Branch Transformation:

a verdade pura e simples

BRANCH TRANSFORMATION: A VERDADE PURA E SIMPLES

Aquilo que costumava ser a "agência do futuro" se revelou mais uma jornada que um destino. Se a forma deve seguir a função, o mesmo pode ser dito sobre o conceito de transformação da agência. Líderes de pensamento e fornecedores no setor de serviços financeiros produziram inúmeros volumes sobre o tema de branch transformation. Na verdade, de acordo com o relatório de uma recente pesquisa conduzida pela International Data Corporation (IDC), o altíssimo valor de US$ 16 bilhões será investido em branch transformation em nível mundial em 2017. Mas o que esse investimento envolve exatamente?

O simples fato é que, embora muitos estejam vendendo branch transformation, isso não é algo que pode ser comprado pronto. Na verdade, é algo que você cria e ao qual dá vida com elementos humanos, apoiados por ferramentas, instalações e tecnologias corretas que sustentem a sua visão.

A maioria das instituições financeiras concorda que branch transformation envolve proporcionar uma experiência diferenciada e de excelência aos clientes que a frequentam. É consenso geral que esse é um elemento crítico no atual modelo de Omnichannel (multi-canais) de serviços. O processo significa atrair e estabelecer relacionamentos com clientes-alvo e construir um nível mais alto de confiança e envolvimento com eles. Para isso, você deve buscar obter uma maior eficiência em toda a extensão da agência. Tudo isso, é claro, gera crescimento e mais rentabilidade para sua organização.

Para produzir os resultados desejados, a solução é mais complicada do que comprar um produto ou uma gama de produtos de alguém. A transformação começa com sua equipe e, em seguida, continua nos processos utilizados para prestar serviços financeiros. Por último, os serviços na sua agência devem receber apoio completo do design e funcionalidade das instalações físicas.

US$ 16 BILHÕES SERÃO INVESTIDOS EM BRANCH TRANSFORMATION EM NÍVEL MUNDIAL EM 2017.

Fonte: International Data Corporation

AS PESSOAS EM PRIMEIRO LUGAR

… PREPARE A EQUIPE DE ATENDIMENTO NA AGÊNCIA PARA SERVIR COMO O PONTO DE CONTATO ÚNICO PARA SATISFAZER AS DIVERSAS NECESSIDADES DOS CLIENTES.

Fonte: American Banker Association anunciando seu novo Certificado de Bancário Universal

A sua equipe está em primeiro lugar em qualquer processo de branch. Para responder às novas necessidades, sua equipe deve estar disposta e ser capaz de modificar o próprio comportamento, desenvolver novas habilidades e atender a novas expectativas. O treinamento é fundamental assim como uma possível mudança de suas metodologias de recrutamento.

No passado, os treinamentos eram muitas vezes algo que se acrescentava ao final do projeto de implementação de um grande sistema. Com o tempo, no entanto, as organizações aprenderam, muitas vezes com as próprias despesas, que o treinamento deve começar antes mesmo que as novas máquinas cheguem na agência. O primeiro desafio é como a agência, e por sua vez a equipe, verá as novas tecnologias e o treinamento associado a elas.

A equipe de serviços financeiros pode facilmente limitar-se a ver a si mesma apenas como um grupo de especialistas, adotando uma abordagem de “dizer como fazer” ao interagir com os clientes. Os funcionários mais eficazes adotam o papel de facilitadores, fazendo perguntas para identificar e atender às reais necessidades dos clientes, oferecendo uma abordagem de atendimento mais focada no cliente.

Atrair, treinar apropriadamente e reter a pessoa certa é fundamental. No entanto, por si só, isso não basta.

AGORA, O PROCESSO

Você não deve esquecer do processo. Os processos na agência também precisam ser adaptados para dar suporte a um tipo diferente de força de trabalho. É aqui que a tecnologia pode permitir a redução do pessoal da agência, apoiando simultaneamente a expansão das funções da equipe. A utilização de tecnologia para simplificar todas as transações, tornando-as, ao mesmo tempo, mais eficientes é essencial para um excelente atendimento ao cliente.

