

# Transformação da experiência do Cliente



SAS Fórum Portugal  
27 de Outubro 2016

Millennium  
bcp

## Hoje vou falar-vos de:

---

A evolução do Setor Bancário do “antes da crise” para o “pós crise” e os desafios que hoje enfrenta

---

Quem é o Cliente Bancário

---

Envolver o Cliente transformando a sua experiência

---

## O “Novo Normal” no setor da Banca



# A Banca em Portugal sofreu grandes alterações desde a crise de 2008...

## Indicadores

Crédito Bruto

2007

300 mM€

Jun 2016

256 mM€

Depósitos

196 mM€

249 mM€

Loan-to-Deposits

160%

103%

Margem Financeira

8,1 mM€

6,2 mM€

Comissões

2,6 mM€

1,9 mM€  
(2015)

Euribor 3 M

4,274%  
(média 2007)

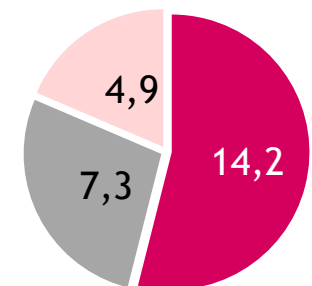
-0,300%  
(média 2016)

- Contenção Crédito
- Aumento/ Incentivo Poupança
- Enorme redução de proveitos
- Sistema financeiro mais equilibrado e autofinanciável

## ... Com os balanços dos Bancos com forte deterioração

<u>Indicadores</u>	<u>2007</u>	<u>Jun 2016</u>
Crédito em Risco	3,6%	12,7%
Imparidades (Balanço)	6,7 mM€	22,5 mM€ (2015)
ROE	18,0%	0,3%
Capitalização Bolsista	22,1 mM€	2,9 mM€

Recapitalização do Sistema Financeiro em Portugal  
[2008-2015, mM euros]



■ Acionistas ■ Estado ■ Fundo de Resolução

# O Perímetro concorrencial alterou-se fortemente...

Novas Marcas...

banco**ctt**

bankinter.

NOVO BANCO<sup>+</sup>

Bancos que  
recorreram a  
ajuda...

Millennium  
bcp

Caixa Geral  
de Depósitos

BPI

Bancos que  
DESAPARECERAM.

BPN

BANCO  
PRIVADO  
PORTUGUES

BANCO  
ESPIRITO SANTO

BANIF  
A força de acreditar

BARCLAYS



# E começam a juntar-se outros Players não bancários ao mercado

Exemplificativo



Ebury

Milhões de Portugueses já têm um Plano de Saúde e ainda não sabem. Sabem agora!

[SAIBA MAIS](#) ou ligue já 707 100 500\*

\*Custo de Chamada: 0,1 €/min (incluindo IVA) ou 0,25 €/min (incluindo IVA)



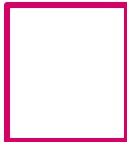
## Hoje vou falar-vos de:

---



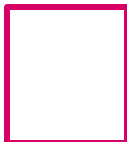
A evolução do Setor Bancário do “antes da crise” para o pós crise” e os desafios que hoje enfrenta

---



Quem é o Cliente Bancário e como tem evoluído a sua relação com os Bancos

---

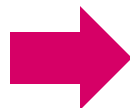


Envolver o Cliente transformando a sua experiência

---



# O Cliente **não quer** os produtos bancários... Apenas **precisa** deles para atingir os seus objetivos



~~Crédito M Online~~

~~TAEG 9,3%~~



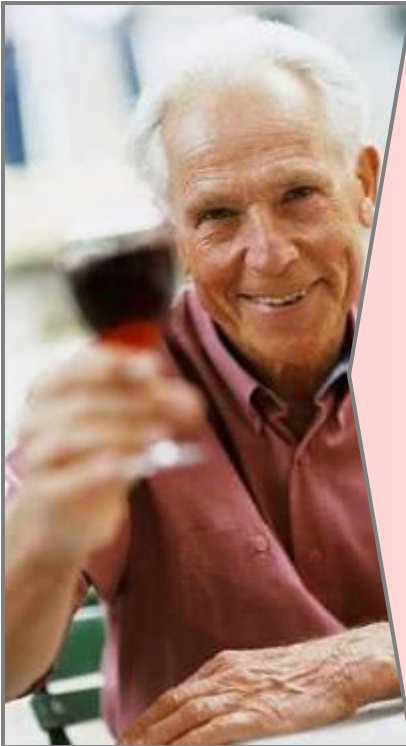
~~PRESTAÇÕES  
MAIS LEVES?~~

~~SOLUÇÕES DE CRÉDITO HABITAÇÃO~~



# Do Cliente Tradicional .... ao Cliente Digital

## “Cliente + Tradicional”



**Emprego para a vida**  
**Vive para trabalhar**  
**Tem habitação própria**  
**Poupa para “amanhã”**  
**Pensa no futuro**  
**Filhos “agora”**  
**Visita as cidades próximas**

