

Redes y canales

Las oficinas de Bankinter, centros cada vez más digitalizados.

Blog de Bankinter, 2,2 millones de visitas, un 34,1% más que el año anterior.

Notable mejora de resultados en la Red de Agentes.

Red de Oficinas

Seguimos creciendo

Bankinter cuenta al cierre de 2017 con 364 Oficinas Universales, 72 Centros de Empresas, 48 Centros de Banca Privada y 22 Centros de Gestión de Banca Corporativa.

En las Oficinas Universales se distribuye y gestiona el negocio de los clientes de los segmentos de Particulares, Banca Personal y Pymes; mientras que los Centros de Banca Privada realizan la labor de gestión y asesoramiento de los clientes de mayor patrimonio, que se incluyen en este segmento de Banca Privada.

Las empresas medianas se distribuyen en Centros de Empresas; y los clientes de Corporativa, en Centros de Gestión especializados.

La captación de clientes aumentó significativamente en 2017, y lo hizo de forma paralela al incremento de su satisfacción, como consecuencia del excelente servicio prestado en las oficinas y el apoyo de tutores a distancia.

Las oficinas de Bankinter son centros cada vez más digitalizados, donde la utilización de la firma a distancia o el empleo de herramientas de gestión avanzadas por parte de los gestores, son cada vez más habituales. El uso de estos nuevos sistemas y dispositivos otorga una mayor facilidad y rapidez a la operativa con los clientes, evitándoles innecesarios desplazamientos a la oficina para las gestiones más rutinarias, y a su vez, liberando de tiempo

a los gestores para poderlo dedicar a aquellas tareas que ofrecen un mayor valor añadido al cliente.

Asimismo, la plantilla de la Red de Oficinas ha realizado un esfuerzo formativo importante, de cara a poder cumplir con los requisitos de formación exigidos en el CAF y el CIF.

La ayuda de Internet

La labor de las oficinas se vio también beneficiada por el creciente uso de Internet entre los clientes, los cuales han mostrado su satisfacción con el lanzamiento de la nueva web transaccional del banco y con las mejoras que se han producido en su operativa a lo largo de 2017.

En ese ámbito, Bankinter cuenta con una ventaja tradicional frente al resto de entidades que operan en el mercado español, como es el alto porcentaje de digitalización de sus clientes, para quienes es habitual relacionarse con el banco por los diferentes canales que tienen a su disposición, especialmente por los canales digitales. Así, el 91% de los clientes operan y se relacionan con el banco indistintamente tanto a través de los canales digitales como de los presenciales, contabilizándose solo una minoría de apenas un 9% de clientes que

desean ser atendidos de forma exclusiva por estos canales más tradicionales.

El objetivo para 2018 es mantener la estructura de la Red de Oficinas en España y profundizar en la estrategia de convertir la oficina en un punto de venta cuyos profesionales están entre los más capacitados y mejor formados del sector, de cara a mejorar la experiencia del cliente.

Red de Agentes

Notable mejora de resultados

La Red de Agentes se ha consolidado como un modelo de negocio de referencia en el sector. Está compuesta por profesionales con oficina propia que se asocian con Bankinter para prestar servicios de banca privada. Ellos ponen sus conocimientos y sus clientes, mientras que el banco aporta su cartera de productos, su estructura y su marca. Los beneficios generados se comparten conforme a lo previsto en los correspondientes contratos mercantiles.

Al cierre de 2017, integraban la red 400 agentes, con una elevada cualificación y con un perfil enfocado a la gestión de altos patrimonios. Todos están plenamente capacitados para las funciones de asesoramiento que realizan y cuentan con la formación exigida por la directiva MiFID II, que refuerza la protección de los clientes en la operativa financiera.

El balance de la Red sumaba 11.801 millones de euros a 31 de diciembre, lo que significa que prácticamente se ha triplicado en los seis últimos años. La media de balance gestionado por agente se situaba en 29 millones, frente a los 21 millones de la misma fecha de 2016, con una subida cercana al 40% en tan solo doce meses.

Nuevos clientes

La actividad comercial y la captación de nuevos profesionales (34 en 2017) propiciaron la llegada a Bankinter en 2017 de 1.241 nuevos clientes de Banca Privada a través de la Red de Agentes, un 26% del total, con el consiguiente impacto en el volumen de negocio y en los ingresos por comisiones.

La Red aportó el pasado ejercicio 41,4 millones de euros al margen bruto del banco y 21 millones al beneficio antes de impuestos, con un incremento respecto a 2016 del 14% y del 38%, respectivamente. Hace solo tres años, en 2015, esta actividad obtuvo un BAI de 10,7 millones; es decir, poco más de la mitad que en 2017.

