

Índice

Bancos. Ámalos u odíalos Ipmark - 01/06/2020	4
«Trabajamos para que la gente destine el menor tiempo posible a gestionar su dinero», P. Comesaña (EVO Banco) @ MARKETING DIRECTO - 19/05/2020	6
La banca online y los préstamos preconcedidos, claves para despertar emociones positivas en los clientes @ FUTUROAFONDO.COM - 10/05/2020	7
Unicaja, uno de los bancos del país que más rechazo genera entre sus propios clientes Diario de León - 10/05/2020	8
Unicaja, uno de los bancos del país que más rechazo genera entre sus propios clientes @ DIARIO DE LEÓN - 10/05/2020	9
La pandemia dispara el uso del teléfono móvil en la operativa bancaria @ MSN ESPAÑA - 09/05/2020	10
La pandemia dispara el uso del teléfono móvil en la operativa bancaria @ EXPANSIÓN - 08/05/2020	11
ING, Triodos y Bankinter, los más vinculados emocionalmente con sus clientes @ NOTICIAS BANCARIAS - 07/05/2020	12
Las recomendaciones de los clientes fans son el motor de vinculación emocional del sector bancario @ MARKETING DIRECTO - 07/05/2020	13
ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes @ CAPITALMADRID - 07/05/2020	14
Liberbank, Ibercaja, Unicaja y Santander, los bancos que peores emociones despiertan en sus clientes @ 65YMAS.COM - 07/05/2020	15
ING, Triodos y Bankinter, las entidades con mayor vinculación emocional Cinco Días - 07/05/2020	16
ING y Triodos, las marcas más emocionales Expansión - 07/05/2020	17
Estancamiento emocional y competencia más feroz en el sector de la banca @ DIARIO IPMARK - 06/05/2020	18
¿Por qué quiere u odia cada vez más a su banco? ING, Triodos y Bankinter, las entidades más emocionales @ EL PAIS - 06/05/2020	19
ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes @ Crónica de Cantabria - 06/05/2020	20
ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes @ MERCA2.ES - 06/05/2020	21
ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes @ EXPANSIÓN - 06/05/2020	22
ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes @ Norbolsa - 06/05/2020	23

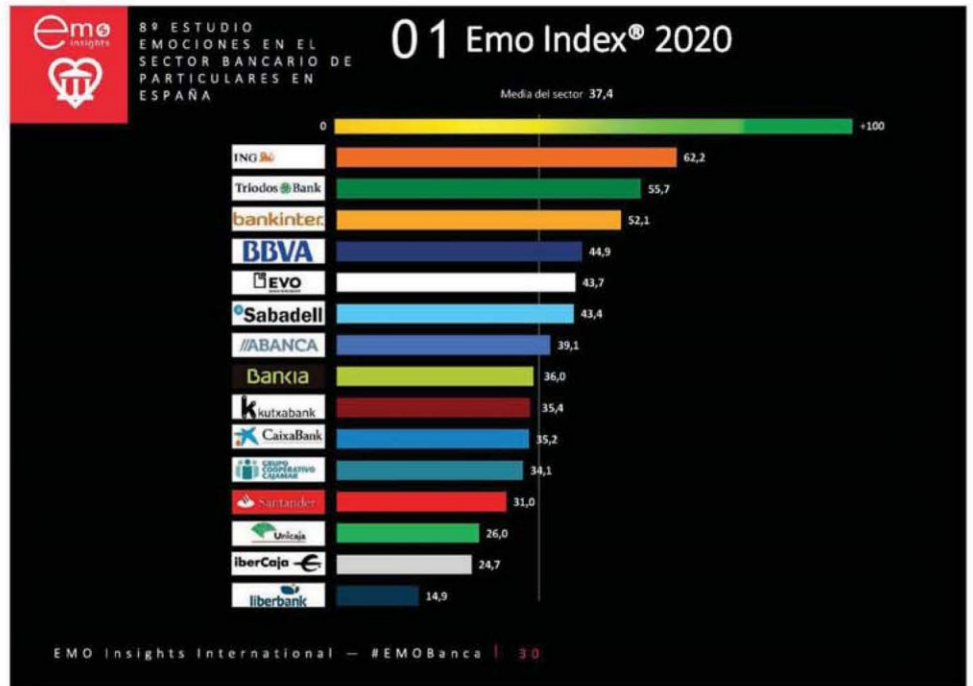
- ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes 24
@ EUROPA PRESS - 06/05/2020
- Economía.- ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes 25
@ BOLSAMANIA - 06/05/2020
- Economía.- ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes EMO INSIGHTS 26
@ EUROPA PRESS - 06/05/2020



ING, Triodos y Bankinter, entidades con mayor vinculación emocional

Bancos. Ámalos u ódialos

Las marcas del sector bancario viven un estancamiento emocional desde hace dos años. Este deterioro hace que se mantenga la indiferenciación y se recrudezca la competencia. Así puede concluirse de la octava oleada del 'Estudio emociones en el sector bancario de particulares en España' elaborado por EMO Insights International.



