

Gestión del canal de autoservicio



Elimine la complejidad. Libere las oportunidades.





Prólogo de Octavio Márquez
Presidente y CEO, Diebold Nixdorf

¿Qué significa ser una institución financiera hoy en día? La definición está cambiando a medida que entran nuevos actores en el mercado y surgen tecnologías disruptivas. Si usted es como los clientes con los que hablo habitualmente, también estará reflexionando sobre lo que significa ser un banco en estos tiempos, y qué puede hacer para mantenerse a la vanguardia. El canal de autoservicio no sólo es tan vital como siempre, sino que es más complejo que nunca. Y esa paradoja le ofrece una oportunidad: asociarse con un proveedor de servicios que le ayude a dar forma a su estrategia y se adapte a sus necesidades cambiantes, permitiéndole liberarse de las complejidades de las que no quiere ocuparse, mientras se centra en las áreas en las que puede marcar la mayor diferencia. Tanto si se trata de una organización pequeña o grande, como si tiene una presencia regional, nacional o internacional, esta guía está diseñada para ayudarle a identificar y desentrañar las 12 áreas clave necesarias para el éxito de la gestión del canal de autoservicio. Armado con ese conocimiento, podrá tomar decisiones informadas, reflexivas y estratégicas sobre cómo maximizar el tiempo y los recursos de su personal con el apoyo diario de un verdadero socio de servicios administrados.

Cada entidad financiera es única, pero un factor común en todas ellas es la necesidad de desarrollar una hoja de ruta estratégica para el autoservicio, especialmente importante en un mundo post-COVID. El canal de autoservicio, y especialmente el cajero automático, es una herramienta crucial para atraer a los consumidores y ofrecerles un mejor acceso a los servicios financieros. Sin olvidar que el autoservicio puede ser un vínculo directo para mejorar la experiencia del cliente y reducir los costes de prestación de los servicios financieros.

Optimizar el éxito y la rentabilidad del canal de autoservicio requiere el dominio de 12 áreas o pilares. Pero cada pilar requiere un conjunto específico de recursos, experiencia y herramientas sofisticadas, lo que supone un coste muy elevado cuando se gestiona internamente. A menudo, las entidades financieras centran sus recursos en unos pocos pilares que consideran los más importantes, aceptando que no tendrán un control total: simplemente no podrán optimizar cada uno de los pilares, lo que significa que no podrán equilibrar de forma óptima los recursos invertidos y el rendimiento de esa inversión. Es una estrategia que conduce a un riesgo innecesario, así como a la pérdida de oportunidades. Existe un enfoque más inteligente para el dilema de los 12 pilares. Esta es la vía por la que ya se han decidido miles de entidades de todo el mundo: externalizar la gestión de uno, varios o todos los pilares con un socio como Diebold Nixdorf.

Confiar en un experto del sector marca una diferencia significativa. Esta guía explora cómo se pueden maximizar las oportunidades dentro de cada pilar y ofrece ejemplos de bancos cuyo canal de autoservicio se ha vuelto más rentable, innovador y potenciador de crecimiento, mientras que su organización se volvió más ágil, eficiente y más rápida en la creación de valor y potencial.

Empecemos.

¹¿Subcontratar o no subcontratar? Hágase primero estas 3 preguntas (forbes.com)



Esta guía es la continuación de nuestra guía "Future-Focused Transformation", que explica lo fundamental que es el autoservicio para el viaje de transformación de la banca y el cuidado con que las instituciones financieras deben considerar cuál es el modelo operativo adecuado para ellas.

La ventaja competitiva, la mitigación del riesgo y los costes de gestión son los tres criterios que los directivos deben tener en cuenta a la hora de decidir si subcontratar actividades empresariales en lugar de gestionarlas ellos mismos.¹



Los 12 pilares necesarios para dirigir y gestionar el canal de autoservicio



Estrategia y gestión de ubicaciones

Estrategia de ubicaciones basada en analíticas; identificación de emplazamientos y gestión de contratos y alquileres



Gestión del ciclo de vida del hardware

Evaluación, selección, integración, mantenimiento y gestión del ciclo de vida



Gestión del ciclo de vida del software

Evaluación, selección, integración, mantenimiento y gestión del ciclo de vida



Financiación de activos

Financiación de todos los componentes necesarios para el despliegue y gestión de la base instalada de cajeros automáticos y conversión a un modelo de pago por suscripción (ATM as a Service)



Seguridad y cumplimiento normativo

Gestión de la seguridad física y/o lógica, y cumplimiento del marco legal y normativo



Monitoreo y Administración de la red de cajeros

Monitoreo 24x7, centro de ayuda (help desk) y gestión de incidencias



Instalación mantenimiento y reparaciones (FLM y SLM)

Servicios de instalación, reparaciones y mantenimiento



Gestión de efectivo y Empresas de Transporte de Valores (ETV)

Previsión de efectivo, optimización, programación, planificación de rutas, balances, cuadros y gestión de contratos con las ETV y SLA



Procesamiento y gestión de transacciones

Manejo de terminales, switching y enrutamiento de transacciones, adquisición, soporte de esquemas de tarjetas, reconciliación y gestión de fraudes y disputas



Gestión de Terceros

Identificación de socios y/o proveedores, contratación, incorporación y gestión de acuerdos de nivel de servicio (SLA)



Gestión de la experiencia del usuario y del marketing

Marketing a través de cajeros, generación de ventas potenciales, personalización, servicios de valor añadido



Analítica, información y elaboración de informes

Análisis de datos, sistema de información de gestión y elaboración de informes



Estrategia y gestión de ubicaciones

EL DESAFÍO

Los consumidores de hoy en día exigen hacer sus operaciones cuando, donde y como quieran. La comodidad es lo más importante. Su red de cajeros automáticos debe ser accesible en los lugares donde sus clientes viven, trabajan y compran, ofreciendo al mismo tiempo los servicios financieros requeridos en cada lugar, a la carta. Para optimizar la experiencia del cliente, el rendimiento del canal de autoservicio y la rentabilidad de cada cajero automático, es necesario un análisis detallado de los factores críticos. Este análisis debe explorar los diversos componentes de una estrategia exitosa de despliegue de cajeros automáticos, incluyendo la demografía, los comportamientos y preferencias de los consumidores, los nodos de compras y de tráfico peatonal, rotación y otras variables de la demanda que suelen diferir según las zonas.

FACTORES DE ÉXITO

Optimice las ubicaciones de sus cajeros automáticos

El cajero automático ya no está solamente “en la sucursal”; ahora a menudo es la sucursal, especialmente desde que la pandemia obligó a muchas entidades reducir el horario de las sucursales o incluso a cerrarlas por completo.

Hay que asegurarse de tener el número adecuado de cajeros automáticos con la funcionalidad adecuada desplegados en el mercado. Y deben estar estratégicamente situados. Para ello, tiene que pensar en los comportamientos y preferencias de sus consumidores: mire a través de la lente de los consumidores a los que sirve. No piensan necesariamente en términos de sucursales y cajeros automáticos; piensan en la comodidad y en la posibilidad de realizar transacciones cuando y donde quieran.

Alcanzar la masa crítica

Los cajeros automáticos desplazados, ubicados estratégicamente, crean una red de distribución más atractiva que puede afectar a su capacidad para atraer a nuevos clientes y aumentar la cuota de negocio con los ya existentes. Los cajeros automáticos son los embajadores de su marca en el mundo físico, y las redes de sucursales infra dimensionadas pueden “reforzarse” con cajeros automáticos bien ubicados en puntos clave. Los cajeros adicionales pueden crear la masa crítica necesaria para captar más cuota de mercado, al tiempo que mejoran la comodidad para los consumidores existentes. Cuando se utilizan cajeros automáticos desplazados como parte de la estrategia de localizaciones, se puede crear más valor para los consumidores de ese mercado y también reducir el coste global por transacción.

Identificar ubicaciones estratégicas

Los cajeros automáticos “de valor estratégico” se encuentran en lugares muy visibles y accesibles al público, como zonas con gran densidad de población, empleo, gran afluencia de público y/o cerca de las principales arterias de transporte público. Dado que miles de consumidores ven estos cajeros cada día, constituyen una gran oportunidad de marca y marketing para captar y retener a los consumidores.

Crear una fuerte visibilidad

Los cajeros automáticos deben ser muy visibles, lejos de barreras en la línea de visión que podrían bloquear la vista. Una alta accesibilidad significa que es fácil para el consumidor entrar en la zona y llegar al cajero. Con un análisis exhaustivo del emplazamiento y una estrategia de ubicación, se obtendrán mejores indicadores (KPI) de los cajeros automáticos, ya que los cajeros con buenas ubicaciones tienen indicadores de rendimientos de tres a cinco veces superiores a las de los cajeros con ubicaciones “mediocres”.

POTENCIADO POR DN

La selección de ubicaciones es una de las decisiones más importantes que debe tomar su equipo, y requiere la consideración de varios criterios basados en su misión y estrategia. El equipo de Consultoría Global de Diebold Nixdorf se especializa en Análisis de Mercados y Canales con un fuerte enfoque en la identificación de eficiencias y oportunidades a través de la optimización de las redes de distribución de las entidades financieras, incluyendo la viabilidad de la instalación, el análisis de mercado, el perfil y la segmentación de los clientes y la transformación de las sucursales.

“Constantemente encontramos en nuestros proyectos que los cajeros automáticos con ubicaciones con altas puntuaciones de calidad suelen tener un rendimiento de 3 a 5 veces mayor que las que tienen puntuaciones bajas”.

- Scott Weston, Senior Manager Global Advisory Services, Diebold Nixdorf



Gestión del ciclo de vida del hardware

EL DESAFÍO

Con los hábitos de los consumidores, la tecnología y la normativa en continuo movimiento, la gestión del ciclo de vida de una red de cajeros automáticos se ha vuelto cada vez más compleja, sobre todo si se tiene en cuenta que la vida útil de un cajero es de 8 a 12 años o más. La asociación con un proveedor adecuado es fundamental para estar a la altura de la evolución de las exigencias en la experiencia del usuario y abordar los nuevos retos de seguridad.

FACTORES DE ÉXITO

Diseño atractivo

Con más tipos de transacciones disponibles en sus cajeros, su red se convierte en su mejor embajador y en la cara de su marca en el mundo real. Muchos consumidores son cada vez más conscientes de lo que es actual o anticuado desde el punto de vista del diseño. Son más exigentes y selectivos y optarán por una entidad que se mantenga a la vanguardia de las tendencias.

Experiencia de usuario convincente

Las entidades ganadoras no se quedan quietas. Las empresas de todos los sectores necesitan innovar continuamente para ofrecer una experiencia de usuario más fluida, personalizada y rica que les permita seguir siendo competitivas. Para ello es necesario analizar constantemente las necesidades de los clientes y desarrollar nuevas soluciones para poder ofrecer servicios adicionales y más facilidad de uso en su canal de cajeros automáticos.

