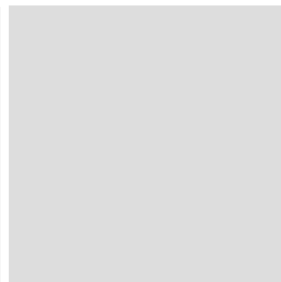




Innovación en Banca



Socinfo

14 de Octubre 2008

A low-angle photograph of a modern skyscraper with a glass facade, showing a grid of windows and structural elements. The building is slightly tilted, and the sky is visible in the background.

Innovación en banca

Innovación: Negocio y Tecnología

La importancia del Gobierno



Flexibilidad de negocio

Eficiencia



Valor para los Clientes



Nuevos dispositivos



Procesos Internos

Nuevos Servicios

(e-factura)
Firma electrónica
SEPA

Mundos virtuales





Flexibilidad de negocio

Eficiencia



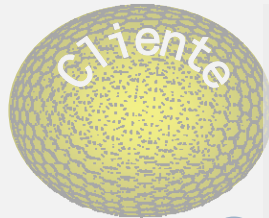
Nuevos dispositivos



Modelo de
Gobierno



Valor para los Clientes



Procesos Internos

Nuevos Servicios

¿Qué nos piden nuestros usuarios?



"Queremos comercializar los fondos de un nueva gestora"

"Queremos bajar los coste de desarrollo"

"Necesitamos conocer qué hacen nuestros clientes por todos los canales"

"Queremos optimizar nuestro proceso hipotecario para seguir siendo los más eficientes"

"Quiero que mañana el nuevo producto esté en todos los canales"

"Quiero lanzar un nuevo producto al mercado mañana"

"Necesitamos resolver las incidencias de forma rápida"





