenir el servei a persones que no tenen accés a canals digitals per edat o qualsevol altre motiu. “Una de les coses que hem fet amb aquesta integració bancària tan gran és comprometre'ns a no abandonar cap població perquè aquelles persones que tenen necessitat o preferència clara per tenir la vinculació amb l'entitat a través del canal físic, el puguin seguir fent”, ha advertit.

A més, el directiu ha reconegut que “hem fet un viatge d'anada i tornada” des que la relació era purament presencial a través de la figura del director d'oficina que coneix al client, a quan passem a tenir mitjans massius que es tradueixen en els “3 o 4 milions de clients” que cada dia visiten la botiga *online* i a la situació actual.

“Portem molt de temps intentant segmentar i personalitzar l'experiència del client, conèixer-los també des de canals i donar-los una oferta de servei diferencial”, ha dit per citar segments especialitzats com AgroBank o HolaBank per a no residents. “És molt important, i la tecnologia ens pot ajudar molt, poder combinar aquesta transaccionalitat amb la personalització que ens pot donar l'accés a les dades i els models d'intel·ligència artificial”, ha apuntat.

Per concloure, el conseller delegat de CaixaBank ha posat l'accent en què “la confiança és un pilar essencial de l'activitat bancària”. “Jo diria que és el pilar essencial”, ha subratllat per apuntar que, per a CaixaBank, “mantenir aquesta confiança és l'objectiu més important de tot el que fem, és l'essència i no es manté sola”. “En un món de constant innovació, cal assegurar que no perdem aquest centre de confiança”, ha assenyalat Gortázar.