Seguridad y cumplimiento de la normativa

A lo largo de su ciclo de vida, los cajeros automáticos deben protegerle a usted y a sus usuarios de cualquier tipo de ataque. También necesitan seguir cumpliendo con las normativas en constante evolución, que a menudo exigen actualizaciones de sus cajeros automáticos. Por esta razón, necesita un inventario detallado y siempre actualizado del hardware de sus equipos para identificar rápida y fácilmente qué componente requerirá mejoras técnicas.

Tecnología a prueba de futuro

A la hora de seleccionar nuevos equipos para su red de cajeros automáticos, asegúrese de que son compatibles con las nuevas necesidades de los usuarios, con las próximas normas industriales y de seguridad y con las tecnologías de conectividad, y hágalo fácilmente sin añadir una carga de costes de propiedad excesiva.

Eficiencia con el reciclaje de efectivo

Dado que el dinero en efectivo representa hasta el 50% del coste total de propiedad (TCO), la implantación de recicladores de efectivo ha demostrado ser fundamental para ganar eficiencia y reducir los costes operativos relacionados con el efectivo.

Mantenimiento y tecnología

Sea cual sea la composición de su flota de cajeros automáticos, debe centrarse en optimizar el tiempo de funcionamiento y la vida útil de cada equipo. Todas las actualizaciones deben llevarse a cabo de manera oportuna.

POTENCIADO POR DN

DN es un fabricante de cajeros automáticos repetidamente galardonado y con una posición única en el sector: Diseñamos y producimos todos los componentes clave de nuestros cajeros automáticos. Nuestros terminales de autoservicio DN Series™ son el resultado de una importante inversión en investigación y desarrollo. Construidos expresamente como los mejores dispositivos conectados a IoT, cuentan con una tecnología innovadora de 150 sensores y más de 100 puntos de extracción de datos, por lo que su rendimiento puede ajustarse a distancia si es necesario, en tiempo real, con nuestro motor de datos DN AllConnectSM Data Engine predictivo y proactivo. La gama es versátil, con un diseño excepcional y una funcionalidad preparada para el futuro. Las instituciones financieras pueden [adaptar](#) fácilmente la [funcionalidad y los componentes](#) para ajustarse a las nuevas demandas de los consumidores y normativas, pasar de depósitos y retiradas de efectivo al reciclaje con solo una actualización de software, de los lectores de tarjetas a móviles NFC, y del teclado PIN a la pantalla táctil encriptada (ETS) y la biometría.



“La nueva tecnología proporcionada por la familia DN Series de Diebold Nixdorf apoya nuestras ambiciones de ofrecer servicios financieros al más alto nivel a nuestros clientes.”

- Tomasz Zientek, Head of Cash Management/Chapter Owner, Santander Bank Polska



Gestión del ciclo de vida del software

EL DESAFÍO

El software de los cajeros automáticos se ha quedado atrás en las actualizaciones tecnológicas en comparación con otros canales digitales. Los consumidores esperan una experiencia consistente, sin importar cómo, cuándo o dónde realicen sus operaciones bancarias. Y quieren tener acceso las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Aunque resulten difíciles, las actualizaciones de software pueden mejorar enormemente la diferenciación competitiva y la velocidad de acceso al mercado si se gestionan de forma adecuada y regular.

FACTORES DE ÉXITO

Haga un inventario de su red

Un cajero automático tiene más de 100 utilidades y controladores de dispositivos, además de las diferentes capas de software, incluyendo XFS (eXtensions for Financial Services) y la aplicación del terminal, junto con el sistema operativo. Todos ellos necesitan ser mantenidos y actualizados. Hacer un seguimiento de una red de autoservicio que contiene una amplia gama de equipos es un reto. Especialmente si tiene unidades compradas en diferentes momentos a distintos fabricantes. Los terminales pueden haber sido actualizados, o no. Puede haber diferentes pilas de software y configuraciones, por no mencionar los diferentes historiales de servicio. Para gestionar todo esto, se necesita una base de datos centralizada. De lo contrario, se añade más complejidad si los técnicos de servicio tienen que realizar cambios y actualizaciones en una red no homogénea.

Mantenga su pila de software actualizada

El requisito 6.1 de la Norma de Seguridad de Datos PCI-DSS establece que todas las instituciones deben garantizar que los componentes y el software de sus sistemas están protegidos frente a las vulnerabilidades conocidas mediante la instalación de los últimos parches de seguridad suministrados por el proveedor, en el plazo de un mes desde su publicación. La gestión centralizada, con administración y mantenimiento remotos, es clave para mantener el control sobre el cumplimiento de este requisito. Independientemente de si su red tiene cinco dispositivos o 50.000, debe actualizarla constantemente y mantener registros de las configuraciones actuales. Es necesario realizar auditorías periódicas para identificar y subsanar las deficiencias, especialmente en el software.

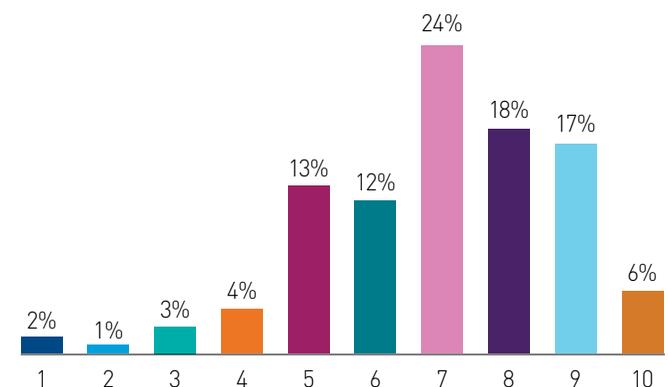
Actualizaciones remotas para maximizar el tiempo de funcionamiento

Desplegar estratégicamente las actualizaciones de software desde una consola centralizada y programar las distribuciones a intervalos oportunos garantiza que los cajeros mantengan un tiempo de actividad óptimo. El uso de paquetes de distribución, para un solo equipo o un grupo, puede optimizar la comunicación y proporcionar un rendimiento y un tiempo de instalación más eficientes.

Potenciado por DN

Los Servicios de Distribución de Software incluidos en DN AllConnect Software Deployment Services gestionan el ciclo de vida del software de la red, comprobando cada noche que cada cajero automático tiene la pila de software correcta con los parches más recientes. Cuando el estado deseado no está sincronizado, detectamos, reparamos, instalamos y actualizamos a distancia la pila de software para garantizar el cumplimiento de las políticas. Para aumentar la fiabilidad, nuestros servicios administrados de despliegue de software incluyen la gestión de parches del sistema operativo para el despliegue remoto de todos los parches de seguridad emitidos por Microsoft® aplicables al entorno de los cajeros automáticos, así como un soporte simplificado de la auditoría PCI con informes detallados en tiempo real que incluyen elementos como los números de serie del EPP, las actualizaciones del firmware y mucho más.

En una escala del 1 a 10 (donde 1 = nada 10= totalmente) ¿ Qué grado de confianza siente respecto a la seguridad software de sus cajeros?¹



¹ATM Marketplace - 2020 ATM & Self-Service Software Trends



Financiación de activos

EL DESAFÍO

Ahora más que nunca, las instituciones financieras tienen la misión de mejorar la experiencia de los usuarios y reforzar su vinculación, objetivos que se logran mejor a través del despliegue y la gestión de tecnologías de vanguardia, junto con el apoyo de un socio tecnológico de confianza. Sin embargo, en tiempos de escasez de capital y de muchas inversiones tecnológicas que compiten entre sí, hay que equilibrar la ecuación con el máximo valor para los accionistas y los agentes implicados. La buena noticia es que ya existen soluciones de financiación más eficientes, que permiten seguir y prever el coste total del canal de cajeros.

FACTORES DE ÉXITO

Un canal de autoservicio estratégico

Los modernos canales de autoservicio ofrecen a las entidades la posibilidad de satisfacer la demanda de los usuarios para operar y gestionar sus finanzas en el mundo físico de forma segura, flexible y accesible. Al revisar y transformar su estrategia de sucursales, puede responder a las necesidades de los consumidores y reducir la carga de trabajo de su personal.

El reto de la financiación

La explotación de un canal de autoservicio suele requerir la adquisición e instalación de equipos y la financiación de los costes derivados de la operación diaria de la red. Esto requiere mucha planificación y gestión de procesos internos. Nunca es fácil acceder al capital, ni siquiera para las entidades financieras, debido a las numerosas iniciativas estratégicas impulsadas por la tecnología que se desarrollan en paralelo y compiten por la financiación.

Un enfoque de gestión ágil

Las redes de cajeros automáticos rentables aprovechan el ecosistema de canales más abierto de hoy en día, y las entidades que tienen éxito en el canal de autoservicio se anticipan constantemente a lo que vendrá después. ¿Cómo? Gracias a una tecnología flexible puede introducir regularmente innovaciones para los usuarios, aprovechar al máximo las capacidades de vinculación que ofrece el canal de autoservicio y mantener todos los estándares requeridos. La gestión ágil prospera cuando existe una financiación sencilla y flexible.

Nuevo modelo de financiación para su infraestructura de cajeros

Recurrir a una cuota mensual para financiar sus activos puede aumentar la flexibilidad y garantizar que aprovechará al máximo las oportunidades del autoservicio. Resulta más fácil renovar, ampliar o devolver un equipo a medida que evoluciona su estrategia empresarial, por lo que siempre dispondrá de una solución de cajeros automáticos adecuada a sus necesidades. Y si quiere hacer las cosas aún más fáciles y sencillas, ¿por qué no considera un modelo basado en pago por suscripción para la financiación de los activos y la gestión diaria de la red? Es transparente, garantiza que no haya costes ocultos, y que todos los gastos imputables a su red de cajeros sean predecibles y conocidos de antemano. Al gestionar su canal como una unidad de negocio estratégica, puede hacer un seguimiento constante de los costes y los ingresos generados, y optimizar así la rentabilidad.

POTENCIADO POR DN

A medida que el modelo de subcontratación crece en popularidad, ya sea con servicios administrados o con un enfoque "como servicio", DN se ha asociado con empresas reputadas de financiación de tecnología para fusionar nuestra tecnología, servicio y software de cajeros automáticos, líderes en el mundo, con la solvencia de unos estados financieros que reflejan la importancia de un modelo operativo "como servicio". Un canal de cajeros automáticos con un modelo de pago por suscripción con DN puede agrupar todos los aspectos de nuestras soluciones, desde la financiación de los activos hasta la financiación de las operaciones diarias, en un cómodo pago mensual. Esto le proporciona seguridad presupuestaria y de flujo de caja y le ayuda a centrarse en liberar el potencial del autoservicio.



"La estrategia 'ATM as a Service' nos permite unir fuerzas y seguir ofreciendo un servicio de alta calidad a nuestros clientes a largo plazo, optimizando la gestión del efectivo. JoFiCo adjudicó la totalidad de los servicios a nuestro socio de siempre, Diebold Nixdorf, porque su enfoque nos permite evolucionar continuamente la experiencia del consumidor."

