

Gacetilla – Entorno digital de bancos de Argentina y el mundo



El avance tecnológico de los últimos años, ayudado por las nuevas generaciones, que asumen que todo puede realizarse por Internet independientemente del dispositivo utilizado (multipantalla), nos van llevando hacia una sociedad cada vez más conectada.

Esta nueva sociedad interconectada espera que todas las compañías respondan en igual forma desde el mundo digital, haciendo que la vara de comparación entre ellas sea cada vez más alta.

Los bancos locales muestran una tendencia de acompañamiento en la realidad digital del país, aunque aún existe una cierta brecha con los del exterior destacados en esta temática. El promedio local este año se mantiene frente a 2016 y se ubica en 66 puntos sobre 100 frente a los 78 de los comparables.

Año a año se vienen dando cambios en el ranking y este año no es la excepción. Hay que destacar al Banco Ciudad que se mantiene primero como el año anterior, muy cerca ICBC segundo, Galicia tercero, Francés cuarto y Santander Río quinto.

A la hora de analizar las distintas etapas lo más destacado fue:

Proceso de decisión digital

En cuanto al primer punto analizado, **proceso de decisión**, las diferencias con los destacados son exiguas. Las falencias más marcadas se encuentran en:

- contar con *imágenes en los menús para que el usuario navegue más rápido*,
- *diseños Responsive*,
- *lentitud de carga del sitio desktop*,
- posibilidad de que los *clientes opinen sobre los productos y servicios del banco*.

Contratación y transacciones disponibles online

En la misma línea que años anteriores, las mayores falencias en este análisis se encuentran en los parámetros evaluados en la **contratación y transacciones**: se nota en la falta de:

- *Simuladores y comparadores de producto*
- *Seleccionadores que permitan al posible cliente llegar al producto indicado en base a preguntas*



A nivel **Mobile** los bancos locales han comprendido el desarrollo y aidez de los clientes en su uso. Han mejorado su operatoria y transacciones disponibles. Aunque aún quedan algunos puntos importantes por abordar como son: *mejorar la velocidad de carga del sitio web móvil, permitir la operatoria desde el sitio web móvil, la capacitación en seguridad y las demos de uso.*

Seguridad: si bien se observa una mejoría en cuanto a capacitación y ayuda a que el usuario se concientice en lo relativo a la seguridad al operar online, también son importantes otros puntos que aún quedan por desarrollar, entre ellos: ***imágenes claramente visibles de seguridad al operar, la obtención de la password desde Internet, los certificados claramente visibles y validables y las garantías de reintegro por operaciones fraudulentas (adoptada por Banco Ciudad).***

Posventa online

En lo que respecta a **posventa**, los bancos locales promedian la misma puntuación que los comparables. Puede verse que aún no se desarrolla el hecho de poder hacer reclamos y el seguimiento de los mismos, como así también el feedback sobre productos y sitio Web, como bien se ve en el exterior.

Comunidad 2.0

Este año la totalidad de los bancos relevados cuenta al menos con una **herramienta 2.0** en uso, marcando un crecimiento frente a años anteriores. La mayoría se centra en Facebook y Twitter, principalmente para mostrar promociones o beneficios del banco; desaprovechando otras herramientas que permiten capacitar al cliente sobre temas financieros o de producto, perdiendo la oportunidad de generar una comunidad online.

Artículos publicados sobre este tema:

[Los bancos de Argentina siguen de cerca la realidad digital del país](#)

[Los bancos de Argentina en busca del cliente móvil](#)

[La etapa de buscar y aprender requiere mejoras de los bancos de Argentina](#)

[La educación en seguridad en Mobile Banking un punto a desarrollar localmente](#)



Ficha técnica

Benchmarking de sitios web y entorno digital de Bancos de Argentina y el mundo – 9na Edición

Relevamiento: mayo – junio 2017.

Se analizaron 12 bancos a nivel local – que constituyen el 80% de los depósitos de Argentina- y 10 internacionales de los más destacados.

El informe de “Benchmarking de sitios webs y entorno digital bancario de Argentina y el mundo” tuvo como objetivos evaluar:

- **La información brindada a los usuarios en su etapa de búsqueda y toma de decisión para la contratación de los productos o servicios.**
- **Las transacciones disponibles publicadas, ya sea desde Internet, dispositivo móvil o Tablets.**
- **La atención luego de realizada la contratación y las funcionalidades existentes.**
- **La interacción por parte del usuario con la entidad y con sus pares desde herramientas 2.0.**
- **La usabilidad y funcionalidad del sitio.**
- **Ideas novedosas y procesos de negocio destacados.**

Responsables: *Mg. Pablo Tedesco – Director – ptedesco@tbiunit.com*, *Isidro Lanusse – Consultor – ilanusee@tbiunit.com*

TBI Unit es una consultora dedicada a la estrategia de negocios y la inteligencia competitiva a nivel internacional. Su conocimiento y experiencia permite brindar a los clientes la información justa en el momento oportuno para una mejor toma de decisiones.

+5411-47768529.
info@tbiunit.com
www.tbiunit.com

Visite nuestro blog de análisis -
[TBI News](#)