Requerimientos

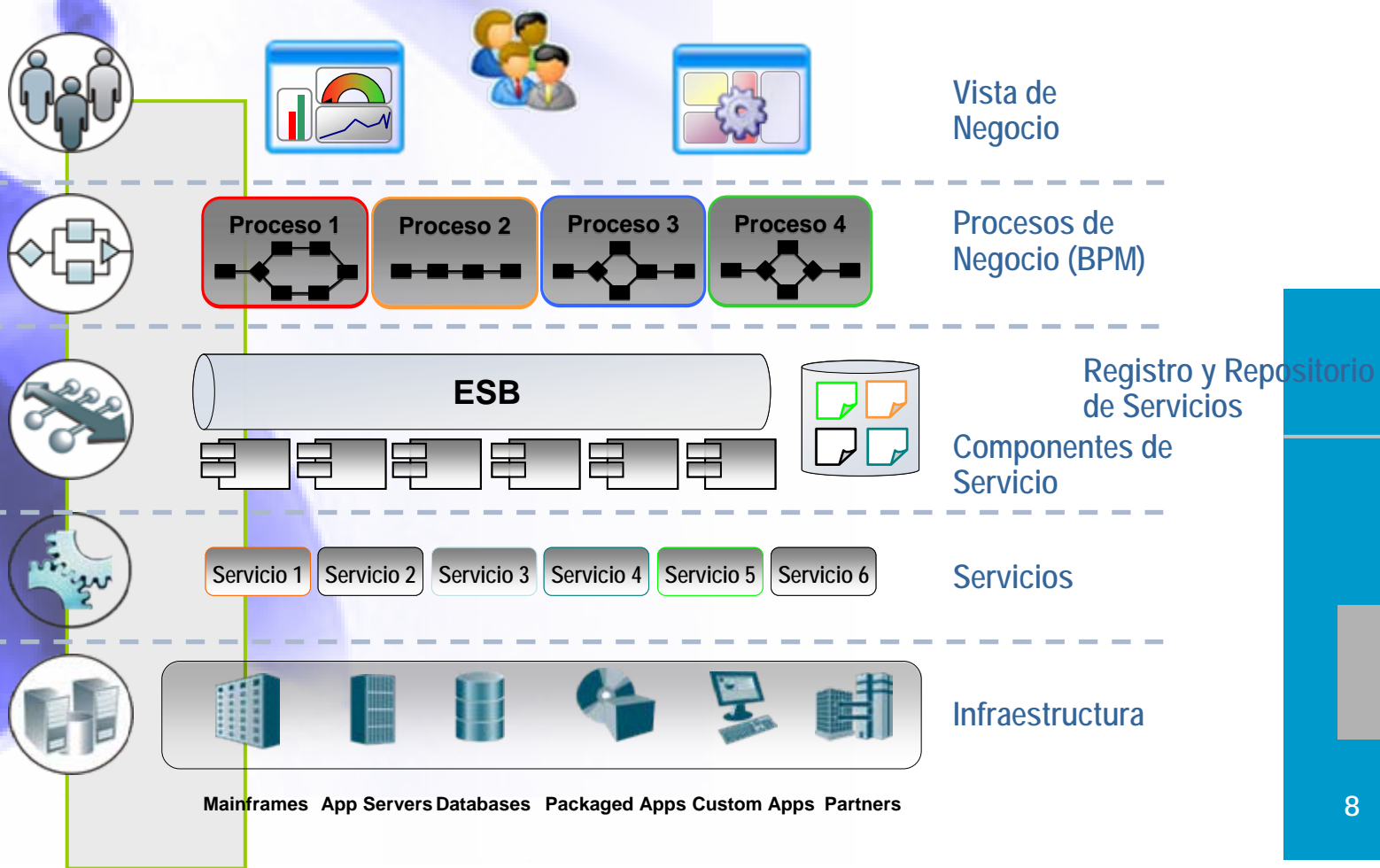


- Menores tiempos de lanzamiento de productos
- Productos más complejos o multiproductos
- Facilidad para implantar los sistemas en nuevas entidades
- Flexibilidad para adaptarse a nuevas condiciones de negocio





Construir un Core bancario con los conceptos de la nueva arquitectura





Title: Understanding customer relationship management (CRM): People, process and technology

Author(s): Injazz J. Chen, Karen Popovich
Journal: Business Process Management Journal
Year: 2003 **Volume:** 9 **Issue:** 5 **Page:** 672 - 688
DOI: 10.1108/14637150310496756
Publisher: MCB UP Ltd

Abstract: Customer relationship management (CRM) is a combination of people, processes and technology that seeks to improve the relationship with customers. It is an integral part of customer retention strategy. Advances in information technology have led to the implementation of customer-centric processes. Rewards in customer relationship management implementation is to understand that CRM is a focused business process technology, viewing CRM as a successful business strategy.

Fujitsu and Society For Our Customers
“Customer-centric” Management
We take a customer-centric approach to management in order to become an invaluable partner to our customers.

NAME: DAVID RAAB
David Raab is President of Client X Client, a technology and consulting firm that helps companies understand and improve how they treat their customers. He writes monthly columns for DM News and DM Review and speaks frequently at industry events.
[View my complete profile](#)

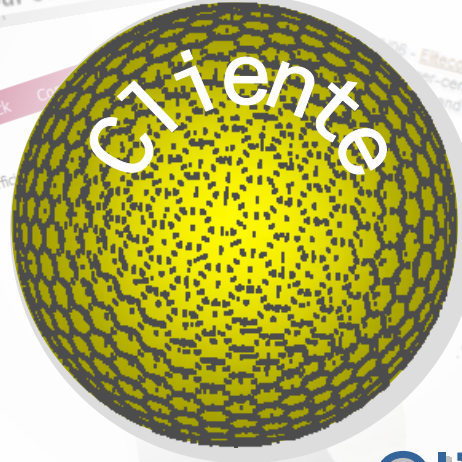
Enter your Email

Powered by [FeedBlitz](#)

WEDNESDAY, APRIL 18, 2007
Overcoming the Real Roadblock to Customer-Centric Management
A marketer who understands the need for customer-based management told me yesterday that the biggest obstacle to adoption is the intense product orientation of her business. That sounded familiar: I heard exactly the same thing last December at the National Center for Database Marketing in December (see [enr.com](#) 12/10/06).

Recent posts
[Customer Integrates Digital Marketing, Too Much](#)

Crestel Introduces WiMAX Billing and Customer-Centric Management
Elicore Technologies introduces Crestel Convergent Billing to deliver end-to-end billing and customer care requirements with distinct offerings for Tier-1 and Tier-3 WiMAX.



Valor para los Clientes

Stadelmann
Customer Centric Management

Who we are Activity fields Network Partners References © CCM Check

Our Mission
We help our clients, their employees and their partners to serve their customer base in a highly efficient way.
The overall goals are long term customer loyalty and profitability.