- Elke Hendrix, Presidente de JOFICO



Seguridad y cumplimiento normativo

EL DESAFÍO

Los entornos de autoservicio desatendidos las 24 horas del día y la arquitectura de software abierta y estandarizada hacen que los cajeros automáticos sean un objetivo principal de delincuentes que intentan aprovechar las vulnerabilidades y las lagunas en los procesos de seguridad, la gestión y la supervisión. Para hacer frente a estas amenazas, es crucial asegurar no sólo el cajero automático, sino todo el ecosistema que lo rodea. Cada persona que entra en contacto con los cajeros representa un punto débil potencial en la cadena de seguridad. Los eslabones débiles pueden provocar pérdidas financieras y, lo que es aún más devastador, la pérdida de la confianza de los usuarios. Es imperativo asegurarse de que sus redes de cajeros automáticos están protegidas contra estas amenazas.

FACTORES CLAVE DEL ÉXITO

Protección contra los ataques físicos

Los ataques pueden dirigirse a todo el cajero automático o a componentes individuales. Por ello, se necesita una variedad de contramedidas para mitigar el riesgo para el terminal y los activos que contiene.

- La activación de las alarmas y los sensores con monitoreo permite detectar intentos no autorizados de acceder a los componentes del cajero.
- La videovigilancia capta la actividad sospechosa alrededor del cajero automático en tiempo real, lo que permite responder inmediatamente a los ataques, mitigar los intentos de fraude y obtener evidencias para ayudar a las autoridades en las investigaciones.
- Un chasis del cajero reforzado con paneles de acero endurecido, cubiertas para los pasacables interiores, y cerraduras adicionales son muy eficaces para disuadir a posibles atacantes.

Prevenir la actividad no autorizada

La piratería informática, los virus y las tecnologías más insidiosas son una amenaza creciente para las redes de cajeros automáticos, aunque sean menos visibles que las violaciones de la seguridad física. Todos los datos deben estar protegidos para que no puedan ser interceptados o manipulados.

- Bloquee la ejecución, manipulación e interacción del malware con los servicios y dispositivos del cajero mediante el sandboxing de aplicaciones y el monitoreo de la integridad del sistema.
- Implante el refuerzo del sistema operativo con políticas "Need to Know" y "Need to Have" y la gestión de funciones/privilegios de usuarios, protegiendo contra el fraude perpetrado mediante el acceso no autorizado a los cajeros automáticos.
- Proteja el disco duro del cajero mediante el cifrado del mismo emparejado por hardware y la protección del proceso de arranque; defiéndase contra la manipulación de los datos mientras el terminal está en reposo, y/o se retira el disco duro.

Seguridad con protección proactiva

Garantizar que los activos de sus usuarios (dinero y datos) están a salvo, que sus sistemas están intactos y que su reputación está segura, requiere un esfuerzo concertado. Debe actualizar constantemente y mantener un registro de las configuraciones actuales.

- Simplifique los requisitos de conformidad realizando regularmente auditorías exhaustivas (PCI DSS, EMV, ISO 27001).
- Racionalice la información en un sistema centralizado completo que proporcione el inventario más actualizado de los dispositivos, el hardware y los componentes del software de su red.

POTENCIADO POR DN

La seguridad de los cajeros automáticos puede ser un diferenciador de su marca. Aprovechando nuestra exclusiva base de conocimientos de seguridad y nuestra escala global, los Servicios de Seguridad Administrados integrados en DN AllConnect Security Management Services le ayudan a desarrollar una estrategia férrea construida sobre un enfoque flexible, modular y de múltiples capas. No hay necesidad de incurrir en costes de capital y operativos para establecer, mantener y explotar un canal de cajeros seguro y que cumpla con PCI las 24 horas del día. Los Servicios de Seguridad Administrados de DN, junto con nuestros cajeros automáticos de la familia DN Series™, proporcionan una seguridad aún mayor, incluyendo varios elementos exclusivos de diseño e ingeniería, así como funcionalidades de usuario centradas en la privacidad.

En 2020, las pérdidas debidas a fraudes en cajeros automáticos en Europa alcanzaron los 219 millones de euros y las pérdidas financieras debidas a ataques con explosivos aumentaron un 39 %. Desde 2016, el número de ataques de malware también se ha triplicado.¹

¹Asociación Europea para la Seguridad de las Transacciones (EAST) - Informe sobre los delitos en los terminales de pago europeos en 2020



Monitoreo y Administración de la red de cajeros

EL DESAFÍO

Una red de cajeros automáticos ofrece a sus usuarios un canal de servicio y comunicación permanente. Pero la administración de esa red puede ser muy compleja y consumir muchos recursos. Requiere un equipo de expertos, los mejores procesos y automatización para capturar, analizar y actuar sobre los datos. Muchas entidades tienen dificultades para dedicar recursos a la administración eficaz de su red, y el resultado es un impacto negativo en la disponibilidad técnica y de efectivo, la seguridad, el cumplimiento normativo y la eficacia de las campañas de marketing. El resultado neto es un mayor coste total de propiedad y, en última instancia, una mala experiencia para el usuario.

FACTORES DE ÉXITO

Monitoreo remoto de la red

Una solución de monitoreo remoto automatizado, 24 horas al día y 7 días a la semana, ayuda a recopilar y procesar una amplia gama de datos, a un nivel granular insuperable, para todos sus cajeros automáticos, independientemente de la marca o el fabricante. Le permite detectar y precalificar (en tiempo real) los eventos de fuera de servicio. También hace un seguimiento del nivel de efectivo en cada cajero y genera alertas. La solución de software de monitoreo adecuada también recomienda automáticamente una serie de acciones para la resolución de los fallos basándose en un sistema configurable basado en reglas.

Gestión del flujo de trabajo

Una solución robusta de monitoreo de la red incluye un flujo de trabajo automatizado de administración de incidencias que es capaz de activar resoluciones remotas. Si una resolución remota no tuvo éxito o no es una opción, la plataforma crea automáticamente una solicitud de servicio y la dirige a las instancias de soporte adecuadas.

Capacidad de resolución remota segura

Según los datos de Diebold Nixdorf, la mayoría de las incidencias pueden resolverse a distancia, en cuestión de minutos, sin necesidad de intervenciones manuales in situ, si se dispone de las herramientas automatizadas adecuadas. Esto significa una resolución más rápida de las incidencias, un ahorro de costes operativos y una mejor experiencia de los usuarios. Cuando los problemas requieran una investigación más profunda y una reparación, necesita un centro de ayuda o "service desk" con agentes experimentados y formados continuamente que resuelvan los incidentes, utilizando herramientas totalmente integradas con su plataforma de monitoreo.

Gestión de inventarios

Una solución de gestión de inventarios también es clave para administrar su red de forma eficiente y segura, garantizando un alto rendimiento, y su plena adhesión normativa. Debe poder recopilar datos de forma remota y acceder a información precisa casi en tiempo real, tales como las versiones de software, los parches instalados, la configuración de hardware y las actualizaciones de firmware de cada cajero. Esta información puede usarse para asegurar que las actualizaciones correctas se aplican a los cajeros adecuados y asegurar la consistencia en toda la red de autoservicio.

La perfecta integración de sus herramientas de monitoreo, el centro de ayuda o "service desk" y la solución de gestión de inventario garantiza la consolidación de todos los datos operativos, lo que permite aumentar la disponibilidad, el cumplimiento normativo, optimizar las operaciones y ahorrar costes.

POTENCIADO POR DN

DN AllConnect Support Services proporciona una solución integrada de extremo a extremo que maximiza la disponibilidad y combina el beneficio de un conocimiento global con la experiencia local al tiempo que reduce la complejidad y el coste total de propiedad. Nuestro servicio de monitoreo aprovecha el software de recopilación de datos, análisis y toma de decisiones más avanzado del sector. Las capacidades de tratamiento automatizado de incidencias, incluida la resolución remota, están respaldadas por un centro de ayuda o "service desk" global y multilingüe que ofrece un servicio de asistencia centralizado a través de una amplia gama de canales de comunicación. Está demostrado que la incorporación de nuestra solución de gestión de inventarios ofrece los resultados más potentes.

"Los clientes que utilicen nuestro servicio de monitorización y gestión de eventos combinado con el motor de datos de DN AllConnect Data Engine pueden esperar ver reducido a más de la mitad el tiempo de inactividad de su red de cajeros automáticos."

- Adrian Heidenreich, Head of Global Technical Support and Continuous Improvement



Instalación

EL DESAFÍO

Las redes de sucursales de hoy en día siguen evolucionando con el cierre, la apertura o la transformación de sucursales con regularidad. Los cajeros automáticos son la primera razón por la que los clientes acuden a las sucursales, y las redes de cajeros evolucionan continuamente, sustituyendo los terminales antiguos por otros nuevos. Por ello, se necesitan conocimientos multidisciplinares para gestionar las instalaciones de cajeros automáticos en curso y los trabajos técnicos y de remodelación necesarios.

FACTORES DE ÉXITO

La capacidad que necesita, cuando la necesita

Necesita la flexibilidad necesaria para ajustar su capacidad a su hoja de ruta y calendario de despliegue y sustituciones, con la posibilidad de gestionar diferentes proyectos de instalación en paralelo y ampliarlos y reducirlos fácilmente.

Acceso a conocimientos profundos

Para tener éxito en este dinámico entorno de autoservicio, necesita acceder a un amplio número de especialistas y gran experiencia, incluidos expertos en la materia, que puedan proporcionar orientación sobre regulaciones, TI, logística, obra civil y construcción, arquitectura y diseño de interiores, seguridad e higiene en el trabajo, cajeros automáticos de varios proveedores y mucho más. De este modo, podrá establecer un canal de autoservicio de alta calidad y preparado para el futuro y una distribución eficaz.

Acuerdos con terceros

Debido a la naturaleza multidisciplinar del canal de autoservicio, y en particular de los cajeros automáticos, debe tener acuerdos con una amplia red de proveedores, todos ellos expertos en su campo, que ofrezcan tarifas competitivas. Esto requiere una profunda experiencia en la administración de proyectos de instalación de cajeros para completar los mismos a tiempo, dentro del presupuesto y minimizar las interrupciones del negocio. Un especialista también le ayudará a implantar los mejores procesos y herramientas que soporten la ejecución exitosa de muchos proyectos diferentes con los mismos estándares.

POTENCIADO POR DN

Los servicios de implementación, DN All Connect Implementation Services, son su socio para la administración, sin fisuras, de instalaciones de cajeros automáticos rápidas, conformes y eficientes en costes de principio a fin, combinando constantemente la experiencia local con el conocimiento global y una red de los mejores proveedores de cada categoría evaluados y comprobados.

“Las entidades que contratan nuestros servicios de instalación total se benefician de una mayor flexibilidad a la hora de planificar y ejecutar los cambios en su red de autoservicio. Cada proyecto se ejecuta de forma eficiente, de modo que la interrupción de la actividad es nula o se mantiene en un mínimo estricto. Valoran la calidad de nuestros resultados de principio a fin, acceden a economías de escala, se benefician de una mayor eficiencia y de fechas de finalización garantizadas.”