TEXTO REDACCIÓN IPMARK

El estudio muestra cómo se instala esa tendencia al estancamiento que se venía observando en los últimos años, con un indicador de 37,4 puntos, sólo cinco décimas más que en 2019.

Pero las emociones son claves en nuestra sociedad y también en las finanzas, como explicó la consejera delegada de EMO Insights, Elena Alfaro, durante la presentación del estudio: "Con las emociones tomamos decisiones. Éramos seres emocionales antes del coronavirus, lo estamos siendo y lo seremos después de esto; por eso cobra ahora mayor importancia la vinculación emocional de nuestros clientes".

Este impás se debe a una mayor polarización del sector. Por un lado han aumentado las emociones positivas, especialmente la confianza, un 4% respecto al año anterior, y el agradecimiento, un 5,2%. Esta mejora emocional está muy asociada a disparadores relacionados con el modelo de relación banco-cliente, como la innovación tecnológica y la humanización. Pero también las emociones negativas,

como la frustración, la irritación, o la inseguridad, se han acrecentado, por lo que se contrarresta el efecto positivo.

El fenómeno fans

Destaca el aumento de los denominados fans de un banco, que alcanzan su máximo histórico, pero también vemos crecer el número de 'opponents' que proliferan por primera vez en muchos años.

En este momento, los fans se posicionan como un elemento clave en el crecimiento orgánico de las entidades, y para conseguirlos es imprescindible que los bancos entiendan cómo generar emociones positivas intensas en las experiencias de sus clientes. "Los fans son el instrumento clave, ya que son los primeros en venir y son los últimos en marcharse" afirma Elena Alfaro.

De hecho, según el estudio, son los responsables del 50% de las recomendaciones reales en el último año, decisivas a la hora de elegir una u





otra entidad, lo que puede convertirlos en determinante en el contexto de la crisis del Covid-19.

ING, Triodos y Bankinter

ING, Triodos y Bankinter se mantienen a la cabeza de las entidades con mayor vinculación emocional con sus clientes, según recoge el estudio.

La puntuación que ha obtenido ING es de 62,2. Le siguen, en el TOP10, Triodos Bank (55,7), Bankinter (52,1), BBVA (44,9 puntos), Evo Banco (43,7), Sabadell (43,4), Abanca, (39,1), Bankia (36), Kutxabank (35,4 puntos), y CaixaBank (35,26).

“Se ha comprimido mucho la diferencia entre entidades, por lo que nos encontramos con que la competencia es cada vez más feroz” afirma Gonzalo Martín-Vivaldi.

Pero, además, en esta etapa de “estancamiento emocional” han destacado tres entidades por su positiva evolución, que han sido galardonadas con los IV Premios ‘*Emotional Friendly Banks*’ de EMO Insight: Kutxabank, con un incremento de 8,6 puntos; Sabadell, con 8,3 puntos más, y Evo Banco, con una mejora de 7,5 puntos.

Impacto del COVID-19

Los responsables del estudio también han analizado el posible impacto que puede tener el COVID-19 en el sector a corto plazo. Afirman que esta crisis afectará a la imagen, al modelo de relación y al valor de los fans.

Según explican, se prevé un aumento de la confianza y el agradecimiento hacia el sector como consecuencia de su papel como actividad esencial y la rápida reacción de muchas de las entidades en su comunicación. “Es una oportunidad para posicionarse como solución ante la crisis, no como un problema” afirman.

Y sin duda cambiará la relación banco-cliente ya que veremos menos presencia y dependencia de “efectivo” y una aceleración y consolidación forzosa de la banca digital.

Esto podría alimentar un aumento de “*opponents*” en entidades con clientes presenciales y el crecimiento de una brecha emocional en función de los conocimientos financieros de los mismos. “Sin duda es una oportunidad para aquellos bancos que hagan labor didáctica y tengan lenguaje accesible”, señalan desde la consultora. ■



«Trabajamos para que la gente destine el menor tiempo posible a gestionar su dinero», P. Comesaña (EVO Banco)

En línea con su estrategia "User Centric", EVO Banco da voz a sus potenciales clientes en esta entrevista en la que Paz Comesaña les responde en directo a sus dudas sobre la compañía y el sector de la banca.

