

CANALES QUE NOS ACERCAN



SUBAGENTES



WHATSAPP



**ATENCIÓN
AL CLIENTE**

Innovando con cercanía

Buenas noticias

Gente con Corazón

INNOVANDO CON CERCANÍA



Beatriz Mazutiel **Directora de
Tecnología y Operaciones**

Puede sonar contradictorio que, en tiempos de distanciamiento social, teletrabajo y contingencia sanitaria; que imponen una separación necesaria de las personas, hablemos de cercanía. Sin embargo, las nuevas tecnologías disponibles y el modelo de negocios de BANFONDESA, haciendo realidad su lema de ser un banco ágil, cercano y amigable; ha permitido la continuidad de los servicios y ha impulsado una reacción rápida a las nuevas realidades, siempre con el cliente en mente, buscando asistirlo en estos momentos inesperados de necesidad y ajustes.

Es por ello que hemos adaptado todos nuestros procesos internos y de cara a los clientes, para que, dentro de las restricciones establecidas, no sólo se pueda mantener la continuidad de los servicios, sino que se fortalezca e impulse la estrategia de innovación y transformación digital definida por el banco.

Tenemos una visión centrada en nuestros clientes y relacionados, donde nos planteamos tres asuntos básicos:

¿Qué necesitan nuestros clientes?

¿Qué les ofrecemos?

¿Cómo se lo entregamos?

Con la finalidad de dar respuesta a estas interrogantes y definir las acciones más adecuadas para ofrecer a nuestros clientes y relacionados una experiencia única, centrada en la satisfacción de sus necesidades y las de sus familias, y basada en nuestros valores; BANFONDESA diseñó y está ejecutando un plan de innovación que estableció tres grandes líneas de acción:

Segmentación:

Identificar las necesidades y características particulares de los clientes.

Transformación digital:

Desarrollar una oferta de valor diferenciada y optimizando los procesos internos de atención y respuesta.

Canales:

Fortalecer y desarrollar medios para llegar a nuestros clientes,

BUENAS NOTICIAS



Hemos reducido el interés de los préstamos para colaboradores hasta un 12% para préstamos de consumo y un 10% para adquirir tu vehículo, y si quieres financiar un vehículo eléctrico, se aplica un descuento de 2 puntos sobre la tasa establecida.

Nuevos seguros para colaboradores

Desde el 1 de marzo de 2020, BANFONDESA agregó a su portafolio de beneficios para todos sus colaboradores pólizas de seguros de vida, últimos gastos y enfermedades catastróficas, cubierto al 100% por el banco.



Compras responsables



Saiurys Bonnet
@unavainverde
• Invitada especial •



Sugeiry Díaz
@banfondesa
• Anfitriona •

¿Cómo ahorrar los chelitos siendo sostenible?

Durante el mes de octubre conmemoramos el el Día Mundial del Ahorro con una jornada de aprendizaje colectivo a través de nuestra cuenta de Instagram, donde conversamos sobre las R's, compras responsables y reutilización de residuos. ¡Conoce más en nuestras redes sociale!

BUENAS NOTICIAS



BANFONDESA recibe certificación de transparencia de REDCAMIF

La Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas (REDCAMIF) otorgó la calificación (A) en la certificación de transparencia 2019 al Banco de Ahorro y Crédito FONDESA, S.A. (BANFONDESA).

Esta certificación reconoce el aporte a la transparencia de BANFONDESA en el sector de las microfinanzas en República Dominicana, destacando sus buenas prácticas y políticas para poner a la disposición de la sociedad y las entidades regulatorias las informaciones resultantes de sus operaciones.

“

Esta distinción representa un compromiso de seguir brindando productos y servicios financieros que tengan un enfoque de calidad en los procesos, desde su concepción hasta la entrega final, y una responsabilidad con los valores éticos que rigen a BANFONDESA, expresó Cristian Reyna.

Gente

QUE NOS ACERCA



Entrevista

Departamento de Canales Alternos

¿Cuáles son las principales responsabilidades de la departamento de Canales Alternos?

Una de las principales responsabilidades es diseñar, planificar, monitorear e incentivar el uso de los canales electrónicos o digitales, medios de pago y las funciones de colocación y crecimiento de los mismos. También tiene a su cargo el Centro de Contacto, área de sumo valor para la organización, ya que somos la voz del banco. A través de esta área, atendemos las consultas, dudas y solicitudes efectuadas por nuestros clientes y usuarios vía telefónica o a través de nuestro servicio de WhatsApp . Además, llevamos acabo la gestión de llamadas salientes que conforman la gestión de remesas y la ejecución de campañas y encuestas requeridas por las distintas áreas del banco.

¿Cuál es el principal objetivo de este departamento?