Por exemplo, a equipe da agência não pode ficar "presa" a uma fila de caixa tradicional. Segundo a Bancography, empresa de consultoria líder no setor financeiro, "... a fila do caixa deve ser redesenhada para permitir que um colaborador passe facilmente do ponto de pagamento e recebimento para uma estação de trabalho de vendas e atendimento." A expansão das funções da equipe da agência deve, portanto, ser mais que nominal. Vai além de simplesmente tornar-se mais produtivo, significa ser bem-sucedido em uma variedade de tarefas e serviços muito mais ampla.

Tarefas ineficientes de back-office também precisam ser minimizadas, e os clientes precisam perceber valor no nível de atendimento oferecido. Em suma, as compras de tecnologia devem apoiar a equipe nas suas novas funções, melhorando, ao mesmo tempo, a experiência do cliente na agência, ou não devem ser feitas.

... A FILA DO CAIXA DEVE SER REDESENHADA PARA PERMITIR QUE UM COLABORADOR PASSE FACILMENTE DE UM PONTO DE PAGAMENTO E RECEBIMENTO PARA UMA ESTAÇÃO DE TRABALHO DE VENDAS E ATENDIMENTO.

Fonte: Bancography

POR ÚLTIMO, AS INSTALAÇÕES

Seria um contrassenso desenvolver suas novas agências antes das etapas de pessoal e de processo. O tamanho, o layout e os elementos de design precisam também complementar as pessoas, tecnologias e processos que servem aos seus clientes. O design apropriado é uma parte importante de branch transformation, quer você esteja tentando reduzir a área ocupada, variar formatos na rede de agências ou adotar uma abordagem mais ecológica.

Há alguns anos, o Bank Administration Institute (BAI) realizou dois grandes estudos. O primeiro foi sobre a Experiência na Linha de Frente, e foi acompanhado pelo segundo, sobre o Fator de Linha de Frente. O primeiro estudo abordou a importância da equipe da agência na oferta de uma excelente experiência aos clientes, e o segundo foi sobre o papel da equipe da linha de frente para estabelecer relacionamentos mais profundos com os clientes.

Embora os resultados destes estudos ainda sejam pertinentes, a linha de frente do atendimento mudou significativamente. Ela não apenas possui pessoas com responsabilidades que vão muito além do processamento de transações, mas ainda, em muitas instituições, a linha de frente deixou de ser uma linha.

COMO PROCEDER?

A tecnologia, sem dúvida, tem seu lugar na agência. Depois de determinar as pessoas certas para a oferta de serviços na sua agência e criar uma estratégia para contratá-las e treiná-las, é importante pensar em como você irá capacitá-las para exercer suas funções. Eliminar e automatizar tarefas que oferecem pouco valor é fundamental. Apresentamos aqui algumas tecnologias comprovadas e cada vez mais populares para que você leve em conta como parte dos seus planos de transformação da agência.

PENSE EM
RECICLADORES DE NOTAS

O consenso é que para redefirnir a função de um caixa tradicional deve ter o apoio de uma tecnologia facilitadora, que torne o processamento de transações rotineiras mais simples, rápido e voltado para o cliente. Entra em cena o reciclador de notas! De acordo com um artigo da American Banker intitulado "Channel Changers: the Rise of the Universal Banker", "outro equipamento que está se provando fundamental para o modelo de bancário universal é o reciclador de notas, que automatiza transações, armazena e dispensa numerário e permite que vários funcionários trabalhem no mesmo caixa."

Essa tecnologia tem sido adotada em todo o mercado, por instituições financeiras de todos os tamanhos e tipos no mundo todo. É um elemento essencial para liberar a equipe das funções de proteger, contar e autenticar o numerário, permitindo que interajam com o cliente durante sua permanência na agência.