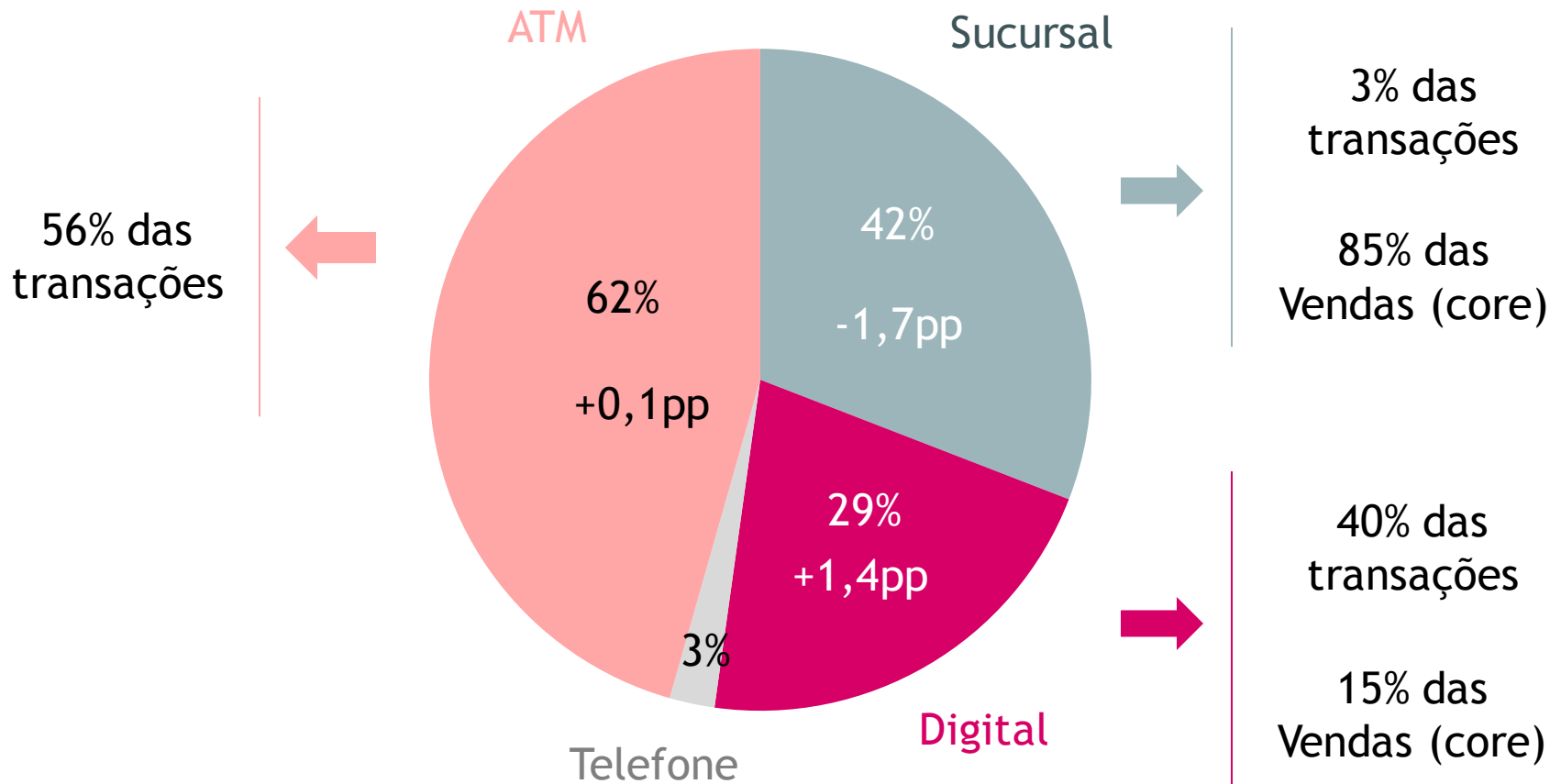
## “Cliente + Digital”



