

IND SALES FRONT-END EXTINDE CAPABILITĂȚILE CRM

Puteți avea o experiență extrem de plăcută la banca dumneavoastră atunci când un ofician de la frontdesk vă va surprinde cu un serviciu de o calitate ieșită din comun. De fapt, un astfel de serviciu trebuie să devină ceva uzual, să fie parte din rutina zilnică a unei bănci care intenționează să-și fidelizeze clienții.

În alocuțiunea sa de la conferința intitulată „Instrumente strategice pentru bănci” („Strategy Toolkit for Banks”), care a fost organizată de către IND Group și Horvath & Partners, directorul de produse al IND, Balázs Zentai, a făcut precizări esențiale cu privire la modul în care IND Sales Front-end ajută băncile să-și exploateze resursele de CRM într-o mai mare măsură.

►► Cristian PAVEL

■ Care a fost rațiunea dezvoltării unei aplicații software precum IND Sales Front-end? Ce nevoi specifice deservește, practic, acest produs?

Orientarea pe client (customer centricity) a fost și este un punct esențial în retail banking, mai ales în aceste vremuri cu dificultăți, când băncile trebuie să facă eforturi sporite pentru a-și loializa clienții valoroși. Concurența în creștere face ca băncile să fie nevoite să ajungă la performanță nu doar în ceea ce privește servirea clienților, ci și prin lansarea unor oferte personalizate. Cu câțiva ani în urmă a existat o preocupare susținută a băncilor de extindere teritorială și de cucerire continuă de noi cote de piață. La acel moment, surcursalele și-au redefinit rolul de consilier pentru persoanele fizice, oferindu-le acestora sfaturi privind planificarea financiară personală, în timp ce mare parte din tranzacțiile zilnice din sfera de retail au fost transferate spre canale de tip self-service.

Datorită penetrării spectaculoase a telefoniei mobile și a internetului, ca și datorită utilizării tot mai largi a canalelor alternative online, sintagma „soluție IT” a cunoscut o largă recunoaștere. În timp,

băncile au implementat soluții CRM pentru a-și afirma atitudinea proactivă, dar ulterior s-a dovedit că exploatarea capabilităților acestor sisteme în sucursale are nevoie de mai mult.

Pentru a se înțelege mai bine ceea ce vreau să spun, trebuie să menționez că, în cazul clienților noștri finali, funcționarii din bănci, am observat că prea multe aplicații pe ecranul computerului casierilor împiedică fluxul optim de informații, distrag atenția și încetinesc activitatea. V-ați gândit vreodată cât timp consumă un casier trecând de la o fereastră a unei aplicații la alta atunci când acesta încearcă să înregistreze cererea unui client? Așteptarea nu face altceva decât să pună nervii tuturor la încercare, mai ales pe cei ai clientului deservit de bancă. Datorită acestei presiuni crescute, adesea nu mai rămâne timp pentru a înțelege nevoile clientului, de a-i vinde și produse complementare chiar în incinta sucursalelor.

Băncile trebuie să reinvețe acest lucru în fiecare punct al rețelelor lor teritoriale, cum să-și îmbunătățească metoda de servirea și să utilizeze timpul economisit pentru vânzări. Noua noastră soluție, IND Sales Front-end, se folosește de oportunitatea acestei nișe, căci permite băncilor să se folosească de capabilitățile siste-

melor lor CRM, făcând posibilă oferirea de consultanță persoanelor fizice și dinamizând vânzările personalizate.

■ Ce face ca produsul IND Sales Front-end să fie unic, mai valoros decât alte dezvoltări ori soluții de tip front-end?

Băncile s-au străduit să-și adapteze metodele de vânzări celor mai bune practici, dar controalele făcute sporadic pentru a evalua performanța agenților de vânzări au dezvăluit că acești casieri nu au rezultatele scontate. Există mai multe explicații ale acestei situații: băncile utilizează aplicații care nu urmăresc fidel procesul de afaceri, noile metodologii necesitând o schimbare a mentalităților și stilului de abordare a clientului, iar atenția la esența afacerii se schimbă rapid, pe măsură ce banca se vede nevoită să reacționeze zilnic la provocările pieței.