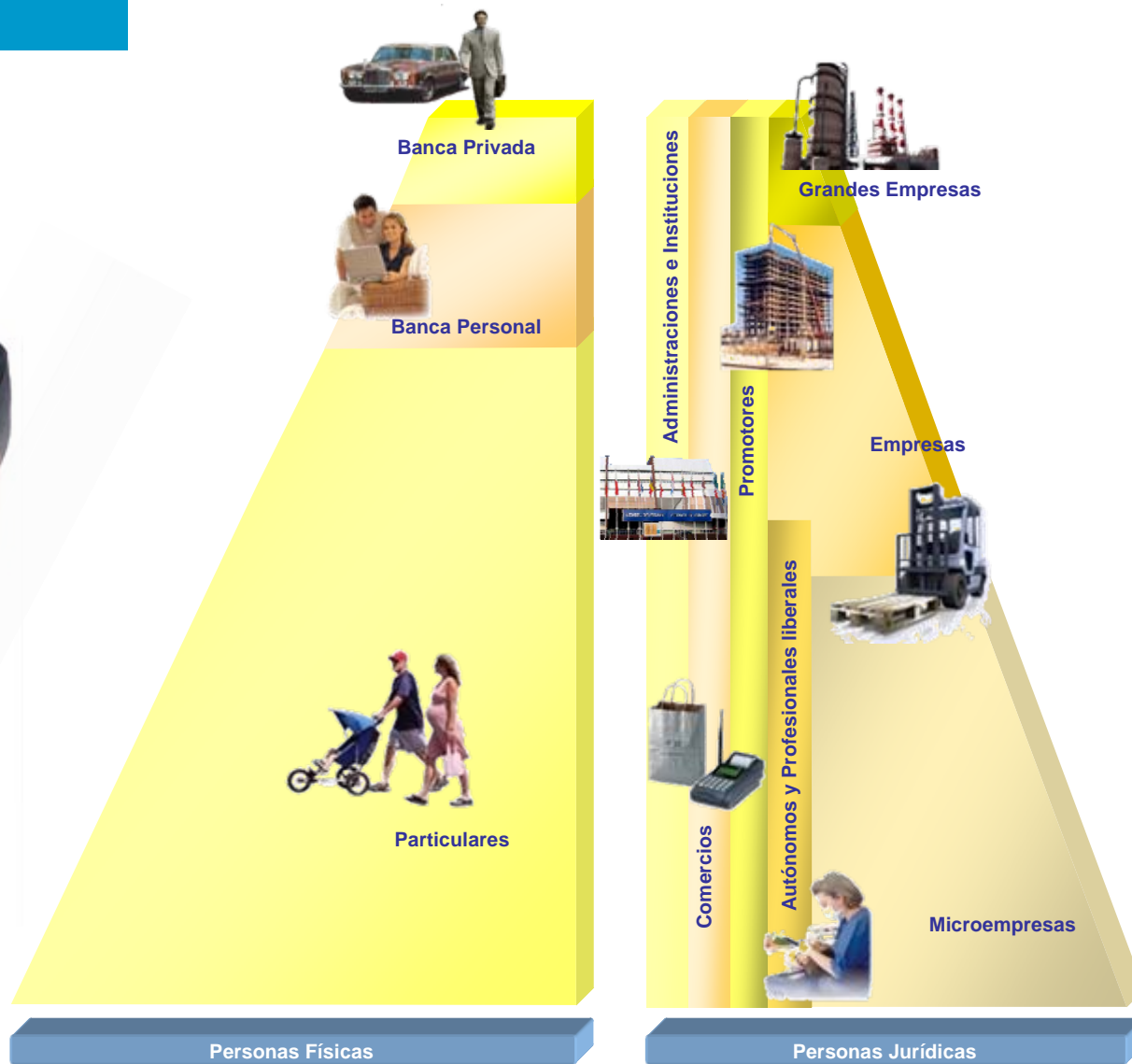
SIEMENS
CUSTOMER-CENTRIC MANAGEMENT - SIEMENS FINANCIAL SERVICES

The world's leading banks have been early adopters of new technologies and working methods over the past decade, and there is a strong business rationale for this. To compete successfully in a tough marketplace, all banks need to keep customer satisfaction levels up, while keeping operational costs down.

Agilent OSS Customer-Centric Service Manager

Deliver the high-quality wireless experience your high-value customers demand

Segmentación de nuestros Clientes



Lo que preocupa a nuestros Clientes



Me caso y me quiero comprar un piso

Quiero la hipoteca más fácil de pagar para mí

Vamos a tener mellizos

¿Cómo afrontar los gastos que no teníamos previstos?

He encontrado mi primer trabajo

¿Con qué Banco/Caja voy a trabajar ?

Me preocupa el futuro

¿Cómo puedo hacer para tener a los míos siempre protegidos?

Pablo ya va a ir a la Universidad y me gustaría comprarle el mejor ordenador

¿Cómo asumir ahora ese gasto?

Me gustaría que alguien me avisara de mis compromisos de pago

He visto el coche "de mi vida"

¿Por una vez, podría darme ese capricho?