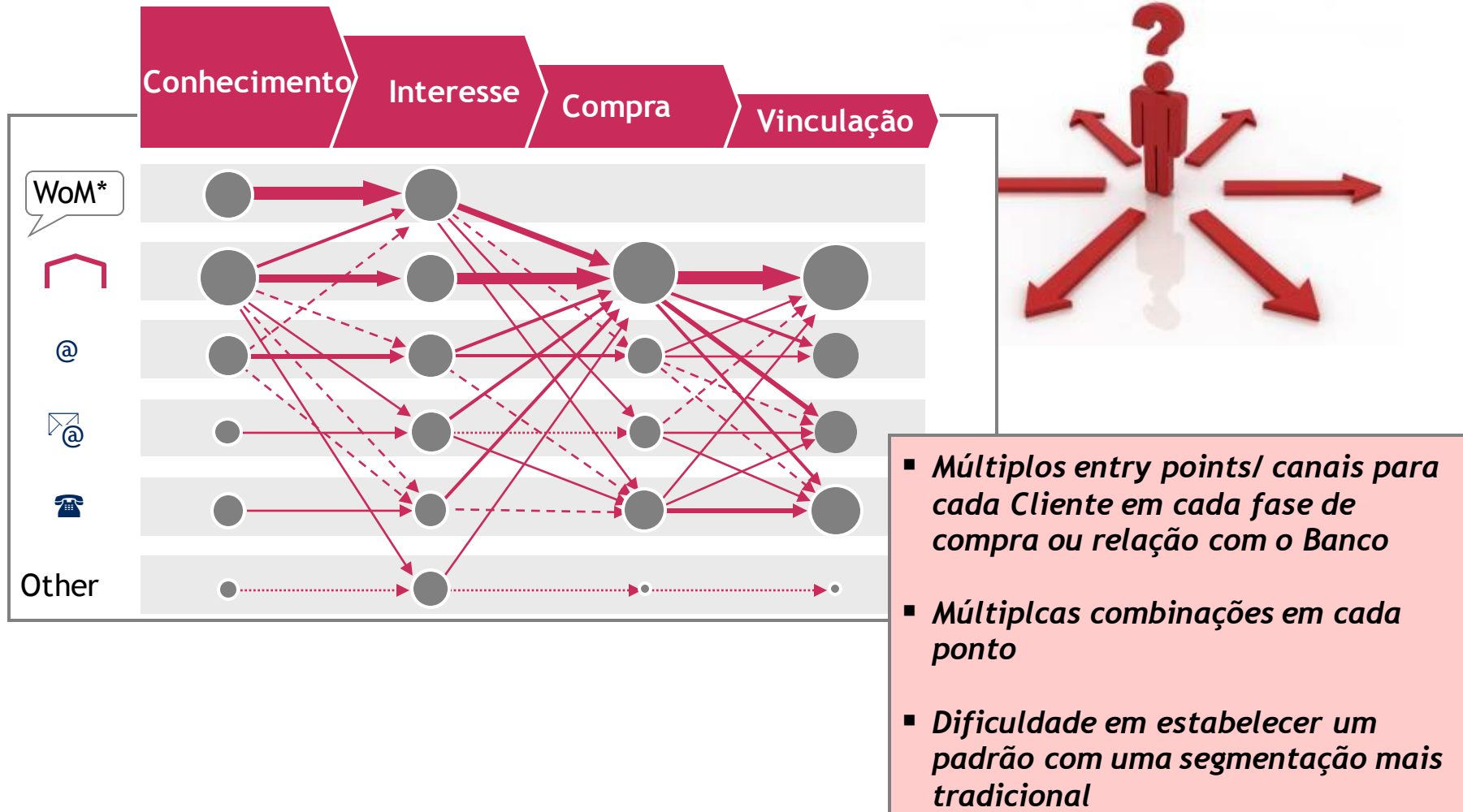
**Emprego para agora**  
**Trabalha para viver**  
**Muda de casa**  
**Gasta “agora”**  
**Vive o presente**  
**Filhos “mais tarde”**  
**Visita o “mundo”**

# A relação com os nossos Clientes está a mudar...

## % de Clientes Ativos por canal



# Este novo Cliente tem uma **relação com o Banco muito mais complexa**



## Hoje vou falar-vos de:

---



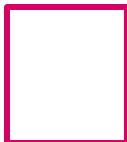
A evolução do Setor Bancário do “antes da crise” para o pós crise” e os desafios que hoje enfrenta