Soluția IND Sales Front-end a fost proiectată să furnizeze rezolvări pentru toate aceste probleme. Aceasta este mai mult decât o unificare front-end. Implementarea ei creează un loc de muncă ergonomic pentru vânzări și servicii de tip „doi în unu”. Ea oferă suport de tip „inbuilt” (încorporat) pentru o întregă



gamă de servicii pe care le poate oferi un casier de la ghișeu și poate gestiona în întregime procesele de vânzări și tranzacții pentru a asigura o experiență mai consistentă clienților.

Produsul nu doar că permite băncii să-și împărtășească rezultatele analitice privind CRM, dar mai și susține casierul prin profilurile definite ale clientului, formulare-tip de vânzări și informații detaliate despre produse în timpul întregului proces de vânzare.

Datorită logicii sale concentrate pe afaceri flexibile, produsul mai permite administratorilor de afaceri ai băncii să vehiculeze și să împărtășească datele privitoare la cele mai bune practici de vânzare în întregul sistem. Aceste capabilități deter-

mină performanța ca toți casierii să aibă rezultate similare și la standarde ridicate.

■ Care ar fi „ingredientul” secret al IND Sales Front-end?

Conceptul general al IND Sales Front-end este oarecum diferit. Noi considerăm partea de frontdesk a băncii ca pe un întreg, nu doar părți ale diferitelor canale. Livrăm o suită completă de „sales & banking” pentru toate canalele bancare, incluzând sucursala, internetul, telefonul mobil și centrul de contact, pe aceeași platformă centralizată; de aceea, soluțiile noastre proiectate pentru unul dintre canale pot fi cu ușurință reutilizate și pentru alte canale.

IND

The Banking Front-Office Technology

IND Group, cu filozofia sa unică pentru „The Banking Front-Office Technology”, este un dezvoltator software de marcă și un provider de produse pentru operațiuni bancare pentru front-office de pe piața europeană.

Produsul său cel mai cunoscut, IND Banking Front-Office, este o gamă cuprinzătoare de servicii care autorizează operațiunile din front-office.

IND BFO livrează o suită completă de canale de „vânzări și banking” incluzând sucursala, internetul, telefonul mobil, SMS-urile și centrele de contact, toate pe aceeași platformă centralizată.

Cu o bază de creștere profitabilă încă de la crearea sa în 1997, IND Group operează în prezent în Austria, Germania, Ungaria, România și Anglia. Prin rețeaua noastră de parteneri locali de afaceri, suntem reprezentați și în alte zece țări din Europa și din Orientul Mijlociu.

Pe lângă asta, știm că fiecare bancă își are propriile cerințe, caracteristici și preferințe. Chiar dacă ne referim la sisteme IT, procese interne de CRM sau activități de vânzări, precum și diverse tipuri de organizații, abia dacă putem identifica puține rigori identice. Din acest motiv, IND Sales Front-end este extrem de simplu de personalizat și flexibil.

Mai mult chiar, IND a dezvoltat o metodologie standard pentru a susține băncile în efortul lor de analizare din perspectivă organizațională. Analiza IND Front-line se bazează pe o metodologie standard care evaluează procesele de tip „front” în contextul standardelor industriei.

■ Ne-ați putea sugera cum se pot afla mai multe amănunte despre IND Sales Front-end?

Desigur, am fi bucuroși să vizităm băncile interesate, să mergem la sediul acestora și să vorbim despre nevoile lor, să le împărtășim din experiența noastră și să le prezentăm soluțiile noastre. Așteptăm doar un simplu e-mail la info@indgroup.eu. Puteți afla mai multe despre noi și despre produsele noastre pe site-ul www.indgroup.eu