En paralelo con esta mejora de los resultados, en 2017 se han acometido dos grandes retos: la construcción de una base de datos de formación y la adaptación de los contratos de todos los agentes a la nueva normativa, al Reglamento Interno de Conducta y a un Código Ético propio de la Red.

Para 2018 está previsto continuar con la adaptación al MiFID II, perfeccionar el entorno de control, avanzar en la digitalización, mantener el ritmo de captación de nuevos agentes y elevar la aportación al beneficio del banco.

	2017	2016	% Dif.
Clientes activos (nº de clientes)	37.368	36.053	3,6%
Recursos Totales (en mill. de €)	7.541	5.999	26%
Recursos Típicos (en mill. de €)	1.912	1.872	2%
Inversión (en mill. de €)	1.463	1.491	-2%



Banca Partnet

25 años marcando la diferencia

Banca Partnet es una red basada en acuerdos de colaboración con grandes empresas para desarrollar con ellas productos y servicios financieros a medida. El proyecto permite crear oficinas bancarias virtuales, es decir, sin sede física, dentro de la propia empresa. El banco aporta la tecnología y el conocimiento, mientras que la empresa promueve sus servicios entre empleados, clientes y proveedores. Los beneficios de la cuenta de resultados común se distribuyen entre ambas partes.

Este innovador modelo de negocio, que es prácticamente único en el mercado, cumple 25 años en 2018.

Durante el ejercicio de 2017 Banca Partnet avanzó en el cumplimiento de su nuevo plan estratégico, cuyos objetivos son hacer más eficiente la red de socios, ofrecer un mejor servicio al cliente y aumentar la contribución al beneficio de la entidad. Los resultados de 2017, primer año del plan, fueron los siguientes:

- Aumentó casi un 60% la captación de clientes, invirtiéndose la tendencia de anteriores ejercicios.
- Se cumplieron holgadamente los objetivos fijados en beneficios, base de clientes y resto de indicadores del plan de negocio.
- Se ajustó la capilaridad de la propia Red para adaptarla a las nuevas líneas estratégicas.

- Se realizó un notable esfuerzo inversor para actualizar los desarrollos tecnológicos, con especial atención a mejorar la información al cliente final.

Proyectos de consolidación

Los proyectos para 2018 pasan por reforzar la captación de clientes, completar la transformación de los recursos tecnológicos y abrir oficinas nuevas en los sectores considerados estratégicos (consultoría, auditoría y grandes despachos, empresas tecnológicas y cooperativas farmacéuticas), concentrando los acuerdos en las compañías con mayor potencial. Se trata, en definitiva, de consolidar las iniciativas puestas en marcha durante 2017 y avanzar hacia un modelo de negocio cada vez más rentable. Además, la entidad se propone lanzar la primera oficina de Banca Partnet en Portugal, en colaboración con Accenture, primer socio del banco.

Red a Distancia

Calidad de servicio

Bankinter dispone de una importante red de atención a distancia, centrada en gestionar, atender y asesorar a aquellos clientes que han iniciado su relación con el banco a través de la web y de Banca Telefónica. De esta forma, a través de Red a Distancia, se les permite realizar gestiones sin necesidad de desplazarse a las oficinas además de tener la posibilidad de recibir atención personalizada por distintos canales: teléfono, correo electrónico o desde la propia web, en un amplio horario de atención.

La plataforma de la Red ha ido evolucionando y perfeccionándose con el fin de mejorar la calidad del servicio. A partir de ese objetivo imprescindible, el siguiente paso es orientar su actividad a la consecución de resultados comerciales, tanto a través de la Banca Telefónica como de los tutores a distancia, que son profesionales que gestionan clientes de las distintas redes y segmentos del banco, ofreciéndoles productos y servicios adecuados a su perfil.

Tutela de Banca Personal

En ese marco de objetivos, en 2017 la Red a Distancia trabajó en la mejora de los procedimientos de tutela de Banca Personal para facilitar al cliente trámites como la domiciliación de nómina o el cambio de recibos y adaptar las pautas de la entidad a su ciclo de vida. Otras áreas que recibieron un tratamiento específico fueron la retención de seguros de empresas o el seguimiento de

proveedores de clientes en China e India por parte del equipo de especialistas de Negocio Internacional.

Además, se profundizó en la comunicación con aquellas personas que hacen simulaciones en la web sobre préstamos hipotecarios o personales y se habilitaron más recursos para atender al cliente a través de las redes sociales.