---



Quem é o Cliente Bancário e como tem evoluído a sua relação com os Bancos

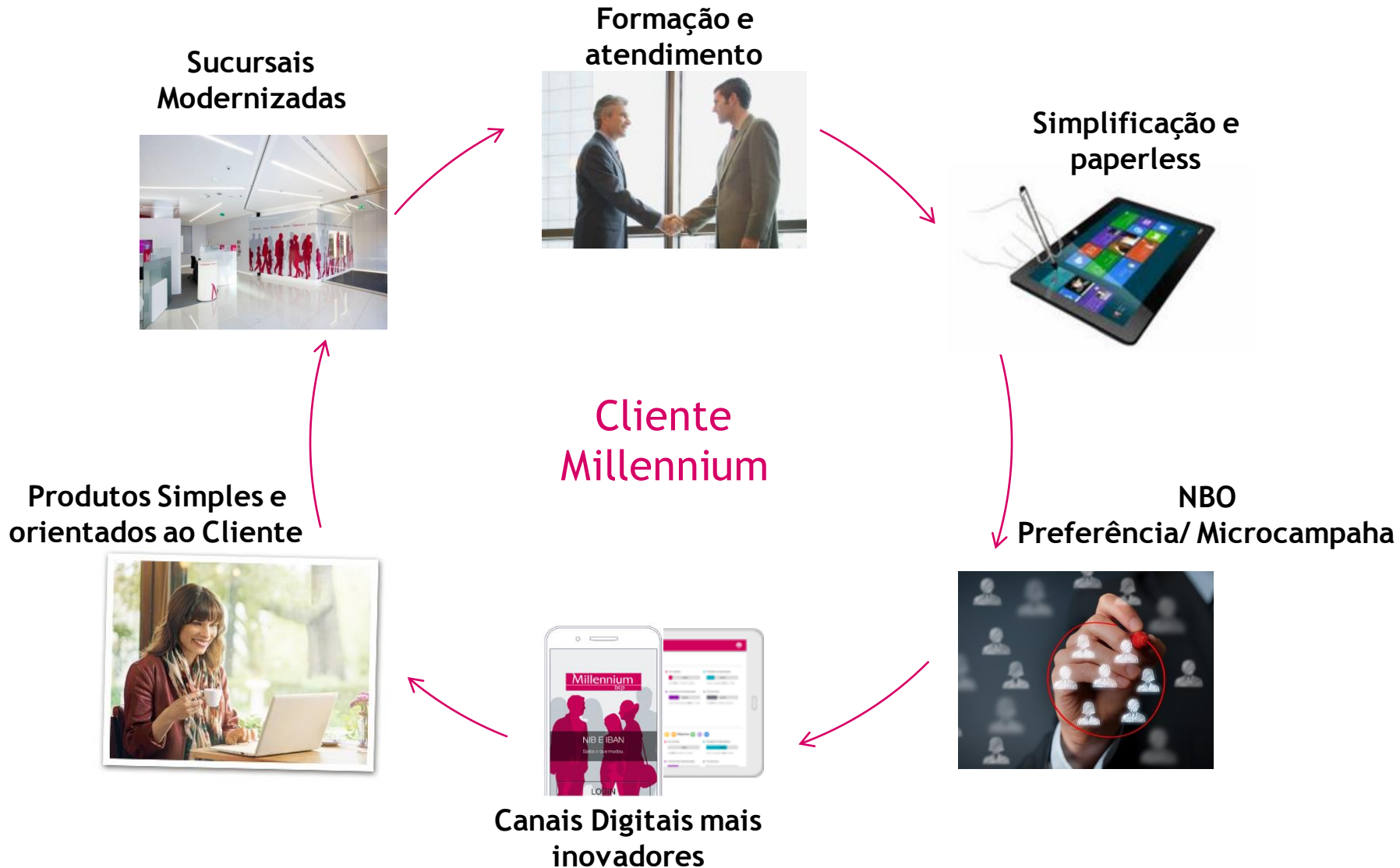
---



Envolver o Cliente transformando a sua experiência

---

# Adaptar toda a estrutura de serviço ao Cliente por forma a **garantir experiência distintiva** e referenciação





# Conhecer o Cliente e mapear os principais touch points por forma a surpreender nos momentos chave numa lógica multicanal cada vez mais digital