Desde hace unos ...

La banca online y los préstamos preconcedidos, claves para despertar emociones positivas en los clientes

Los datos obtenidos muestran la tendencia al estancamiento en vinculación emocional, con un EMO Index® que ha alcanzado los 37,4 puntos, solo cinco décimas más que en 2019 ING mantiene el liderazgo en vinculación emocional con un EMO Index® de 62,...



► 10 Mayo, 2020



Manuel Azuaga, presidente de Unicaja Banco, durante una de sus visitas a León mientras negociaba la absorción de Banco Ceiss. DL

Unicaja, uno de los bancos del país que más rechazo genera entre sus propios clientes

◆ El cierre de oficinas y el incremento de comisiones crean frustración entre sus usuarios

DL | LEÓN
 ■ La banca inspira emociones, que pueden ser de afinidad y confianza pero también de frustración y rechazo. Una encuesta mide desde hace años lo que sienten los clientes respecto a las entidades con las que trabajan, y cómo las recomendaciones que hacen en este sentido pesan cada vez más a la hora de permanecer en un banco, o de que las personas cercanas acudan a él o lo abandonen.

Según los datos del último informe de esta encuesta, Unicaja Banco está a la cola de las entidades que operan en España en lo que a emociones positivas de sus clientes se refiere. La principal causa de que las entidades generen frustración en sus clientes es el cierre de oficinas, junto con la cercanía a las personas, la frecuencia de los cajeros y el cobro de comisiones. Es lo que más rechazo provoca y lo que 'invita' a abandonar un banco. Y en estos parámetros la caja malagueña parece que sufre especialmente el castigo de los usuarios.

También la concesión de préstamos es uno de los servicios que más vinculación genera, y ahí la entidad que preside Manuel Azuaga viene también patinando en los últimos meses, con una reducción de los créditos que concede tanto a pymes como a autónomos, y con garantía hipotecaria, según refleja su último informe trimestral de resultados.

Los autores del informe destacan que la actuación durante estos meses y el próximo será determinante para impulsar las emocio-

nes que los bancos generan en sus clientes: los que denominan «fans» son los más importantes, los últimos que se van y los que más recomiendan a la entidad. En el caso de Unicaja, pesan más los «oponentes».

Las emociones de alegría, irritabilidad o frustraciones es lo que lleva analizando desde hace ocho años el *Estudio emociones en el sector bancario de particulares en España* de EMO Insights International, tras en-

Estudio de emociones Establece un ranking de aprobación o rechazo de los clientes con los bancos, Unicaja está a la cola

cuestar a 3.257 clientes bancarios de 15 entidades financieras españolas. Unicaja Banco es la penúltima en afinidad con sus clientes, en una lista que encabezan ING, Triodos y Bankinter, que han vuelto a situarse como los bancos que despiertan mayor vinculación emocional en sus clientes.

La puntuación que ha obtenido ING en vinculación emocional de los clientes es de 62,2. En el 'top 10' se colocan Triodos Bank, con 55,7 puntos; Bankinter, con 52,1 puntos; BBVA, con 44,9 puntos; Evo Banco, con 43,7 puntos; Sabadell, con 43,4 puntos; Abanca, con 39,1 puntos; Bankia, con 36 puntos; Kutxabank, con 35,4

puntos, y CaixaBank, con 35,26 puntos. Cajamar ha obtenido 34,1 puntos, Santander 31 puntos, Unicaja 26 puntos e Ibercaja 24,7 puntos.

En 2019 destacan tres entidades por su positiva evolución, que han sido galardonadas con los IV Premios Emotional Friendly Banks de EMO Insight: Kutxabank, con un incremento de 8,6 puntos; Sabadell, con 8,3 puntos más, y Evo Banco, con una mejora de 7,5 puntos.

Los rechazos Cerrar oficinas, incrementar las comisiones y no estar cerca de los clientes son las actitudes que más castigan

Llama la atención que el estudio muestra una tendencia al estancamiento en vinculación emocional que se venía observando en los últimos años, con un indicador de 37,4 puntos, solo cinco décimas más que hace un año. También demuestra que la competencia es cada vez más feroz, a la vez que las entidades son cada vez más parecidas en sus estrategias.

