



COMUNICADO DE PRENSA

La Banca omnicanal evoluciona en México con Auriga

Ciudad de México, 14 de noviembre.- Auriga, proveedor global de soluciones de software y tecnología para la banca y el sector de pagos, propone al mercado mexicano la transformación de las sucursales para consolidar la banca omnicanal con base en tres factores que apuntalarán la profesionalización y las competencias del personal de la oficina bancaria.

Se trata del desarrollo de la banca omnicanal cuyo objetivo es la satisfacción de las necesidades del cliente, centrar la atención en éste, prestando especial atención a la cuestión de la personalización y la inmediatez que deben garantizarse en la experiencia de usuario. La prioridad es ofrecer una amplia gama de opciones al cliente para que este interactúe con la banca, creando un ambiente en el que pueda operar con autonomía o sea atendido en caso de necesidad.

Los tres ejes que propone Auriga para la perfecta integración de los distintos canales bancarios son: la adopción de modelos de sucursal del futuro radicalmente nuevos, con ATM multifunción; la digitalización y automatización avanzadas para mejorar los procesos, y las competencias internas con un impacto positivo en el modelo operativo de las sucursales, incluyendo las ventas personalizadas basadas en datos y la gestión de las demandas en tiempo real.

En la Banca del futuro los espacios se rediseñan y las inversiones se centran en formatos tipo “hub”; en desarrollar digitalmente los procesos de acogida y atención al cliente; en especializarse en el asesoramiento de servicios financieros, y en elegir una ubicación específica en zonas de mayor afluencia.

Un enfoque omnicanal no solo comprende la integración, sino también la interacción entre los distintos canales, ofreciendo la posibilidad al banco de ofrecer los mismos servicios en modo «disponibilidad en tiempo real» y poder controlar los servicios más utilizados en cada canal para entender mejor las necesidades y los comportamientos del cliente.

En los próximos años, los bancos utilizarán nuevas tecnologías con el fin de integrar y mejorar el modelo actual, además de optimizar la relación con el cliente y poder prescindir del canal con el que quiera entrar en contacto con la propia banca.

Herramientas como videobanca, ventanilla digital, Smart Tablet y ATM Multifunción colaboran en estos objetivos:

- La videobanca es una tecnología sencilla que permite al canal de autoservicio evolucionar hacia la asistencia y facilita a los clientes tener acceso a un cajero las 24 horas, los siete días de la semana, incluso fuera del horario de apertura de la sucursal. A la banca le permite ampliar la gama de servicios accesibles en ATM y ASD (ASD – Assisted Self-service device o ASST – Assisted Self-service Terminal),

así como ofrecer un nuevo y completo método de soporte y asistencia que se traduce en educación y fidelidad del cliente.

- La solución de ventanilla digital permite el acceso 24/7 y la asistencia audiovisual remota en la sucursal, implementada en un escritorio equipado para realizar todas las operaciones en modo autoservicio, a través de una sola aplicación que gestiona transacciones, videoconferencia, firma y venta de productos bancarios, onboarding y marketing personalizado.
- La Smart Tablet se convierte en una herramienta útil del personal de la sucursal para presentar las novedades de productos bancarios y ofrecer una experiencia de cliente a medida de sus usuarios.
- Los cajeros automáticos dentro y fuera de las sucursales, el ATM Multifunción, no solo servirán para retirar dinero en efectivo: los servicios ofrecidos serán “a medida del cliente”.

La tecnología al servicio de las nuevas sucursales es aquella que permite la integración de canales cruzados en dispositivos de autoservicio y autoservicio asistido, ofreciendo asimismo funciones innovadoras como las transacciones contactless, sin olvidarnos de servicios originalmente asignados a ventanilla, como el cambio de un cheque en efectivo o la retirada de un importe que supera el límite establecido para un usuario específico

Todo esto ayuda a acercarse a las cambiantes necesidades y hábitos sociales: por ejemplo, con dispositivos dentro de centros comerciales o estaciones de transporte, y aeropuertos, facilitando mediante estos terminales, un servicio de video banca que funcione 24/7, en un lugar accesible para el usuario y en el horario que mejor le convenga. Hasta llegar a la implantación del modelo de agrupación de cajeros para crear un nuevo nivel de optimización y eficiencia en la infraestructura de la red bancaria del país.