



**ciab** FEBRABAN  
2016

21 A 23 DE JUNHO  
TRANSAMERICA EXPO CENTER  
SÃO PAULO - SP

Experiência do Cliente  
nos Serviços Financeiros

**FEBRABAN**

# O consumidor atual



**Bem informado**



**Colaborativo e Socialmente Conectado**



**Confia na opinião de outros consumidores**



**Sensível a Preços**



**Imediatista**



**Sim.  
O poder é do  
consumidor!**

# E a indústria financeira está "comoditizada"

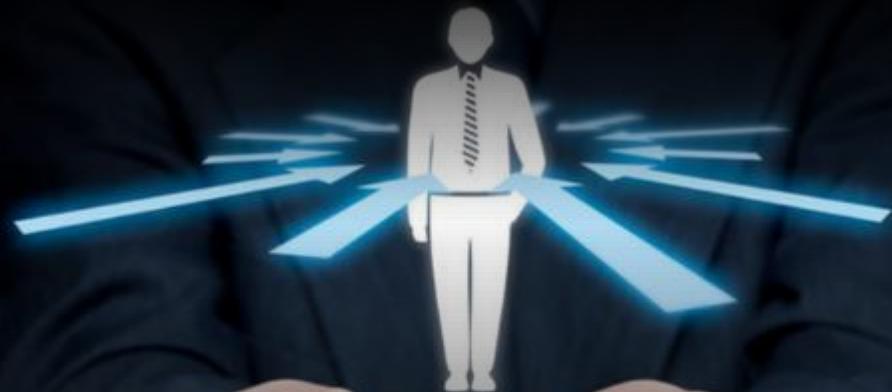


**Só há um caminho  
para se diferenciar:**



**a experiência  
do cliente**

# Conhecer o cliente...



“Uso do mobile banking no Brasil cresce 138% em um ano” Febraban



# ...para construir e entregar a melhor experiência!

E o que o Banco do Brasil está fazendo para entregar uma melhor **experiência do cliente**?



# Aprimorando os seus processos e fluxos de atendimento...



... para fazer entregas ao cliente com maior velocidade e qualidade.



Utilizando um CRM com 8 bilhões de registros, complementados por análises de dados não estruturados.

Comportamento  
Hábitos de consumo  
Uso de canais

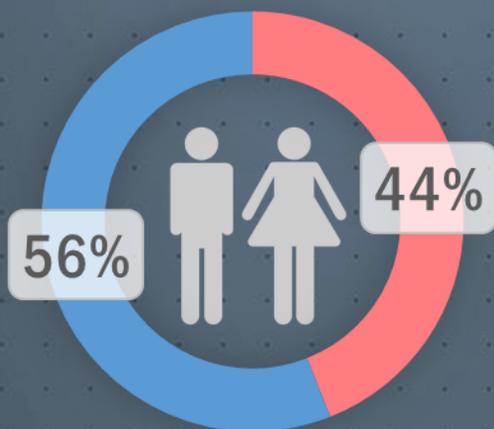




# 12 milhões de clientes engajados digitalmente



60% acima de 30 anos



500 mil clientes com + de 60 anos



mobile



internet



Grau de escolaridade  
47% Ensino Superior



**60%**

**dos clientes alta renda  
não vão às agências**



# Uso do APP BB



2013



2016

## Atalho para o app na Primeira tela

1º WhatsApp	78,3%
2º Facebook	66,2%
3º Instagram	33,8%
4º Facebook Messenger	25,4%
5º YouTube	21,4%
<b>6º Banco do Brasil</b>	<b>13,2%</b>
7º Twitter	12,7%
8º Gmail	11,6%
9º Chrome	11,1%
10º Waze	10,3%

Fonte: Mobile Time



# Digital: do transacional ao relacional

FEBRABAN





**modelos de relacionamento digital  
reforçam experiência de conectividade e modernidade...**

## Estilo Digital e Exclusivo



Gerentes de  
Atendimento Presencial

Funcionamento  
de 10h às 16h



Gerentes de  
Relacionamento Digital

Funcionamento  
de 8h às 22h

**CONSULTORIA ESPECIALIZADA**

## Soluções



Telefone  
Digital



Email



Chat/Msg



Videochat



Troca Digital  
de Documentos



Duplo Sim





# ...e agregam valor para os clientes e para o Banco

## Valor para os Clientes



Atendimento  
Pessoal do Gerente



Horário  
Estendido



Conveniência  
Digital



Assessoria Financeira  
com Especialistas



Produtos e Serviços  
Exclusivos para o Segmento

## Valor para o Banco



Rentabilidade



Capacidade de atendimento  
ampliada



Satisfação e lealdade dos clientes e  
funcionários - melhor clima  
organizacional



Correspondente

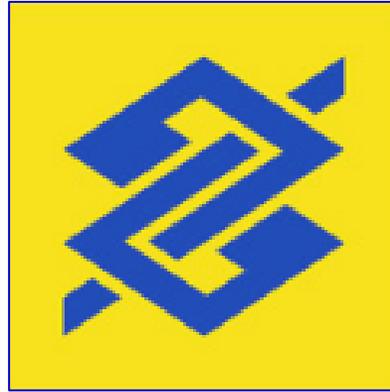
**A experiência do cliente está em todos os contatos com a nossa marca...**



Relógio



Internet



Atendimento  
Pessoal



Agência



Telefone



Celular



Centro Cultural  
Banco do Brasil



ATM



No final do dia, são  
as **pessoas**  
que fazem a  
diferença para a  
entrega de uma  
experiência  
memorável



# Experiência do cliente nos serviços financeiros

**Simão Luiz Kovalski**  
DIRETOR DE CLIENTES PESSOAS FÍSICAS

[slk@bb.com.br](mailto:slk@bb.com.br)