FANS Y DETRACTORES

También destaca el aumento de los denominados 'fans' de un banco, que son los responsables del 50% de las recomendaciones reales en el último año, decisivas a la hora de elegir una u otra en-

tidad, lo que puede convertirlos en determinantes en el contexto de la crisis del Covid-19, según apunta EMO Insights. Los fans son los últimos que se van de una entidad, y los primeros que vuelven, según la consejera delegada de EMO Insights, Elena Alfaro.

El informe señala que en los meses de mayo y junio se producirá un importante movimiento en el sentimiento que los clientes tengan hacia sus bancos. De hecho todas las entidades han respondido a la situación de crisis de familias y empresas con campañas de comunicación. En el caso de Unicaja Banco sus decisiones han provocado un fuerte movimiento de rechazo en León, especialmente en las zonas rurales, que venía agudizándose con el proceso de ajuste de oficinas y personal que la entidad que preside Azuaga lleva a cabo desde la absorción de Banco Ceiss (el heredero de las antiguas cajas de León).

Los recortes de servicio llevados a cabo con motivo de la crisis del coronavirus han profundizado en este desarraigo, que ha dejado a parte de la provincia, precisamente la más envejecida y la que menos recursos tiene para acceder a la creciente digitalización del sector, a sufrir las mayores dificultades a la hora de acceder a sus ahorros y servicios.

Y es precisamente el cierre de oficinas el asunto que genera un mayor índice de frustración en los clientes, según destaca el informe.

Unicaja, uno de los bancos del país que más rechazo genera entre sus propios clientes

El cierre de oficinas y el incremento de comisiones crean frustración entre sus usuarios Manuel Azuaga, presidente de Unicaja Banco, durante una de sus visitas a León mientras negociaba la absorción de Banco Ceiss.

La banca inspira emociones...

La pandemia dispara el uso del teléfono móvil en la operativa bancaria

Sabadell, Evo e ING logran el mayor número de interacciones a través de este canal. La transición desde el modelo de banca tradicional de proximidad hacia una nueva operativa a distancia sustentada por los avances tecnológicos ya era una realidad ...

La pandemia dispara el uso del teléfono móvil en la operativa bancaria

Sabadell, Evo e ING logran el mayor número de interacciones a través de este canal.

La transición desde el modelo de banca tradicional de proximidad hacia una nueva operativa a distancia sustentada por los avances tecnológicos ya era una re...

ING, Triodos y Bankinter, los más vinculados emocionalmente con sus clientes

ING , Triodos y Bankinter se mantienen a la cabeza de las entidades que despiertan mayor vinculación emocional en sus clientes, de acuerdo con la información recogida en la octava oleada del 'Estudio emociones en el sector bancario de particulares...

Las recomendaciones de los clientes fans son el motor de vinculación emocional del sector bancario

Además de las recomendaciones, destaca el uso de la banca móvil, la aparición de los neobancos, y la mejora de las prestaciones como norma general como generadores de vínculo emocional entre las entidades y sus clientes

EMO ...

ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes

ING, Triodos y Bankinter se mantienen a la cabeza de las entidades que despiertan mayor vinculación emocional en sus clientes, según recoge la octava oleada del 'Estudio emociones en el sector bancario de particulares en España' de EMO Insights In...

Liberbank, Ibercaja, Unicaja y Santander, los bancos que peores emociones despiertan en sus clientes

La banca tropieza en su intento de lavar su imagen con la crisis del coronavirus

Controversia por el aplazamiento de hipotecas y préstamos que propone la banca

Los bancos también adelantan el pago de las pensiones...

Estudio de EMO Insights ING, Triodos y Bankinter, las entidades con mayor vinculación emocional

La recomendación de los clientes cobra más importancia con el Covid-19

Aumentan en España los fans de ciertos bancos

ÁNGELES GONZALO
 MADRID

La banca también inspira emociones, alegría, irritación y frustraciones. Eso es lo que lleva demostrando desde hace ocho años el *Estudio de emociones en el sector bancario de particulares en España*, de EMO Insights International, tras encuestar a 3.257 clientes bancarios de 15 entidades financieras españolas. ING, Triodos y Bankinter han vuelto a situarse como los bancos que despiertan mayor vinculación emocional en sus clientes, según recoge la octava oleada del estudio.

La puntuación que ha obtenido ING en vinculación emocional de los clientes es de 62,2. En el top 10 se colocan Triodos Bank, con 55,7 puntos; Bankinter, con

52,1 puntos; BBVA, con 44,9 puntos; Evo Banco, con 43,7 puntos; Sabadell, con 43,4 puntos; Abanca, con 39,1 puntos; Bankia, con 36 puntos; Kutxabank, con 35,4 puntos, y CaixaBank, con 35,26 puntos. Cajamar ha obtenido 34,1 puntos; Santander, 31 puntos; Unicaja, 26 puntos, e Ibercaja, 24,7 puntos.