Customer decision Journey  
Exemplificativo

1. Necessidade

2. Comenta com amigos

3. Procura na internet a melhor proposta

4. Comenta nas redes sociais

Definição de next best offer +  
Momentos de contacto chave

Gestão de canais de vendas

Desenvolvimento de Produtos e/ou finnetuning

Modelos de propensão

Incentivo à recomendação

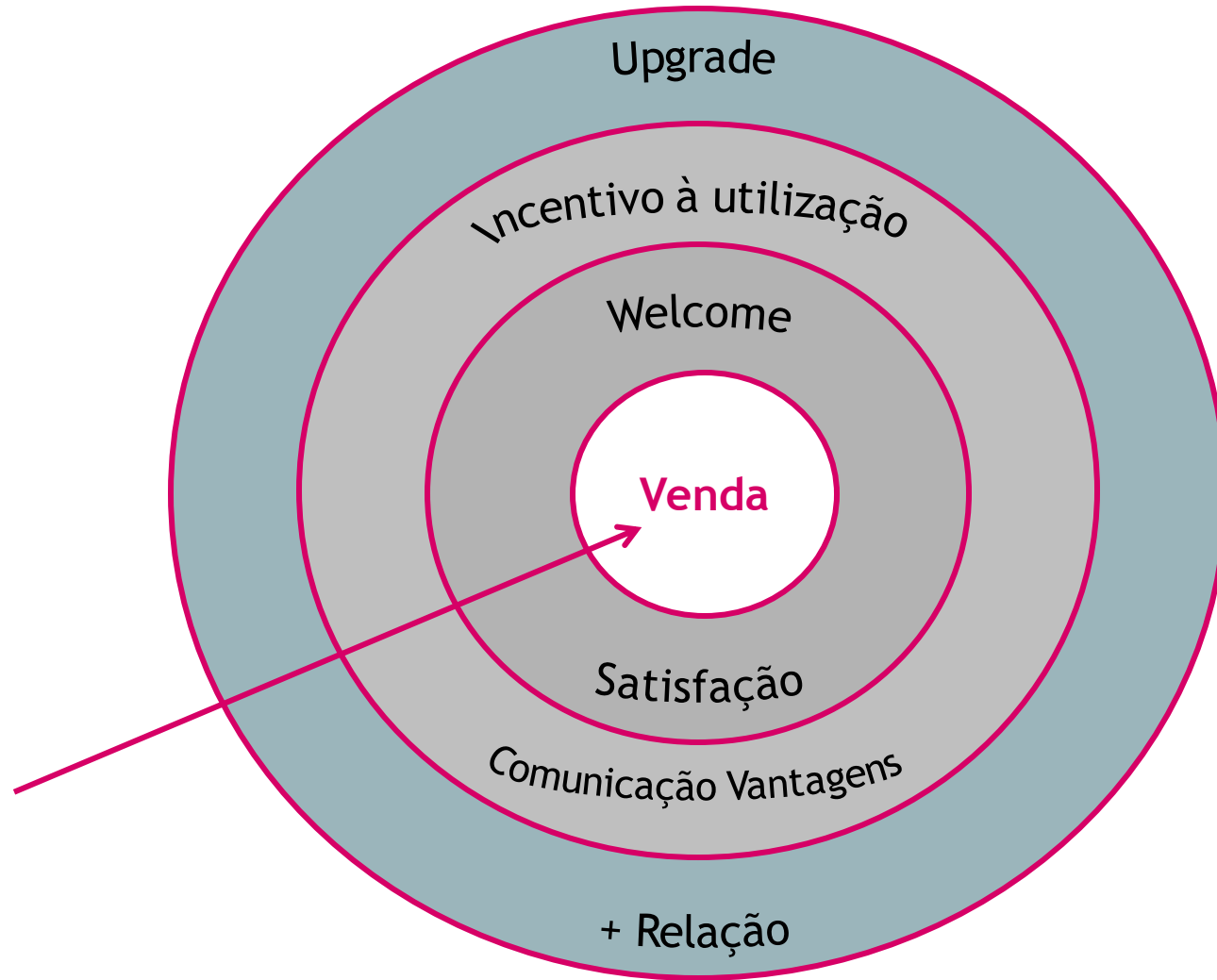
Mapeamento da navegação no site e follow up

“Escuta ativa” e promove os sucessos

M

De um CRM de venda ... para um CRM de envolvimento

A venda não é o último touch point... É o primeiro de muitos...



IT'S  
NOW  
OR NEVER