OUTRO EQUIPAMENTO QUE ESTÁ SE PROVANDO FUNDAMENTAL PARA O MODELO DE BANCÁRIO UNIVERSAL É O RECICLADOR DE NOTAS, QUE AUTOMATIZA AS TRANSAÇÕES, ARMAZENA E DISPENSA NUMERÁRIO, E PERMITE QUE VÁRIOS FUNCIONÁRIOS TRABALHEM NO MESMO CAIXA.

Fonte: artigo da American Banker intitulado Channel Changers: the Rise of the Universal Banker

UMA VISÃO PARA O VÍDEO

USE VÍDEO PARA EXPANDIR AS OPORTUNIDADES DE INTERAÇÃO COM OS CLIENTES, NÃO PARA SUBSTITUIR.

Fonte: Relatório da Celent intitulado “Video Banking: Lights, Camera, Transaction?”

O vídeo-caixa surgiu como uma maneira de reduzir funcionários na agência, concentrar recursos e, ainda assim, proporcionar um certo nível de personalização ao atendimento. Recentemente, a Celent publicou um relatório intitulado “Video Banking: Lights, Camera, Transaction?”. Nesse relatório, o autor Bob Meara explora os diversos métodos que as instituições financeiras podem usar para interagir com clientes por telepresença utilizando recursos de vídeo. Na opinião da Celent, elas devem “usar o vídeo para expandir, não para substituir, as oportunidades de envolvimento com os clientes.” O estudo também afirma que a Celent “defende o uso de vídeo juntamente com outros métodos omnichannel de envolvimento com os clientes. Para transações de caixa, no entanto, a Celent acha que o autoatendimento assistido auxiliado pessoalmente por uma equipe na linha de frente é muito mais atraente, oferecendo um melhor serviço.”

Esse é um ponto crítico, porque este formato também não é para todos. Em um estudo recente da Glory Global Solutions sobre as preferências dos consumidores por dispositivos de autoatendimento, 47% dos entrevistados declarou que raramente ou nunca opta por usar máquinas de autoatendimento, quando disponíveis. Agora, lembre-se que os clientes que vão a uma agência provavelmente desviaram de seus trajetos de rotina para encontrar uma agência. É essencial que as tecnologias que vão encontrar estejam voltadas para melhorar a interação direta e a tornar mais eficiente, em vez de forçá-los a usar uma máquina quando esse pode não ser o método que prefiram.

INTEGRAR OS SERVIÇOS ASSISTIDOS

Também vemos a emergente tecnologia de quiosques com funções expandidas na recepção como um elemento importante para o branch transformation. Esses quiosques podem oferecer praticamente todas as transações que são tradicionalmente realizadas por um caixa, tanto em modo de autoatendimento como em modo de serviço assistido. Os clientes podem realizar as operações sozinhos ou receber atendimento pessoal interagindo diretamente com um membro da equipe da agência. Isso proporciona ao cliente poder de escolha sobre sua experiência ao visitar uma agência.

Como expressou Kevin Travis da Novantas, citado no Bank Technology News, “o autoatendimento assistido é o que viveremos em um futuro muito próximo.” A ideia é fazer com que os clientes se sintam mais à vontade usando a tecnologia de autoatendimento, oferecendo-lhes, ao mesmo tempo, uma alternativa de contato pessoal.

O AUTOATENDIMENTO ASSISTIDO É O QUE VIVEREMOS EM UM FUTURO MUITO PRÓXIMO.”

Fonte: Bank Technology News

O SERVIÇO DE MANUTENÇÃO PODE SALVAR O DIA

Com toda a tecnologia que capacita a equipe de sua agência, é absolutamente essencial ter um contrato de manutenção com um parceiro confiável, para assegurar que essa tecnologia de função crucial na agência se mantenha operacional pelo tempo máximo. Verifique se seu fornecedor tem um contrato com o fabricante por toda a vida útil da sua solução. Isso garantirá que os técnicos que visitam sua agência possam fornecer peças, treinamento e suporte quando necessário. A forma mais eficaz de conseguir isso é trabalhar com o fabricante do equipamento original (OEM) sempre que possível.