- Chase Andrews, Vice President - Global Field Operations, Diebold Nixdorf



Mantenimiento y reparaciones (FLM & SLM)

EL DESAFÍO

Aunque la fiabilidad de los cajeros automáticos es extremadamente alta, como ocurre con cualquier dispositivo que funciona las 24 horas del día, pueden producirse fallos. El reto consiste en reducir al mínimo los incidentes de servicio de los terminales y, en caso de que se produzcan, minimizar el tiempo fuera de servicio. Cada incidente afecta a la satisfacción de los usuarios y es un riesgo para su negocio, ya que distrae al personal de la sucursal de sus actividades principales y añade costes operativos no planificados ni presupuestados.

FACTORES DE ÉXITO

Utilice el poder de los datos

La era del modelo de servicio de mantenimiento reactivo ha llegado a su fin. Enviar a un técnico a un cajero que falla para que diagnostique la avería, pida una pieza de repuesto y vuelva más tarde para resolver el problema es simplemente una forma anticuada de mantener una red. Todos los cajeros automáticos tienen el potencial de ser dispositivos conectados al "Internet de las cosas" (IoT), por lo que el uso de los últimos avances en computación en la nube, aprendizaje automático e inteligencia artificial (IA) puede ayudar a disminuir el número de incidencias y el tiempo de resolución, lo que reduce el coste de inactividad y mejora la disponibilidad de los cajeros.

Solucione las incidencias más rápido y a la primera

Cuando se produce un incidente, se puede realizar un diagnóstico remoto preciso y basado en datos y, en algunos casos, la resolución remota puede llevarse a cabo de forma instantánea y automática. Si es necesaria la asistencia in situ, la inteligencia impulsada por los datos puede proporcionar el nivel necesario de experiencia técnica junto con toda la información sobre la solución precisa, las piezas de repuesto necesarias y el tiempo que debe durar la reparación. Esto significa que las incidencias pueden cerrarse más rápidamente, sin necesidad de repetir las visitas.

Mantenimiento Predictivo

La inteligencia impulsada por los datos también puede alimentar llamadas de servicio programadas y proactivas, lo que permite pasar de un modelo de servicio reactivo a uno verdaderamente predictivo en el que las futuras averías pueden preverse y solucionarse antes de que se produzcan. Organizar las visitas de mantenimiento durante las horas en las que es menos probable que los usuarios utilicen el cajero automático le ayuda a maximizar el tiempo de actividad para que esté disponible cuando los consumidores quieren realizar sus operaciones bancarias.

POTENCIADO POR DN

Las soluciones de mantenimiento de primera y segunda línea de DN no solo ofrecen el mayor número de técnicos del sector en todo el mundo; a través de DN AllConnect Data Engine, aprovechamos las conexiones de IoT en tiempo real de los dispositivos desplegados por Diebold Nixdorf y ofrecemos una primicia en el sector: un modelo de servicio verdaderamente predictivo y basado en datos para el canal de autoservicio bancario. Proporcionamos la solución correcta con el técnico correcto y la pieza correcta, en el momento adecuado, siempre. Logramos la máxima disponibilidad de los terminales para mejorar la experiencia de unos usuarios cada vez más exigentes. Nuestras soluciones le ayudarán a captar nuevos clientes y a aumentar los ingresos, al tiempo que reducen el coste total de propiedad y optimizan su eficiencia operativa interna.



"La disponibilidad global de nuestros terminales de autoservicio es superior al 99%. Al externalizar toda la red de autoservicio a Diebold Nixdorf, se han creado procesos de servicio eficaces para mantener esta disponibilidad general. El mantenimiento proactivo y el soporte de los terminales a distancia también conducen a este alto ratio."

- Kerstin Berghoff-Ising, miembro del Consejo de Administración de la Sparkasse Hannover



Gestión de efectivo y Empresas de Transporte de Valores (ETV)

EL DESAFÍO

El acceso cómodo al efectivo es fundamental para los usuarios. Es la principal razón por la que la gente utiliza los cajeros automáticos. Además, los cajeros automáticos generan más vinculación digital y satisfacción del cliente por interacción que cualquier otro canal físico. Dado que el coste del efectivo representa hasta el 50% del coste total anual de la propiedad de la red de cajeros, es necesario encontrar el equilibrio adecuado entre el mantenimiento de la disponibilidad de efectivo y la optimización de los costes logísticos y de efectivo inactivo, cumpliendo al mismo tiempo con los requisitos de seguridad y el control de los riesgos.

FACTORES DE ÉXITO

Estrategia integral, gestión diaria

La planificación del efectivo no es eficaz cuando se adopta un enfoque aislado. Para tener éxito, hay que considerar simultáneamente el potencial de optimización y las limitaciones. Por ello, la planificación del efectivo y la supervisión de su manejo deben consolidarse en una plataforma de servicios centralizada, que garantice la transparencia y la eficiencia.

Un modelo basado en datos

La previsión del uso del efectivo requiere el acceso a datos de alta calidad en la cantidad adecuada, con la frecuencia correcta, suministrados a través de una alimentación de datos automatizada. Una cantidad tan grande de datos requiere un software inteligente con aprendizaje automático avanzado para poder reconocer automáticamente los patrones de uso, las tendencias, la estacionalidad, los efectos de las vacaciones, las excepciones y mucho más. Así es como se obtienen previsiones fiables y una planificación de efectivo optimizada para todo tipo de cajeros (incluidos los recicladores de efectivo). De hecho, los datos pueden desglosar el tipo de contenedor, la divisa, la denominación y mucho más.

Flujos de trabajo de planificación de pedidos automatizados

La automatización de los flujos de trabajo ayuda al equipo de caja a reducir el trabajo manual y a reconocer los errores con antelación para poder mitigar los riesgos operativos o financieros.

Una asociación con ETV en la que todos salen ganando

Los horarios de transporte deben revisarse y optimizarse constantemente. También deben ser tan flexibles como lo permita la ETV y, siempre que sea posible, pasar a un modo totalmente dinámico "just in time". Para ello, debe trabajar de forma estrecha y transparente con las ETV, lo que le ayudará a resolver problemas operativos, probar continuamente nuevos enfoques, medir los resultados, perfeccionar los procesos y mejorar la colaboración.

Contrate a un equipo de expertos

La gestión del efectivo es un área, compleja multidisciplinar y muy de nicho. Requiere experiencia y conocimientos continuamente actualizados. Se necesitan especialistas que sepan configurar y manejar las herramientas más avanzadas y que puedan aplicar las mejores prácticas aprovechando el aprendizaje continuo y los ciclos de optimización de una amplia gama de proyectos.

POTENCIADO POR DN

Los servicios de gestión del efectivo incluidos en DN AllConnect Cash Management Services cuentan con un equipo de especialistas que optimizan la gestión del efectivo para entidades de todo el mundo. Tienen experiencia local y aprovechan tanto las mejores prácticas globales como la inteligencia obtenida de nuestra presencia mundial. El servicio, basado en datos, está impulsado por un algoritmo de aprendizaje automático único y patentado. El resultado es una optimización del proceso que reduce el coste global del efectivo, cumple con los requisitos de seguridad y regulatorios y ofrece una experiencia convincente al cliente.

"Los bancos y otros proveedores de servicios de cajeros automáticos suelen tener problemas con la gestión del efectivo. La respuesta está en una optimización del proceso de principio a fin basada en datos y en herramientas. La estrategia correcta, ejecutada por expertos, puede aportar importantes beneficios, como el ahorro de hasta un 35% en los costes relacionados con el efectivo y el aumento del tiempo de actividad para una mejor experiencia del usuario."

- Marco Goltz, Director Global de Servicios de Gestión de Efectivo, Diebold Nixdorf



Procesamiento y gestión de transacciones

EL DESAFÍO

Gestionar con seguridad y éxito grandes volúmenes de transacciones de cajeros automáticos, a cualquier hora, día tras día, es una tarea compleja. Pero éste es sólo uno de la larga lista de retos que plantea la gestión de las transacciones de cajeros automáticos. La lista incluye nuevos tipos de transacciones, la disponibilidad del sistema, la seguridad de los datos, la aceptación de múltiples esquemas de tarjetas, la aplicación de los mandatos de los esquemas de tarjetas, el escalado de los volúmenes y el cumplimiento de PCI. Además, hay que ser lo más efectivo posible en costes y aprovechar las oportunidades para aumentar la rentabilidad. Esto no es fácil en un entorno de contracción del número de operaciones y bajada de tasa de intercambio en muchos mercados. Otra necesidad es seguir el ritmo de la tecnología y la normativa en continua evolución, satisfacer las demandas de los consumidores de nuevos servicios, encontrar formas nuevas e innovadoras de prestarlos y superar los constantes obstáculos de los sistemas y operaciones previamente existentes.

FACTORES DE ÉXITO

Alta disponibilidad de proceso de transacciones

Que los usuarios puedan realizar transacciones cuando y donde quieran es crucial. La experiencia del usuario depende del rendimiento de los dispositivos de su red y de la disponibilidad de efectivo. También necesita una infraestructura y unas operaciones de alto rendimiento para soportar el procesamiento de las transacciones entre los cajeros automáticos y los hosts de los esquemas de tarjetas. La alta disponibilidad de los sistemas de procesamiento de transacciones le permite ofrecer una experiencia superior al consumidor, aumentar el número de transacciones realizadas en su red y mejorar la rentabilidad.

Cumplimiento de la normativa

Es esencial el pleno cumplimiento de las normas de funcionamiento de los esquemas, PCI-DSS y cualquier regulación local. El entorno normativo está en constante evolución. Esto implica actualizaciones frecuentes del entorno de procesamiento de transacciones, la aplicación de los mandatos de los esquemas de tarjetas, la documentación de los procesos y la realización de auditorías periódicas. Con más compromisos de datos que nunca y una legislación cambiante, mantener un entorno de procesamiento de transacciones que cumpla con la regulación es esencial para la rentabilidad y la credibilidad de su parque de cajeros automáticos.

Diversos tipos de transacciones

Ofrezca una amplia gama de tipos de transacciones y adaptese constantemente a las necesidades y hábitos de los consumidores. Además de las transacciones más comunes, como las retiradas de efectivo y las consultas de saldo, debe disponer de transacciones adicionales como la conversión dinámica de divisas, los depósitos y la dispensación de moneda extranjera. Además, como los comportamientos de los consumidores evolucionan constantemente, tiene que admitir nuevas tecnologías, como las transacciones sin tarjeta.

Proteja su negocio y a sus clientes

Dado que el fraude en los cajeros automáticos es una amenaza constante, la supervisión de los bienes y las transacciones en tiempo real puede ayudar a detectar ataques y patrones de ataque. Esta monitorización es cada vez más importante para las redes de cajeros automáticos y requiere la implementación de soluciones que blinden su red.

