

## **CaixaBank consolida su nuevo modelo de escucha y análisis de la experiencia de los clientes en toda su red comercial**

- **La innovación tecnológica permite obtener ‘feedback’ justo después cualquier interacción de los clientes, presencial o remota, y recoger la opinión sobre el servicio recibido en tiempo real para ofrecer soluciones a las 24 horas.**
- **El proyecto utiliza capacidades de comunicación ‘real-time’ similares a las aplicadas por algunas ‘start-ups’ tecnológicas internacionales, así como herramientas de inteligencia artificial basadas en el ‘Natural Language Processing y el ‘speech analytics’.**

CaixaBank ha transformado su modelo de escucha de la “voz de cliente”. El proyecto, clave para la entidad en este ejercicio 2022 en el marco del nuevo Plan Estratégico 2022-2024, se ha desplegado este año en toda la red comercial y supone un nuevo enfoque en la escucha y tratamiento en tiempo real de la experiencia de los clientes, a partir de la aplicación de nuevas tecnologías de inteligencia artificial.

Tradicionalmente, las entidades financieras, dado el alto volumen de interacciones de los clientes a través de los diferentes canales (oficinas, *app*, web, cajeros, servicio de atención al cliente, etc.), han desarrollado sus modelos de gestión de la calidad a través de encuestas lanzadas tiempo después de que los usuarios realizaran una determinada operativa o gestión. De esta manera, si el cliente informaba en la encuesta de algún problema en la atención o en el proceso efectuado, la reacción de la entidad para ofrecer una posible solución tardaba días o incluso semanas.

La aplicación de las nuevas tecnologías de escucha, comunicación y tratamiento de datos hace posible que los modelos tradicionales de gestión de la calidad evolucionen hacia un enfoque de gestión en tiempo real, de forma que los clientes puedan dar su opinión sobre el servicio recibido en el mismo momento en que han finalizado la gestión.

En el sector tecnológico, algunas *start-ups* internacionales han aplicado con éxito estos modelos de gestión *real-time*, aunque, de momento, su adaptación a otros ámbitos de actividad, como el bancario, todavía no se ha generalizado. En este contexto, CaixaBank

inició el análisis de cómo trasladar estas nuevas herramientas a la gestión de la experiencia del cliente hace ya algunos años. Una vez finalizada la integración tecnológica con Bankia, la entidad ha abordado la fase final del proyecto, lo que implica implementarlo en todos sus canales y para toda su red comercial.

### **Respuesta inmediata a las necesidades de los clientes**

Con el nuevo enfoque de CaixaBank para la gestión de la voz del cliente, la información se analiza y tramita de forma más rápida, lo que permite que la encuesta se realice justo al término de un proceso u operación. Nada más mantener una entrevista con su gestor en una oficina, realizar un trámite en un cajero, llamar al *contact center* o utilizar la *app* CaixaBankNow, el cliente puede recibir una notificación *push* en el móvil, un correo electrónico o una llamada telefónica, mediante la cual se le invita a dar su opinión sobre su experiencia con la entidad.

Con las nuevas herramientas, no solo se recoge la información para la mejora continua, sino que, en caso de que el cliente manifieste no estar satisfecho, esta se envía de forma inmediata al director de la oficina para que contacte con el cliente y pueda ofrecerle una solución.

Asimismo, la innovación tecnológica hace posible ampliar muy notablemente el número de clientes a quienes se les plantea una encuesta al finalizar un servicio. Durante este año 2022, CaixaBank ha pasado de una media de 15.000 encuestas mensuales a 1,5 millones al mes. El modelo se aplica a las interacciones y comunicaciones gestionadas por todos los canales de la entidad, físicos y remotos. El cuerpo de datos no solo se amplía gracias a un mayor número de encuestas, sino que, dado que el cliente puede dar su opinión en un momento en que la experiencia del servicio recibido es todavía muy reciente, la tasa de respuesta es mucho mayor que con el modelo tradicional de encuestas.

### **Herramientas de inteligencia artificial**

La implementación de este modelo a toda la red comercial de CaixaBank, la mayor del sector financiero en España, y con 20 millones de clientes, es posible gracias al uso de tecnología innovadora tanto en el modelo de selección de muestras para las encuestas como en el proceso, recolección y análisis de la información. Ello implica encajar la información referente a calidad en las herramientas digitales de gestión comercial del banco, lo que supone un desarrollo tecnológico específico que ya se encuentra operativo.

Asimismo, el tratamiento de datos se ha rediseñado a partir de tecnologías como el *Natural Language Processing* o el *speech analytics*, herramientas de inteligencia artificial que hacen posible procesar de forma automática el lenguaje escrito o hablado. Su aplicación a la

gestión del modelo de opiniones permite a la entidad financiera incrementar la capacidad de análisis de las reacciones de los clientes a través de los múltiples canales que se utilizan.

### **CaixaBank, líder en innovación**

La tecnología y la innovación son clave para CaixaBank. Con más de 11 millones de usuarios de su banca digital, la mayor base de clientes digitales del sector financiero en España, la entidad trabaja cada día para desarrollar nuevos modelos que le permitan dar respuesta a las demandas y necesidades de sus clientes y que acerquen los productos, los servicios y la cultura financiera a todos los ciudadanos.

En este proceso de digitalización, la entidad financiera, que cuenta con una filial tecnológica propia, CaixaBank Tech, y con equipos multidisciplinares que llevan la innovación a todos los ámbitos de la organización, impulsa proyectos basados en nuevas tecnologías, como blockchain, computación cuántica, inteligencia artificial, big data o cloud computing. Todas estas tecnologías permiten a sus gestores disponer de más y mejores recursos para asesorar a sus clientes, a la vez que se impulsa la personalización de la oferta comercial para mejorar la vinculación de los clientes, se desarrollan nuevos servicios financieros y se agiliza el proceso de toma de decisiones.

Gracias a su estrategia de transformación digital, CaixaBank se ha situado entre los bancos mejor valorados del mundo por la calidad de sus productos y servicios digitales y ha recibido múltiples reconocimientos internacionales como el de 'Entidad Financiera más Innovadora en Europa Occidental 2022' por Global Finance, y el 'Banco más Innovador del Mundo 2021' en los premios EFMA & Accenture. En cuanto a banca digital, fue elegido 'Mejor banco digital en banca de particulares en España 2021', y recibió los reconocimientos al 'Mejor diseño web en banca de particulares en Europa Occidental 2021' y 'Mejor aplicación móvil en banca de particulares en Europa Occidental 2021', también por Global Finance.

En el ámbito de la banca privada, CaixaBank ha sido elegida 'Entidad de Banca Privada más Innovadora de Europa Occidental 2022' por Global Finance, mientras que la revista británica PWM (Grupo Financial Times) la ha nombrado 'Mejor entidad de Banca Privada en análisis de Big data e Inteligencia Artificial en Europa 2022' y "Mejor entidad de Banca Privada en Marketing y Comunicación Digital en Europa 2022".