Serviços de gerenciamento

- Suporte de help desk inteligente para o usuário
- Firmware remoto e atualizações padrão
- Captura e armazenamento de relatórios de atividade
- Revisão e análise de eventos

Gerenciamento do sistema para o melhor desempenho diário

Sistema de monitoramento

- Alertas e alarmes do dispositivo
- Exibição de status do sistema em tempo real
- Controle de diagnóstico remoto
- Auxílio no envio inteligente de técnicos

Resolução eficaz de problemas para garantir um rápido retorno do equipamento às operações

Por último, ao procurar um fornecedor, pense em como a disponibilidade e o suporte para suas agências podem ser aprimorados com uma tecnologia que permite o gerenciamento remoto e o monitoramento proativo dos dispositivos. Dispositivos conectados à internet estão transformando várias facetas da nossa vida diária e as suas agências não são uma exceção.

EVOLUÇÃO FUTURA

Antes de embarcar na análise das várias ofertas sob o âmbito das soluções de "branch transformation", lembre-se que tudo começa com a visão clara daquilo que você está tentando alcançar, juntamente com uma precisa compreensão do que será exigido de sua equipe.

Certifique-se de que seu fornecedor de tecnologia não apenas oferece produtos ou um kit pronto de branch transformation. É muito mais importante que o fornecedor da solução possa ajudá-lo com essas etapas essenciais, incluindo a implementação de melhores práticas e o gerenciamento das mudanças correspondentes ao processo na agência durante a sua jornada de transformação.

Serviços profissionais	Sistemas de software	Serviços de suporte total	Tecnologia de plataforma
Design de agências	Serviço assistido	Serviços de conectividade e suporte	Automação de caixas de varejo
Consultoria em transações	Conectividade de caixas bancários	Manutenção de terceiros	Automação de caixas bancários
Otimização e treinamento da equipe	Gestão de dispositivos	Gestão de ciclo de vida	Tecnologia integrada (OEM)
Serviços de consultoria	Business Intelligence		Serviço assistido
Gestão de projetos	Gestão de cofre		Classificação de cédulas e moedas
Tecnologia - Soluções de software	Gestão de caixas de varejo		
Treinamento de usuários	Planejamento de recursos		

Viabilizar Tecnologias + Serviços Especializados = Realização de Valor para o Cliente

Glory, Av. Vereador José Diniz, 3720 11º andar, São Paulo, SP, Brasil, CEP 04604-007
☎ + 55 11 50900120 info@br.glory-global.com **glory-global.com**

WP-BRANCHTRANSFORMATION-0817/PT-BR

Glory Global Solutions faz parte da GLORY LTD. O presente documento pretende servir como guia de consulta geral. Devido a um contínuo desenvolvimento ao nível dos seus produtos e serviços, a Companhia recomenda aos seus clientes a consulta quanto às últimas novidades e melhorias introduzidas nos seus equipamentos, as quais podem não estar refletidas na presente edição. Apesar de todas as precauções terem sido tomadas na preparação deste documento, a Companhia e a editora não aceitam qualquer responsabilidade por erros ou omissões, declinando qualquer responsabilidade por danos resultantes do uso desta informação. Este documento não é parte integrante de nenhum contrato ou licença que tenha sido expressamente acordada. Todas as capacidades e performance estão sujeitas ao tamanho e à qualidade das notas/moedas, assim como ao processo utilizado. GLORY é uma marca registrada da GLORY LTD., no Japão, Estados Unidos da América e Europa. Todas as marcas comerciais são propriedade do grupo de empresas da GLORY Limited.
© Glory Global Solutions (International) Limited 2017.