POTENCIADO POR DN

Las soluciones de Diebold Nixdorf pueden impulsar la integración de todo su ecosistema, incluyendo cualquier aplicación de terminal de cajero automático e infraestructura de back-end, para apoyar todos sus requisitos de procesamiento de transacciones de cajeros automáticos. Gracias a nuestra ágil capacidad de gestión de transacciones, nuestra infraestructura, nuestra propuesta comercial de asociación y nuestro experimentado equipo, simplificamos sus operaciones de procesamiento de transacciones de cajeros automáticos, ofreciéndole menores costes operativos, un menor tiempo de comercialización de nuevos servicios y una menor complejidad normativa. Nuestras soluciones son modulares. Usted puede seleccionar los elementos de servicio que nos subcontrata, garantizando el equilibrio de costes y beneficios.

“La alta disponibilidad y el cumplimiento normativo en el procesamiento de transacciones son esenciales para lograr la satisfacción de los clientes y la rentabilidad de un parque de cajeros automáticos. Los Servicios de Gestión y Procesamiento de Transacciones de DN ofrecen ambas cosas.”

- Bill Acheson, Head of Services Growth and Strategy, Diebold Nixdorf



Gestión de Terceros

EL RETO

No cabe duda. Gestionar una red de cajeros automáticos no es algo que se pueda hacer sólo con recursos internos. Requiere profundos conocimientos en áreas realmente diversas y herramientas sofisticadas, que sólo pueden proporcionar empresas extremadamente especializadas. Los procesos de identificación, selección, contratación, incorporación y gestión de acuerdos de nivel de servicio de proveedores externos consumen muchos recursos. Y garantizar la plena integración de las diversas soluciones de los proveedores en sus propios sistemas y procesos puede ser un problema mayor de lo que se pensaba inicialmente.

FACTORES CLAVE DEL ÉXITO

Proveedores de servicios especializados

Vivimos en un entorno de ritmo acelerado, en el que la complejidad crece constantemente, lo que exige un nivel de especialización cada vez mayor. Esto también se aplica al ecosistema de los cajeros automáticos. Usted necesita especialistas que puedan garantizar que su canal está a la altura de las expectativas de sus usuarios, es seguro y cumple la regulación. Los expertos pueden ayudar a gestionarlo de forma eficiente, optimizar su coste de propiedad y ayudar a tomar decisiones operativas y tecnológicas a corto y largo plazo.

Un amplio conjunto de especialidades

Algunos ejemplos de experiencia específica en cajeros automáticos son las instalaciones, la seguridad, el monitoreo, el mantenimiento, la gestión del ciclo de vida del software, el procesamiento de las transacciones y la experiencia del usuario. Contratar y mantener el nivel necesario de conocimientos y recursos internos tiene un coste muy elevado y no garantiza el éxito.

Comprender las complejidades de la subcontratación

Confiar en proveedores de servicios externos conlleva sus propios retos. ¿Qué se pide a los proveedores? ¿Cómo se les evalúa y selecciona? ¿Cómo sabe que utilizan las herramientas y procesos más avanzados? ¿Cómo se mide y comprueba su rendimiento? ¿Cómo se asegura de que no tengan una perspectiva aislada, de modo que trabajen bien juntos y con sus equipos internos para alcanzar sus objetivos?

Un único punto de responsabilidad

La racionalización de la subcontratación es posible cuando se designa a un único socio para que le ayude a definir y ejecutar una visión y una estrategia ganadoras para el canal de autoservicio. Los expertos le ayudan a identificar cómo puede hacer crecer su canal de autoservicio, maximizar la satisfacción del usuario, aumentar la eficiencia y reducir el coste total de propiedad. Deje que aporten los recursos necesarios cuando los necesite. Deje que orquesten a los proveedores externos de servicios y a sus equipos internos. Deje que apliquen las mejores prácticas, que asuman la responsabilidad y que cumplan sus indicadores clave de rendimiento.

POTENCIADO POR DN

¿Está dispuesto a transferir la carga de la implementación y gestión de su red a un socio de confianza? Con Diebold Nixdorf, tendrá acceso a la experiencia del líder mundial y a una amplia base de conocimientos globales. Le ayudamos a diseñar una estrategia ganadora para su canal de autoservicio, adaptada al contexto en el que opera. Aportamos las herramientas más avanzadas junto con los mejores procesos y una red de terceros de eficacia demostrada para cualquier aspecto que desee que gestionemos. Nuestro compromiso con usted es el aumento de los ingresos generados directa o indirectamente por su canal de autoservicio, la eficiencia del personal, una mayor velocidad de comercialización, la optimización de la experiencia de usuario, la mejora del cumplimiento normativo y de la seguridad, y la reducción del coste total de propiedad.

bankdata

“Si se observa el uso del tiempo del equipo que gestionaba la red de cajeros automáticos, probablemente estaban dedicando alrededor del 60% de su tiempo a la gestión de la red y el 40% al desarrollo de nuevas funcionalidades. La asociación con Diebold Nixdorf significa que ahora tienen una oportunidad mucho mayor de centrarse en nuevas funciones que pueden ayudarnos a preparar a nuestros bancos y nuestros canales para el futuro durante muchos años. Estamos muy contentos de poder soportar las solicitudes estratégicas de TI de nuestros 11 bancos asociados, acelerar nuestro tiempo de comercialización con nuevas funcionalidades y apoyar la última tecnología de la manera más optimizada y eficiente posible.”

- Asbjørn Møldrup Pedersen, Director de Cajeros Automáticos, Bankdata (Países Nórdicos)



Gestión de la experiencia del usuario y del marketing

EL DESAFÍO

A medida que se reducen significativamente las visitas a las sucursales y las interacciones con los empleados de las mismas, el cajero automático puede convertirse en la mejor forma de atender, informar y atraer a los consumidores las 24 horas del día. Por lo tanto, es fundamental que una plataforma de software flexible y abierta impulse su red de autoservicio, con funcionalidades y servicios avanzados, al tiempo que se aprovecha su poder como canal de comercialización eficaz. La personalización de la experiencia de usuario para los consumidores y las pequeñas y medianas empresas es también una oportunidad. Con la tecnología adecuada, el canal de autoservicio puede ofrecer experiencias significativas y diferenciar realmente su red del resto de cajeros automáticos.

FACTORES CLAVE DEL ÉXITO

Elija un software de terminal abierto y flexible

La conectividad y las interacciones significativas van de la mano. Es fundamental implementar un software de terminal que no solo permita una funcionalidad básica y avanzada, sino que también garantice una rápida introducción en el mercado de nuevos servicios de forma ágil, aprovechando la conectividad central y otros entornos de back-end para impulsar la vinculación de los usuarios y experiencias optimizadas.

Personalizar la experiencia

Los consumidores quieren ser reconocidos y comprendidos, incluso en el cajero automático. Según un estudio reciente, el 35%* de las entidades están ofreciendo alguna forma de personalización, como el idioma preferido y los importes de dispensaciones rápidas, mientras que el 31% está mejorando la experiencia a través de campañas que proporcionan a los consumidores ofertas bancarias segmentadas mientras están en el cajero. Esas mejores experiencias se traducen en una mayor fidelidad, ventas adicionales y captación de clientes.

Despliegue contenidos con facilidad

La gestión centralizada del marketing puede ayudar a dirigirse a los consumidores con información relevante y oportuna, y puede crear experiencias personalizadas, intuitivas e impactantes durante cada transacción de autoservicio. Con herramientas fáciles de usar, el personal no técnico puede gestionar y desplegar el contenido de marketing en todos los canales de forma más rápida, con un coste menor y hacer un seguimiento de los resultados.

Aumentar el conocimiento de la marca

Los mensajes pueden ser tan sencillos como aplicar una imagen de marca coherente o dar a conocer nuevos productos utilizando el bucle de inactividad, las pantallas de "por favor, espere" y "gracias". Estos mensajes pueden presentarse mediante campañas estáticas no interactivas a todos los usuarios en los cajeros automáticos de toda la red.

Diríjase a los clientes ajenos con campañas de adquisición

Mejore la experiencia del usuario aprovechando su red para realizar campañas estratégicas a los no clientes, mediante la identificación del BIN. O bien, diríjase a ubicaciones de cajeros automáticos específicas, como las de los campus universitarios, con una experiencia y un mensaje diseñados específicamente para esos consumidores. El contacto se percibirá auténtico porque es el resultado de entender quiénes son y cómo realizan sus operaciones bancarias.

Ventas cruzadas o de mayor calidad a los clientes existentes

Atraiga a los consumidores y permita una conversación personal y bidireccional dirigida a un único titular de la tarjeta. Con texto dinámico, junto con gráficos de gran impacto, se pueden presentar comunicaciones inteligentes a consumidores individuales en función de sus intereses y comportamientos únicos, y solicitar una respuesta.

POTENCIADO POR DN

Diebold Nixdorf lleva décadas ayudando a las entidades a crear experiencias de autoservicio significativas para sus consumidores. Y ahora, con el software de interacción avanzado alojado en nuestro entorno seguro en la nube, accesible desde cualquier navegador, le damos la libertad de desplegar mensajes de marketing innovadores y personalizados. Como servicio o como servicio administrado, las campañas pueden administrarse desde cualquier lugar y en cualquier momento, mientras nosotros gestionamos y mantenemos la infraestructura de back-end.

*"El marketing online es cada vez más anónimo y más caro, lo que dificulta la visualización de anuncios personalizados y eficaces. Al mismo tiempo, el canal de los cajeros automáticos puede ofrecer una segmentación perfecta de los consumidores a un coste extremadamente bajo y con altas tasas de conversión: el 11% de los consumidores que compraron un producto financiero afirman que lo conocieron a través de un mensaje leído en la pantalla del cajero automático**. Los responsables de marketing de las entidades financieras deben pensar en su red de cajeros automáticos como un canal de marketing estratégico para la captación de clientes, la venta cruzada y la venta ascendente."*

- Jürgen Kisters, Vice President, Global Banking Marketing, Diebold Nixdorf

*2020 ATM & Self-Service Software Trends, ATM Marketplace

**Encuesta internacional de Nielsen IQ sobre consumo y tecnología en la banca minorista, encargada por Diebold Nixdorf, marzo de 2021



Análisis, información y elaboración de informes

EL DESAFÍO

¿Cómo sabe el rendimiento de su red de cajeros automáticos? ¿Es su disponibilidad técnica lo suficientemente alta? ¿Se resuelven las incidencias según los SLA acordados? ¿Se gestionan los niveles de efectivo de forma eficiente en todos sus terminales? ¿Hay lugares en los que se beneficiaría de un cajero automático adicional o de un reciclador de efectivo? ¿O tal vez lugares en los que no hay razones de negocio para un cajero automático? ¿En qué medida su red impulsa la captación de clientes o la venta de productos a los clientes existentes? ¿Los árboles no le dejan ver el bosque? No es el único.

Las empresas de éxito utilizan los datos y la información para ayudar a desarrollar sus estrategias, revisar sus modelos operativos y mejorar continuamente sus servicios al tiempo que ganan en eficiencia. El reto cuando se trata de gestionar una red de cajeros automáticos comienza con la cantidad de datos, la amplitud de los temas que requieren análisis y las fuentes dispares. El siguiente reto es conseguir las herramientas para recopilar los datos y procesar la información, por no hablar de contar con la experiencia necesaria para analizar y extraer información relevante. Y como el tiempo es esencial, la información debe producirse con rapidez para que pueda utilizarse en la toma de decisiones.