Apoyar en el desarrollo de la transformación digital del banco, visualizar y crear nuevos productos o canales que aporten al posicionamiento del banco en el mercado, a las necesidades de nuestros clientes y a garantizar la funcionalidad y calidad de servicios de los canales y productos a nuestro cargo.

Proyectos en proceso

- ❖ BANFONDESA en Línea y BANFONDESA Móvil
- ❖ Subagentes bancarios multibanco
- ❖ Tarjeta de débito BANFONDESA
- ❖ Adecuación del centro de contacto y diseño de un sistema de atención automatizado (IVR)

En la foto (derecha a izquierda)

Yarismar Cruz, operadora de Contact Center.
Noreida Criscito , gerente de Canales Alternos.
Ivonne Blanco , coordinadora de Contact Center.

Gente

QUE NOS ACERCA



En la foto:

Edith Fernández, operadora de Contact Center.
Edgar Peralta, Encargado de Canales Virtuales.
Lilliam Rodríguez, operadora de Contact Center.

¿Cuáles son los proyectos a corto y largo plazo?

Proyecto Contactless: Es un proyecto regulatorio de la franquicia Visa para todos los bancos emisores de tarjetas, en este sentido, BANFONDESA debe certificar su BIN como contactless, lo cual ofrecerá a nuestros clientes una tecnología de pago segura con transacciones más rápidas al momento de efectuar sus pagos en los comercios.

¿Qué espera el departamento de Canales Alternos de los colaboradores que trabajan de cara al cliente externo ?

Que seamos un único equipo, cohesionados, enamorados de lo que hacemos cada día, con sentido de pertenencia y con la visión de que los canales son una palanca para el logro de los objetivos del banco.



GENTE CON



Juan Rosario Administrador de Cartera Digital

Estoy trabajando como administrador de Cartera Digital desde mayo de 2020. En este tiempo he podido compartir con todos los colaboradores del área de Negocios y el departamento de Cobros del banco, sobre el uso del novedoso aplicativo móvil CD. Gracias a esta experiencia puedo afirmar que el banco está dando pasos agigantados en la digitalización e implementación de nuevas tecnologías en sus procesos, para el desempeño eficiente de sus colaboradores.

Con CD hemos logrado que nuestros oficiales de Negocios tengan información actualizada y a tiempo completo, tanto de sus clientes como de los garantes, también que mantengan la ubicación de los clientes en sus dispositivos, a fin de llegar sin dificultad a sus hogares. En el área administrativa tenemos una amplia reportería que permite dar seguimiento y apoyo a las actividades que realiza cada oficial de Negocios, con esta reportería la institución se sirve de datos estadísticos que permiten diseñar estrategias y tomar decisiones para beneficio de nuestros clientes.

Les comento que todas estas informaciones la compartimos por diferentes medios de comunicación como son WhatsApp, Teams y correo electrónico. Todos medios digitales que el banco ha puesto en las manos de todos sus colaboradores y que nos han permitido llegar a nuestra familia de colaboradores, seguir adelante a pesar de la pandemia, .

CORAZÓN



Luz Peña
Oficial de Negocios- Licey

Los clientes son una fuente de información, por esa razón cuando ellos reciben un buen servicio se convierten en un aliado incondicional de la empresa.

Mientras el mundo se volvía loco con la pandemia, asumiendo que las economías de los países se desplomarían y que ya no podríamos dar un buen servicio a los clientes, yo estaba tranquila dándole gracias a Dios por tener WhatsApp, ya que esta aplicación nos da una facilidad de comunicación nunca vista a lo largo de la historia.

WhatsApp nos ofrece una comunicación instantánea y económica, proporcionando un contacto continuo que permite enviar mensajes de forma efectiva, es decir, sin que el mensaje sufra una pérdida de contenido, esto es lo que más me gusta, y en estos momentos estoy utilizando la aplicación como la herramienta principal de trabajo, y por la misma envío todas las informaciones a mis clientes.



Emilly Hiraldo

Analista de Soporte al Usuario

El WhatsApp ha sido una herramienta que además de útil, nos ha servido para estar más cerca, atendiendo de manera íntegra las necesidades de cada uno de los usuarios, y en cierto punto, mucho más cercanos y hábiles, ya que tenemos la oportunidad de interactuar fluidamente, lo que hace que comprendamos mejor las necesidades y solicitudes, y ofrecer soluciones mucho más precisas y objetivas.

La comunicación constante garantiza los mejores resultados. ¡Y qué mejor forma de ser "ágil y amigable" .



Participa geolocalizando como mínimo el 95% de los clientes de la cartera activa de tu sucursal.

CONOCE LAS BASES DEL CONCURSO EN LA INTRANET

Válido del 5 de noviembre de 2020 hasta el 14 de enero de 2021