En 2019 han destacado por su positiva evolución Kutxabank, con un incremento de 8,6 puntos; Sabadell, con 8,3 puntos más, y Evo, con mejora de 7,5 puntos.

Llama la atención en el estudio una tendencia al estancamiento en vinculación emocional que se venía observando en los últimos años, con un indicador de 37,4 puntos, solo cinco décimas más que hace un año. También demuestra que la competencia es cada vez más feroz, a la vez que las entidades son cada vez más parecidas en sus estrategias comerciales.

También destaca el aumento de los denominados fans de un banco, que son los responsables del 50% de las recomendaciones reales en el último año, decisivas a la hora de elegir una u otra entidad, lo que puede convertirlos en determinantes en el contexto de la crisis



Una sucursal de ING en Madrid. EFE

del Covid-19, según apunta EMO Insights. La consejera delegada de EMO Insights, Elena Alfaro, prevé que entre mayo y junio haya un aumento de la confianza y un agradecimiento en el sector como consecuencia de la rápida reacción de muchas entidades a nivel de comunicación. “Éramos seres emocionales antes del coronavirus, lo estamos siendo y lo seremos después de esto, por eso cobra ahora mayor importancia el valor

de los fans, porque son el instrumento clave, ya que defienden, captan clientes vía recomendación y son los últimos en marcharse”, ha explicado.

El informe también puntúa el grado de frustración de los clientes, que en este caso se debe al cierre de oficinas. El funcionamiento de los cajeros automáticos, su cercanía y sus comisiones también es uno de los criterios que puntúa más negativamente.



ING y Triodos, las marcas más emocionales

ESTUDIO EMO INSIGHTS

ING, Triodos y Bankinter son los bancos que despiertan mayor vinculación emocional entre sus clientes, según recoge la octava oleada del estudio anual de EMO Insights International. Según el informe, las recomendaciones han ganado importancia respecto a antes del confinamiento.

Estancamiento emocional y competencia más feroz en el sector de la banca

Desde hace dos años el sector bancario está estancado emocionalmente. Este deterioro emocional de algunos bancos hace que se mantenga la indiferenciación y se recrudezca el panorama competitivo del sector. Esta es una de las principales conclusiones...

¿Por qué quiere u odia cada vez más a su banco? ING, Triodos y Bankinter, las entidades más emocionales

Las recomendaciones de los clientes sobre un banco cobran mayor importancia con el Covid-19 La banca también inspira emociones, alegría, irritabilidad, y frustraciones. Eso es lo que lleva demostrando desde hace ocho años el 'Estudio emociones en...

ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes

Las recomendaciones cobran especial importancia en el contexto del coronavirus ING, Triodos y Bankinter se mantienen a la cabeza de las entidades que despiertan mayor vinculación emocional en sus clientes, según recoge la octava oleada del Estudio...

ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes

ING, Triodos y Bankinter se mantienen a la cabeza de las entidades que despiertan mayor vinculación emocional en sus clientes, según recoge la octava oleada del 'Estudio emociones en el sector bancario de particulares en España' de EMO Insights In...

ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes

Las recomendaciones cobran especial importancia en el contexto del coronavirus MADRID, 6 (EUROPA PRESS) ING, Triodos y Bankinter se mantienen a la cabeza de las entidades que despiertan mayor vinculación emocional en sus clientes, según recoge ...

ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes

Norbolsa - Inicio Aviso de cookies Le informamos que utilizamos cookies propias para ofrecer nuestros servicios, puede cambiar la configuración u obtener más información sobre nuestra política de cookies aquí y debe acep...

ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes

Las recomendaciones cobran especial importancia en el contexto del coronavirus

MADRID, 6 May. (EUROPA PRESS) -

ING, Triodos y Bankinter se mantienen a la cabeza de las entidades que despiertan mayor vinculación emocional en ...

Economía.- ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes

Las recomendaciones cobran especial importancia en el contexto del coronavirus

MADRID, 6 (EUROPA PRESS)

ING, Triodos y Bankinter se mantienen a la cabeza de las entidades que despiertan mayor vinculación emocional en sus clie...

Economía.- ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes EMO INSIGHTS

Noticia Asociada Economía.- ING, Triodos y Bankinter se mantienen como entidades con mayor vinculación emocional de sus clientes

Contenido: ING, Triodos y Bankinter se mantienen a la cabeza de las entidades que despiertan mayor vinculación ...