FACTORES DE ÉXITO

Identificar los puntos de captura de datos

Entender qué puntos de captura de datos deben rastrearse requiere una comprensión profunda y holística de todos los entresijos de la gestión de una red de cajeros automáticos, de todos los factores que influyen en su rendimiento y gestión y de cómo están interconectados.

Despliegue de herramientas avanzadas y automatizadas

Ha oído hablar de IoT, computación en la nube, aprendizaje automático, IA, etc. No son palabras de moda, sino las tecnologías mínimas necesarias para procesar una gran cantidad de datos en tiempo real (o casi). No lo olvide: su objetivo no es sólo detectar patrones en el pasado o seguir con precisión el presente, sino también predecir el futuro.

El toque humano

La inteligencia artificial comienza con la inteligencia humana, y ambas se alimentan mutuamente de forma continua. Se trata de un bucle de aprendizaje continuo y el resultado es una base de conocimientos continuamente enriquecida. Pero solo la experiencia humana, a través de un equipo de especialistas en análisis de datos relacionados con los cajeros automáticos, puede interpretar los datos de toda la red y de cada uno de los cajeros y convertirlos en conocimientos para tomar decisiones informadas y localizadas.

Optimizar la visualización

Esto está relacionado con las interfaces de visualización y presentación. La comunicación es clave y lo que se quiere es transmitir el mensaje. Es importante mostrar la información de una manera que se entienda fácilmente, y esto es una ciencia en sí misma.

POTENCIADO POR DN

Análisis, información e informes: DN puede cubrirlo todo para usted. Décadas de experiencia probada en la prestación de servicios administrados que cubren todos los aspectos de la gestión de redes de cajeros automáticos de todos los tamaños y en todas las geografías hacen que nuestra base de conocimientos sea única. Usted se beneficia de la culminación de nuestra inteligencia global y de la aplicación de ese conocimiento en el contexto local de cada equipo; se enriquece continuamente a medida que recopilamos constantemente inteligencia adicional. A través de DN AllConnect Data Engine, utilizamos los últimos desarrollos en conectividad IoT, computación en la nube, aprendizaje automático e IA para una gestión de la red totalmente orientada a los datos. Ofrecemos una gama de herramientas que puede utilizar para acceder a los datos en tiempo real, y un conjunto único de conocimientos para obtener ideas a la medida que aportan valor y crecimiento.

“Sólo el 26% de los bancos extrae lo mejor de los datos. La mayoría de los bancos no aprovechan sus ventajas en materia de datos. Los sistemas heredados hacen que la gestión de datos sea tediosa¹.”

¹Fuente: Análisis de Servicios Financieros de Capgemini, 2020; Entrevistas y Encuesta a Ejecutivos de Banca Global 2020



CONCLUSIÓN

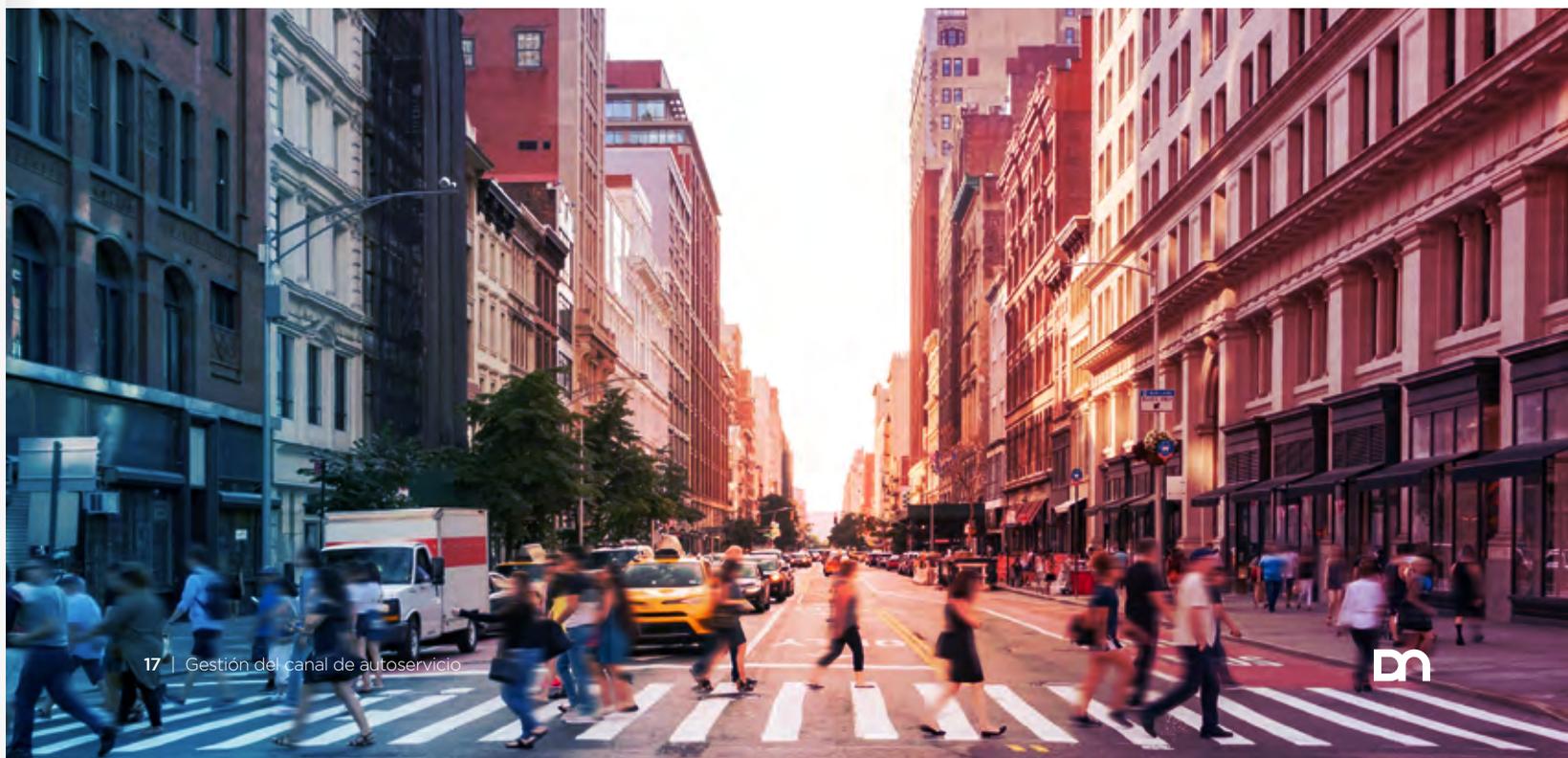
Doce pilares. Cada uno de ellos tiene sus retos y ningún pilar es más o menos importante que los demás. Cada uno de ellos presenta importantes oportunidades que se apoyan unas en otras, y cuando un pilar se tambalea, se produce un efecto dominó. La forma de equiparse para cada pilar puede ser diferente. DN conoce los desafíos por dentro y por fuera, y tiene las mejores prácticas para tratarlos de manera fluida y eficiente. No tiene que invertir todos sus recursos en la gestión de la complejidad; en su lugar, puede centrarse en identificar y aprovechar las oportunidades de crecimiento.

DN tiene la mayor base instalada de cajeros automáticos del mundo, cerca de 1 millón de equipos, y el servicio siempre ha estado en nuestro ADN. Como empresa, hemos ofrecido servicios administrados para equipos de autoservicio durante más de 20 años y actualmente gestionamos más de 200.000 terminales en todo el mundo. Nuestra relación con los clientes de servicios administrados es una asociación verdadera y transparente; un viaje claro hacia la optimización y el crecimiento. Nos integramos con sus tecnologías y nos convertimos en un solo equipo con el suyo. Nos adaptamos a sus necesidades y las satisfacemos, tanto si se trata de dar soporte a un pilar, a muchos de ellos o de gestionar su red de principio a fin en su nombre. Le ayudamos a entender el panorama general, a definir una estrategia ganadora, a planificarla y a ejecutarla. **Conocemos los numerosos detalles que conlleva la gestión de una red de cajeros automáticos, y podemos ayudarle a gestionar cada uno de ellos.**

He aquí algunos ejemplos de cómo se beneficiará al asociarse con DN:

- Podemos ayudarle a ser ágil y acelerar su velocidad de comercialización con innovaciones centradas en el consumidor que impulsan el crecimiento.
- Utilizamos las últimas tecnologías para garantizar que su red tenga siempre un alto rendimiento, sea segura, cumpla la normativa y esté preparada para el futuro.
- Puede acceder a los mejores procesos y conocimientos mundiales, a equipos locales de expertos y a inteligencia basada en datos para impulsar la disponibilidad diaria y fundamentar las estrategias y la toma de decisiones.
- Disfrutará de un TCO optimizado y de una mayor rentabilidad.

En las siguientes páginas, compartiremos cómo nos hemos asociado con clientes de todo el mundo para ayudarles a liberar valor y oportunidades con un canal de autoservicio rentable, innovador y generador de crecimiento.





bank99



Michael Wiedeck
Director de ventas,
bank99

“Nuestro objetivo es expandirnos en el mercado adquiriendo nuevos clientes y ofreciendo más servicios a los ya existentes. Socios como Diebold Nixdorf lo hacen posible al ofrecer las soluciones fiables y seguras que nuestros clientes necesitan, integrándose en nuestro ecosistema y asumiendo toda la responsabilidad para que **nuestro equipo pueda cambiar su enfoque de la gestión operativa, a la planificación y el crecimiento estratégico.**”

bank99

Austria

709 millones
de dólares en activos totales

1.800 puntos de servicio,
de los cuales **400** sucursales

480 terminales de autoservicio



El cliente

bank99 es una marca verdaderamente austriaca, comprometida a servir al 99% de los consumidores austriacos. Como recién llegado al mercado, su misión es ofrecer una forma diferente de realizar operaciones bancarias. Desde sus inicios, han buscado enfoques innovadores para ofrecer servicios financieros sencillos y sin fricciones, tanto física como digitalmente. Se han movido con rapidez y decisión, entrando en funcionamiento en abril de 2020, sólo 377 días después de iniciar el proyecto. Diebold Nixdorf entregó una solución de “ATM-as a-Service” probada y en pleno funcionamiento en solo tres meses. Esto fue posible gracias a la larga experiencia de la empresa en la gestión de canales de autoservicio integrales en nombre de clientes de todo el mundo y a un equipo local de expertos en una amplia gama de áreas. bank99 confió a Diebold Nixdorf la plena responsabilidad operativa de su canal de autoservicio, optando por un modelo de pago por suscripción. La oferta de DN “as a Service” integra perfectamente el hardware, el software y los servicios en una solución integral, proporcionando una escalabilidad más rápida y optimizando las operaciones internas

de bank99. Elimina tanto los costes como los riesgos relacionados con la propiedad de la red de autoservicio, a la vez que ofrece una experiencia mejorada al usuario final por una cuota de suscripción mensual predecible y todo en uno.