El objetivo fundamental para 2018 es poner énfasis en el proceso de hacer más eficiente la plataforma telefónica, que es el canal principal de la Red a Distancia, con el fin de aumentar la aportación al beneficio. Además, la entidad se propone desarrollar un proyecto, ya esbozado en 2017, para la creación de un centro de atención a franquiciados de empresas clientes. La iniciativa permite dar servicio y apoyo en temas como el alta de cliente, la financiación, la instalación de terminales de punto de venta, etc.

Redes Sociales

Un generador de negocio más

Las redes sociales han pasado de ser una novedad en cualquier empresa a convertirse en un departamento de ayuda, dinamización y generación de negocio en las compañías más avanzadas y con las ideas más claras.

En Bankinter, esta evolución se materializó hace ya tiempo y su presencia en redes sociales ayuda de manera recurrente y transversal a diferentes áreas y departamentos, como Comunicación, CRM, Banca de Empresas, Marketing y Atención al Cliente, entre otras.

La responsabilidad principal del departamento de Redes Sociales es ser el garante de la comunicación digital del banco. Sin embargo, el carácter multidisciplinar de su equipo le permite investigar e involucrarse en multitud de proyectos adicionales en los que el negocio figura siempre como el eje de la actividad.

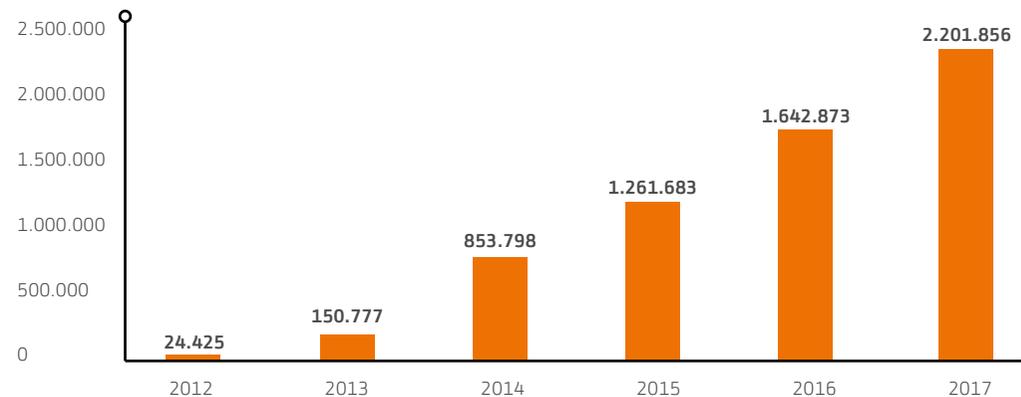
Dentro de su labor principal de cuidar e impulsar la buena imagen y reputación del banco, Bankinter cerró 2017, por quinto año consecutivo, como el mejor banco español en este canal, con un 74,4% de menciones positivas. Este porcentaje no fue superado por ningún otro, según mediciones independientes realizadas por la compañía Acceso.

Blog de Bankinter

A ello contribuyó de forma determinante la gran apuesta de Bankinter por los contenidos digitales propios, como palanca de ayuda a clientes y potenciales y para aumentar la presencia positiva de la entidad en redes sociales.

La gran mayoría de esos contenidos se distribuyen a través del Blog de Bankinter, un espacio digital que informa sobre inversión, viviendas, finanzas y fiscalidad de manera habitual. En 2017 alcanzó la cifra de 2,2 millones de visitas, un 34,1% más que el año anterior, según los datos de Google Analytics.

Evolución anual de la audiencia del Blog de Bankinter (visitas)



Más de la mitad de ellas (el 53,0%) procedían de los motores de búsqueda, frente al 32,7% de 2016, lo que refleja su creciente peso en el posicionamiento SEO de la entidad. El blog permite, además, la segmentación de la audiencia en función de sus intereses de lectura, dato clave para actividades como el CRM o el marketing digital.

Desde 2017, el departamento de Redes Sociales tiene la responsabilidad editorial de todos los contenidos digitales que se realizan en el banco. Entre ellos, el Blog de Coinc (la plataforma de ahorro de Bankinter) y el Magazine de Popcoin (la nueva plataforma de gestión de fondos de inversión).

El departamento también participa en tareas más estratégicas. Es el caso de la ampliación de los planes de venta a través de redes sociales (social selling) en Banca de Empresas y otras áreas o la formación de empleados y departamentos con vistas a optimizar las cifras de negocio. Asimismo, interviene en el desarrollo de un programa digital de promoción de la marca y comunicación de las acciones del banco mediante los perfiles sociales de los empleados.

A 31 de diciembre, Bankinter se convirtió en el quinto banco español que superaba los 100.000 fans en Facebook y líder en Twitter, con 57.597 seguidores.

Facebook

>100.000
fans

Líderes en Twitter

57.597
seguidores

