

Lunes, 17 de Octubre 2011 10:52

## Últimas noticias

De Feniks y Peverelli, autores de 'Reinventar los Servicios Financieros'

### “Los ejecutivos de las instituciones financieras, a través del auténtico liderazgo, pondrán al cliente en el centro del escenario”

*Susana de Pablos*

diarioabierto.es solicita a Reggy de Feniks y Roger Peverelli si pueden facilitar algunos consejos clave en la gestión de los recursos humanos de las entidades financieras, a fin de que éstas mejoren su relación con la clientela. Y contestan con claridad.

*Reinventar los Servicios Financieros* requiere un cambio cultural en las instituciones financieras. Para que la noción de confianza sea tangible, el concepto de centralidad del cliente necesita ser traducido a la práctica del día a día y el enfoque de los servicios debe tener prioridad sobre el *drive* del producto. Para lograrlo, se necesita contratar el talento que vive y respira los valores clave de la institución financiera. El uso constante y centrado de los valores clave relacionados con “poner el interés del cliente en el centro del escenario” puede ser rápido y fácil de implementar mientras se contrata el nuevo personal, pero también debería ser utilizado durante la preparación, evaluación y selección del personal existente. Por supuesto, el requisito previo es que los valores clave sean definidos.

Las futuras entidades financieras necesitan cultivar un interés sincero en los consumidores, lo que implica:

- Desarrollar la verdadera y profunda comprensión del consumidor (*customer insights*)
- Aprovechar las tendencias clave que hemos mencionado en nuestro libro: la autodirección, la generación Y, etc.
- Entender las nuevas tecnologías: medios sociales y los servicios móviles.
- Desarrollar el profundo conocimiento del cliente y a su vez implementarlo de una manera efectiva.

El comportamiento de las personas depende en gran medida de los incentivos. Por lo tanto, para cambiar realmente la cultura, las empresas necesitan hacer que el cliente sea la métrica más importante e implementar indicadores clave de rendimiento (KPIs) centrados en el cliente como, por ejemplo, la Puntuación Neta del Promotor (NPS), que indica si los clientes están dispuestos a recomendar la empresa a otras personas.

Al final, los ejecutivos de las instituciones financieras, a través del auténtico liderazgo, jugarán el papel principal al poner al cliente en el centro del escenario.

**Comparte:**

### 0 Comentarios

© 2011 Infornoticias S.L.