Sus objetivos

- Satisfacer la demanda de los consumidores de una banca segura, flexible, fácil de usar y accesible en el mundo físico.
- Implantar rápidamente una red de autoservicio totalmente operativa
- Permitir una amplia gama de tipos de transacciones (en efectivo y no en efectivo) a través de la zona de autoservicio
- Aumente la flexibilidad con un modelo de pago por suscripción de cajeros automáticos
- Subcontratar la gestión integral de su flota a un socio tecnológico único de hardware, software y servicios



Nuestras soluciones

- Gestión del ciclo de vida del hardware (en toda la red de cajeros -incluidos los recicladores-, y quioscos) y servicios de instalación
- Mantenimiento de segunda línea y motor de datos DN AllConnect Data Engine
- Conjunto completo de servicios administrados que incluyen la implantación de software, la seguridad y el cumplimiento normativo, la optimización y la gestión del efectivo, la supervisión y la gestión de eventos y la asistencia integrada del servicio técnico

Nuestro impacto



En tres meses, la primera oleada de cajeros automáticos se desplegó con éxito y plenamente operativa



Un despliegue de instalaciones muy bien planificado y ejecutado garantizó que toda la red se instalara a tiempo



La tecnología basada en datos y los conocimientos humanos garantizan una alta disponibilidad, **una experiencia superior del usuario y su satisfacción** desde el primer día



La subcontratación permitió que la organización siguiera siendo ágil **sin necesidad de invertir en herramientas e infraestructura y su mantenimiento**



Los recursos internos pueden **centrarse en la planificación y el crecimiento estratégico** en lugar de en la gestión diaria de la red

*“Teníamos la visión de que nuestros clientes tuvieran acceso a nuestras ofertas diferenciadas a través de un canal conectado. **Con Diebold Nixdorf, ahora tenemos los recursos y la asociación comercial para convertir esa visión en una realidad con un coste óptimo para operar.** Como empresa bancaria emergente en el siglo XXI, la capacidad de escalar nuestra oferta de banca minorista digital a nuestros clientes austriacos en muchas ubicaciones remotas no sólo es valiosa, sino también absolutamente crítica.”*

- Patrick Kovacs, Director de Proyectos y Programas, bank99



ČSOB (Československá Obchodní Banka)



Radek Hayek
Executive Director of Retail Distribution,
ČSOB

“Elegimos a Diebold Nixdorf por su capacidad para liderar continuamente la innovación y la eficiencia en el área de los cajeros automáticos. **Son un socio fiable y un actor clave en la transformación digital** general que estamos impulsando en todo el proceso dentro del banco. Desde mi punto de vista, Diebold Nixdorf es uno de los proveedores líderes del mercado, por lo que estamos contentos de tenerlos en nuestro equipo.”

ČSOB

República Checa

8.500 millones de coronas
chechas de beneficio neto

4,2 millones de clientes

212 sucursales / **2.500** puntos de
venta en Correos de la República Checa

1.025 cajeros automáticos

8.300 empleados



El Cliente

El grupo ČSOB es una de las mayores organizaciones de servicios financieros de la República Checa. Está liderando la transformación digital en el sector bancario en toda Europa; ofrecer la máxima calidad de servicio y asesoramiento a los consumidores es el centro de su estrategia digital. ČSOB también ha perseguido firmemente su objetivo de trasladar todas las transacciones de efectivo de la ventanilla al área de autoservicio, por lo que el tiempo de actividad técnica y la disponibilidad de efectivo son innegociables.

Diebold Nixdorf y ČSOB iniciaron su colaboración en 2001, y la relación ha crecido y evolucionado a lo largo de los años. En la actualidad, toda la flota de autoservicio de ČSOB, compuesta por 1.025 cajeros automáticos, es suministrada y operada de principio a fin por Diebold Nixdorf. Los Servicios Gestionados de Diebold Nixdorf han permitido a ČSOB racionalizar su personal de operaciones dedicado a los cajeros automáticos y al mismo tiempo, minimizar las inversiones en caras herramientas de gestión y los costes de mantenimiento relacionados.

Como resultado, ČSOB amplió sin problemas el alcance de su canal de autoservicio, aumentó la calidad del servicio a los consumidores y se benefició de la reducción del coste total de propiedad (TCO).

Sus objetivos

- Implementar los mejores cajeros automáticos con la mayor capacidad de procesamiento de efectivo, mayor velocidad y menor consumo de energía
- Maximizar la seguridad con más protección contra ataques físicos, de datos y cibernéticos
- Inversión en cajeros automáticos y funcionalidad a prueba de futuro
- Sentar las bases para las sucursales sin ventanillas y sin personal



Nuestras soluciones

- Gestión del ciclo de vida del hardware y servicios de implementación para una flota de 1.025 dispositivos de autoservicio de DN, incluidos los DN Series™
- Externalización de la gestión y operación del canal autoservicio integral con DN, incluyendo:
 - Mantenimiento de 1ª y 2ª línea impulsado por DN AllConnectSM Data Engine
 - Monitoreo y gestión de eventos, mesa de ayuda integrada, gestión de inventario
 - Despliegue de software
 - Seguridad y cumplimiento normativo
 - Gestión de efectivo y ETV
 - Procesamiento y gestión de transacciones
 - Experiencia del usuario y gestión de marketing con Vynamic[®] Marketing Software
 - Análisis, e informes

Nuestro Impacto



Reducción del coste del efectivo y aumento de la disponibilidad: Tiempo de funcionamiento de los cajeros del 99,8% y disponibilidad de efectivo del 99,98%.



Los recicladores de efectivo de gran capacidad reducen la necesidad de servicios de efectivo frecuentes y permiten una **transición fluida al modo sin ventanillas**



Mayor sostenibilidad gracias al bajo consumo de energía de la serie DN, menos reparaciones en sitio, reciclaje de efectivo y menos visitas de la ETV



Seguridad y cumplimiento de la normativa siempre activos; mayor protección contra los ataques físicos y cibernéticos



Campañas de marketing **específicas eficaces y rentables** con Vynamic[®] Marketing



Equipo de operaciones interno **racionalizado**



Los empleados de las sucursales tienen **más tiempo para atender, asesorar y aumentar los ingresos**

“El uso de los Servicios Gestionados de Diebold Nixdorf nos ha permitido agilizar nuestras operaciones internas y devolver tiempo a nuestros empleados, que pueden utilizar para dar soporte a nuestros clientes y aumentar los ingresos. También hemos logrado un importante ahorro de costes y experimentamos constantemente una disponibilidad de efectivo superior a la media.”

- Radek Hayek, Executive Director of Retail Distribution, ČSOB



FOREX

FOREX



Ann-Charlotte Bergström
Manager Strategic Relationships & ATM,
FOREX

“Sabíamos que la externalización de la gestión integral de nuestro canal de autoservicio aumentaría la eficiencia y generaría ingresos adicionales. Asociarnos con Diebold Nixdorf ha sido un punto clave para nuestra organización.”

FOREX

Suecia

5 millones de clientes al año

80 sucursales

100 cajeros automáticos en Finlandia,
Noruega y Suecia

500 empleados



El Cliente

FOREX es el líder del mercado cuando se trata de dinero para viajes y divisas en los países nórdicos. Después de abrir su primera sucursal en Estocolmo en 1965, FOREX está ahora presente en toda Suecia, Noruega, Finlandia y Dinamarca, atendiendo a más de 5 millones de clientes cada año a través de casi 80 sucursales.

La asociación entre FOREX y Diebold Nixdorf comenzó cuando FOREX firmó un contrato de servicios gestionados con Diebold Nixdorf para la gestión integral de toda su flota de cajeros automáticos. El foco en el cliente es la fuerza clave que impulsa las operaciones de ambas empresas y ha dado lugar a una colaboración sólida y exitosa. Mientras que FOREX sigue teniendo como objetivos el crecimiento y un enfoque centrado en el consumidor y la digitalización, Diebold Nixdorf ha proporcionado la plataforma de innovación para hacer realidad nuevas oportunidades, incluyendo el aumento de los puntos de contacto con el consumidor, la mejora de la eficiencia operativa y la reducción de las complejidades en todo el canal de cajeros automáticos.

Con un conocimiento especializado del sector, Diebold Nixdorf ha trabajado mano a mano con la organización para definir y

desarrollar su estrategia de autoservicio. Como parte de un enfoque de canal integrado, FOREX ha aumentado su número de cajeros automáticos de 35 en 2019 a 100 en 2022, incluyendo los DN Series™, en ubicaciones clave con gran afluencia de personas, como aeropuertos y estaciones de tren.

Sus objetivos

- Despliegue rápido y eficaz de una red de autoservicio totalmente operativa en varios países
- Ofrecer a los consumidores una disponibilidad 24x7 líder en el mercado
- Maximizar la protección contra posibles ataques
- Subcontratar la gestión integral de la flota a un socio de servicios tecnológicos único
- Proporcionar innovaciones y ofrecer nuevas y atractivas experiencias a los consumidores.
- Impulsar oportunidades de ingresos adicionales a través del canal de autoservicio



Nuestras soluciones

- Implementación de toda la flota de 100 cajeros automáticos, incluyendo DN Series
- Gestión del ciclo de vida del hardware y el software
- Financiación de activos
- Seguridad y cumplimiento normativo a través de Vynamic® Security
- Monitorización 24/7, gestión de eventos y centro de ayuda al cliente integrado
- Mantenimiento de segunda línea potenciado con DN AllConnect™ Data Engine
- Procesamiento de transacciones a través de Vynamic® Transaction Engine
- Gestión de marketing

Nuestro impacto



Alta disponibilidad: Los cajeros automáticos están siempre en funcionamiento; el tiempo de inactividad se ha reducido al mínimo



Un único punto de responsabilidad: establecimiento rápido y eficiente de las operaciones y capacidades de externalización en varios países



Seguridad y cumplimiento de la normativa siempre activos: protección multicapa a prueba de ataques.



Gestión multdivisa: **12 monedas diferentes**



Diseño innovador de los cajeros y gran pantalla táctil interactiva, **que facilita la experiencia del usuario y la publicidad**



Cajeros automáticos como embajadores de la marca: aumento de la visibilidad en lugares clave, oportunidades de contacto las 24 horas del día y generación de ingresos adicionales



Fuerte crecimiento de la flota de cajeros automáticos: De 35 cajeros en 2019, a 100 en 2022

“DN AllConnect Services nos ayuda a ser más competitivos y a tener más éxito en el mercado. Nos hemos vuelto mucho más ágiles y Diebold Nixdorf aporta competencia y soluciones a medida de nuestras necesidades. Con Diebold Nixdorf, podemos llevar la innovación más rápidamente al mercado y diferenciarnos.”