No tengo tiempo para nada, pero debería hacer algo con el dinero que tengo muerto en mi cuenta

¿Qué puedo hacer para cuidar mis intereses sin tener que invertir tiempo en ello?

Me voy a Japón este verano

¿Cómo asegurarme de que no voy a tener problemas de disponibilidad de dinero?

Me gustaría que alguien que sepa y de quien me pueda fiar cuide de mis intereses como si fueran suyos y me ayude a gestionar mi patrimonio

He tenido que pagar mucho a Hacienda

¿Cómo podría invertir y además tener beneficios fiscales?



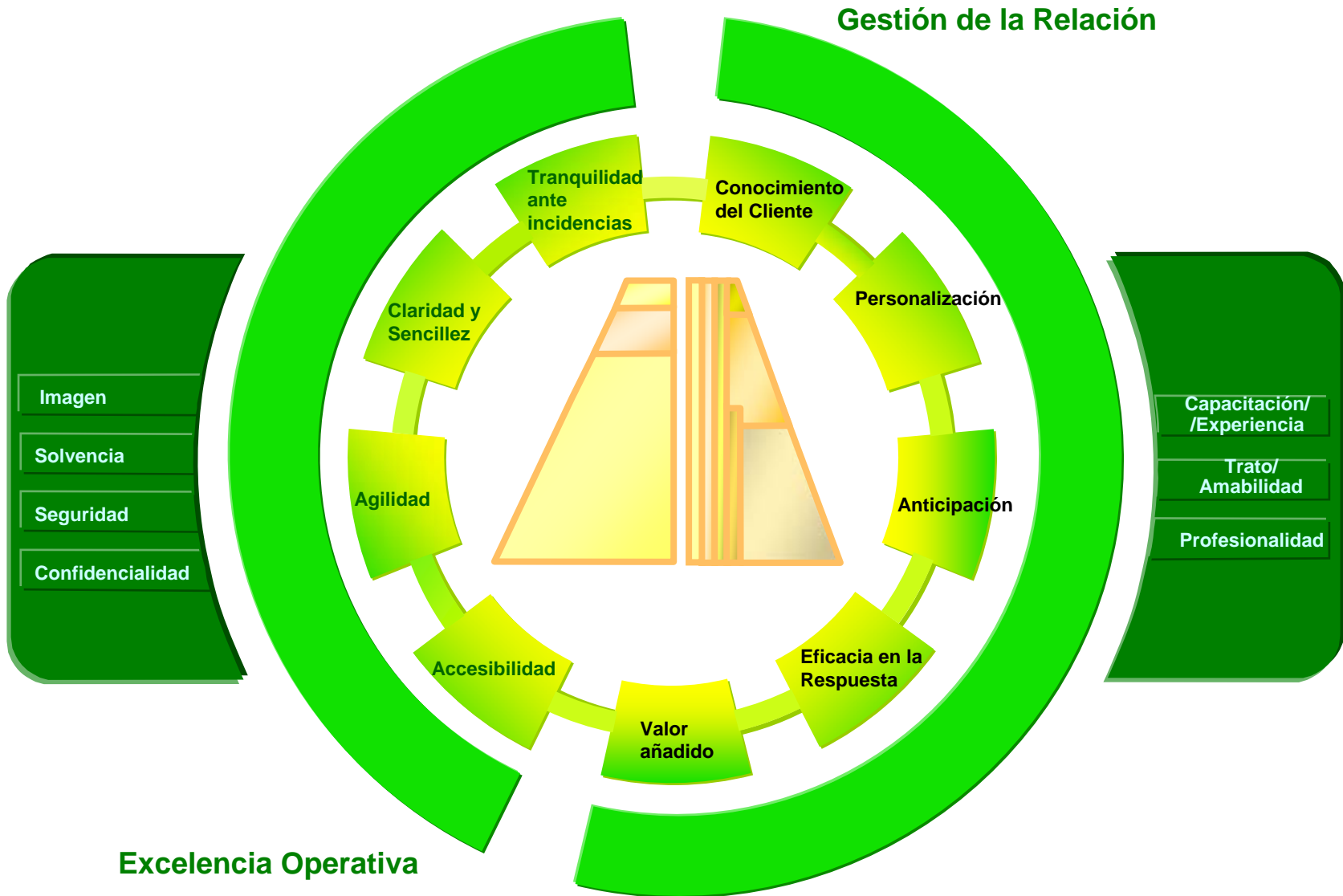
Ciclo de Vida de los Clientes



Cadena de Valor de Caja Madrid



Modelo de Valor para el Cliente





- Capacidades Comerciales
- Capacidades de Riesgos
- Capacidades Operativas
- Capacidades de Control de Gestión
- Capacidades de Eficiencia Interna

Evolución de las Capacidades del Grupo



Desarrollo Tecnológico 2009



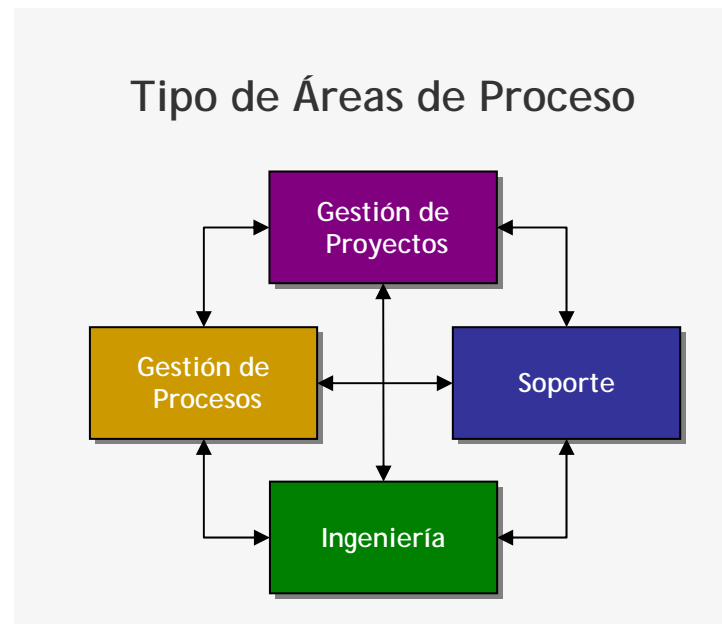
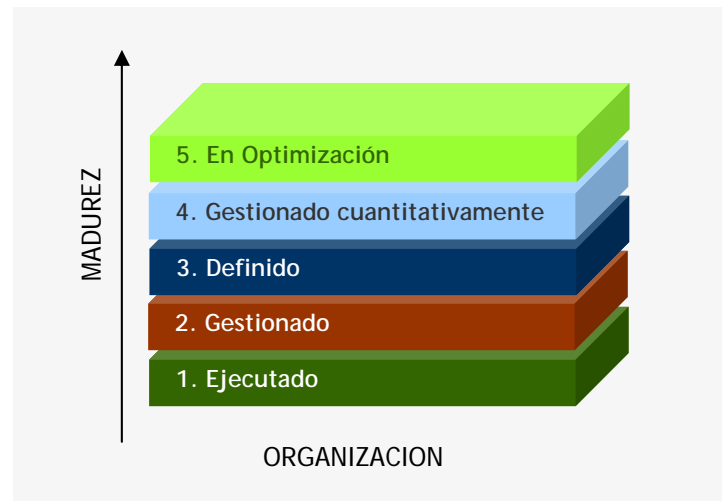


CMMI-3

En junio de 2008 Caja Madrid obtuvo la acreditación de encontrarse en nivel 3 de CMMI.

Áreas de Proceso CMMI SE/SW

Niveles de Madurez	5	Análisis Causal y Resolución Innovación Organizacional y Despliegue
	4	Gestión cuantitativa de proyectos Rendimiento de los procesos de la Organiz.
	3	Desarrollo de Requisitos Solución Técnica Integración del Producto Verificación Validación Definición del proceso Organizacional Enfoque de la Organización a Procesos Formación Organizacional Gestión integrada de Proyectos Gestión de Riesgos Análisis de Decisiones y Resolución
	2	Gestión de Requisitos Planificación de Proyectos Control y Seguimiento de Proyectos Gestión de Acuerdos con Proveedores Gestión de la Configuración Aseg. de la Calidad de Procesos y Productos Métricas y Análisis





- La reciente obtención del **nivel 3** nos ha permitido:
 - Disminuir los errores y defectos en las aplicaciones
 - Disponer de un conjunto completo de procesos que:
 - Homogenizan el desempeño de los recursos implicados en el proceso de desarrollo
 - Proporcionen la visibilidad necesaria para poder gestionar de manera integrada la actividad de la organización
 - Medir el rendimiento de los procesos y su alineamiento con la estrategia del negocio
 - Entrar en Proceso de mejoras continuas: ¿Por qué estoy por debajo de la media? ¿Qué hacen los mejores para estar por encima? ¿Qué proveedores funcionan mejor?



- Arquitectura Flexible que permita la Innovación del Negocio
- Alineamiento entre TI y Negocio que permita responder rápidamente a las nuevas necesidades
- Mantener el Control y el Gobierno de TI