- Carolina Bopp, Senior Dealer, FOREX



Founders Federal Credit Union



Joe McCain
Director de Compras,
Founders Federal Credit Union

“En Founders nos mueve una cosa y sólo una: el servicio a los afiliados. Nos comprometemos a proporcionar el más alto nivel de servicio a nuestros más de 200.000 miembros, día tras día. Nuestra larga colaboración con Diebold Nixdorf nos ayuda a cumplir este compromiso. Seguimos impresionados por su **orientación al cliente, su innovación y su calidad de servicio.**”

Founders Federal Credit Union

Estados Unidos

3.000 millonede dólares en
activos totales

Aproximadamente **650** empleados

30 sucursales

70 dispositivos de autoservicio



El cliente

Founders Federal Credit Union, fundada en 1950, es una institución financiera sin ánimo de lucro que presta servicios financieros a cualquier persona que viva o trabaje en una comunidad que reúna los requisitos necesarios y a los empleados y jubilados de determinadas empresas afiliadas, organizaciones y asociaciones. Se les reconoce sistemáticamente como una de las cooperativas de crédito más innovadoras de Estados Unidos. También son clientes de Diebold Nixdorf desde hace más de 25 años y se han asociado con nuestros expertos en servicios administrados durante 15 años.

A lo largo de los años han aumentado continuamente la externalización de la gestión de su canal de autoservicio a Diebold Nixdorf. Esto ha ayudado a racionalizar el personal interno de operaciones de cajeros automáticos, que ha sido redistribuido a otras partes del negocio. Nuestro soporte de servicios administrados también ha permitido a Founders minimizar las inversiones en costosas herramientas de gestión y los costes de mantenimiento asociados. Como resultado del cambio a los servicios gestionados de DN, Founders ha ampliado sin problemas la huella de su canal de autoservicio, ha aumentado la calidad del servicio a los consumidores y ha visto reducido su coste total de propiedad (TCO).

Sus objetivos

- Eliminar la complejidad relacionada con la implantación de parches del sistema operativo y los requisitos de cumplimiento de la normativa PCI
- Subcontratar la gestión integral del efectivo a un único proveedor responsable de la disponibilidad de efectivo y la optimización de los costes
- Mejorar el control de los riesgos relacionados con la seguridad para proteger la reputación de su marca y a sus consumidores
- Mejorar la experiencia del consumidor aumentando la disponibilidad y ofreciendo una interacción personalizada a cada usuario
- Aprovechar el poder de su canal de autoservicio para aumentar la fidelización, impulsar la captación de clientes y fortalecer la relación con los afiliados existentes



Nuestras soluciones

- Suministro e instalación de cajeros automáticos a través de la pared y de coche, incluyendo actualizaciones tecnológicas como ActivEdge
- Mantenimiento de primera y segunda línea impulsado por el motor de datos DN AllConnect Data Engine
- Conjunto completo de servicios administrados que incluyen la supervisión y la gestión de eventos, el servicio de atención integral al cliente, la gestión de inventarios, la recuperación de diarios electrónicos, la implantación de software, el núcleo de seguridad y la previsión optimización y gestión del efectivo
- Dynamic® Marketing como servicio
- Seguridad física

Nuestro impacto



Más del 99% de disponibilidad técnica y de efectivo + experiencia de usuario personalizada garantizan una alta satisfacción del cliente



Seguridad y cumplimiento de la **normativa permanente**



Reducción continua del TCO



Redistribución del personal operativo interno



Campañas de marketing **de alto impacto y rentables**

“La gestión del efectivo y de nuestra ETV simplemente requería demasiado tiempo de nuestros equipos de sucursales y de central. La gestión eficiente del efectivo, combinada con la necesidad de cumplir con los requisitos de seguridad y regulatorios, complicaba el proceso. La transferencia de la gestión integral del efectivo a Diebold Nixdorf ha cambiado las reglas del juego. Ahora ofrecemos una mejor experiencia a los socios y podemos redirigir a nuestros empleados hacia donde aportan más valor, al tiempo que reducimos nuestros costes relacionados con el efectivo.”

- Joe McCain, Director de Compras, Founders Federal Credit Union



Sparkasse Hannover



Kerstin Berghoff-Ising
Miembro del Consejo de Administración,
Sparkasse Hannover



“Puedo decir que **nuestra estrecha colaboración con Diebold Nixdorf ha supuesto un ahorro de costes del 30-40%**. Las tareas de las que antes se encargaba un equipo de 4-5 compañeros las realiza ahora un solo empleado a tiempo parcial, por así decirlo.”

Sparkasse Hannover

Alemania

16.500 millones de euros en activos

Aproximadamente **1.700** empleados

6ª de **372** cajas de ahorros alemanas

Aproximadamente **100** ubicaciones

Más de **450** terminales



El cliente

Con unos activos totales de 16.500 millones de euros, la Sparkasse Hannover es la sexta caja de ahorros alemana y cuenta con unos 1.700 empleados. El banco cuenta con una flota de más de 450 terminales de autoservicio repartidos en unas 100 ubicaciones.

Sparkasse Hannover y Diebold Nixdorf han mantenido una estrecha colaboración durante casi 20 años. La asociación alcanzó un nuevo nivel a principios de 2019, cuando la Sparkasse Hannover pasó a un modelo de pago por suscripción mensual después de haber transferido la propiedad de su flota a una empresa de leasing y una parte importante de sus operaciones a Diebold Nixdorf. Como resultado, la calidad del servicio al usuario final ha mejorado significativamente -la disponibilidad ha aumentado al 99%- y los costes se han reducido hasta un 40%.

Sus objetivos

- Mayor fiabilidad de los cajeros automáticos para aumentar la afluencia, los ingresos y la experiencia de los clientes
- Conocimiento preciso de los nuevos requisitos normativos nacionales e internacionales con un proceso sin fisuras para garantizar el cumplimiento permanente y superar todas las auditorías
- Gestión más fácil del ciclo de vida de los equipos con una visión 100% precisa de todos los componentes de cada terminal
- Despliegue simplificado de las actualizaciones de software en un parque formado por varios tipos de terminales, adquiridos en diferentes momentos, con diferentes software y configuraciones
- Aumentar/reducir los recursos y la capacidad bajo demanda con acceso al conjunto de conocimientos adecuados en el momento oportuno
- Inversión y funcionalidad de los cajeros automáticos a prueba de futuro, acelerando el despliegue de recicladores de efectivo rentables y sustituyendo los terminales más antiguos por otros más eficientes desde el punto de vista energético, con un tamaño menor y un diseño de vanguardia



Nuestras soluciones

- DN Series 200H/ DN Series 200C/ DN Series K30, con conexión a Internet de las Cosas
- Servicios totales de instalación
- Servicios de mantenimiento de primera y segunda línea impulsados por el motor de datos en tiempo real de DN AllConnect Data Engine
- Servicios de asistencia completos que incluyen la supervisión y la gestión de eventos y el servicio de centro de ayuda
- Gestión de inventarios
- Implantación de software

Nuestro impacto



Aumento de la disponibilidad

a más del **99%**



Reducción del número de incidentes

y resoluciones más rápida



Implantación de parches

de software sin fisuras



Mayor seguridad y cumplimiento **normativo permanente**



Mayor eficiencia

en la gestión del ciclo de vida de la red



Un importante ahorro de costes

de entre el **30%** y el **40%**, lo que supone un menor coste total de propiedad



Reducción de las necesidades de personal:

la mayoría de las tareas operativas se han transferido a DN, lo que ha permitido reducir el equipo de 4-5 a **1 personas**

“La disponibilidad global de nuestros dispositivos de autoservicio es superior al 99%. La externalización de toda la flota de autoservicio a Diebold Nixdorf significa que se han creado procesos de servicio eficaces para mantener esta disponibilidad general. El mantenimiento proactivo y la resolución automatizada y remota de incidencias también contribuyen a este alto ratio.”

- Patrick Schlicke, director de TI y proveedores de servicios, Sparkasse Hannover



VyStar Credit Union



Melissa Thomas

Senior Vice President, Operations and Payments,
VyStar Credit Union

“Desde nuestras operaciones diarias hasta nuestros retos más estratégicos, Diebold Nixdorf entiende nuestro negocio. **No operamos como una típica relación cliente-proveedor, sino que realmente trabajamos juntos como un equipo.** La relación se basa en la transparencia y la honestidad. Nuestro equipo DN tiene una capacidad de resolución de problemas tan fantástica y un conocimiento tan profundo del sector que a veces se anticipan a nuestras preguntas. Apreciamos su actitud de podemos hacerlo.”

VyStar Credit Union

EE.UU.

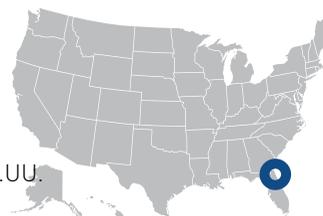
12.000 millones de
dólares en activos

16^a cooperativa de crédito de EE.UU.

62 sucursales

Más de **230** cajeros automáticos

Más de **2.000** empleadas



El cliente

Desde 1952, VyStar Credit Union se ha centrado en mejorar la vida financiera de sus miembros y en apoyar a las comunidades a las que sirve. La cooperativa de crédito se ha expandido y transformado su negocio continuamente para ofrecer servicios mejores a sus miembros. La asociación entre Diebold Nixdorf y VyStar también sigue creciendo y fortaleciéndose. Como cliente de servicios administrados durante años, VyStar ha aumentado recientemente sus operaciones con servicios administrados adicionales proporcionados por Diebold Nixdorf. Esto coloca al canal de cajeros automáticos de la cooperativa de crédito a la vanguardia de su estrategia para mejorar la experiencia de los miembros y aumentar la satisfacción de los clientes y la competitividad, al tiempo que se obtienen ingresos adicionales. La inteligencia basada en datos, junto con las capacidades de resolución automatizada y la experiencia de los técnicos de DN y los agentes del centro de ayuda, permitieron aumentar la disponibilidad técnica de los cajeros automáticos de Vystar al 99,5%. En un mundo en el que la comodidad, la facilidad y la rapidez son prioritarias, VyStar impulsó la satisfacción de sus miembros ofreciéndoles la opción de establecer sus preferencias y adaptar su interacción con los cajeros automáticos VyStar a sus necesidades y estilo

de vida. Además, VyStar implementó un enfoque vanguardista y de múltiples capas en materia de seguridad y cumplimiento normativo, garantizando que todas las auditorías fueran superadas con éxito y que su red estuviera totalmente protegida contra todas las amenazas conocidas y futuras.

Sus objetivos

- Preparar los cajeros automáticos para el futuro y externalizar la gestión del proyecto de despliegue de principio a fin
- Ofrecer una experiencia de primer nivel a los socios
- Externalizar totalmente los parches de software
- Proporcionar un cumplimiento de la regulación y una seguridad permanentes
- Reanudar el servicio rápidamente en caso de catástrofes naturales
- Desbloquear el potencial de marketing del canal de cajeros automáticos
- Implementar innovaciones probadas y contrastadas



Nuestras soluciones

- Servicios DN AllConnect Implementation Services
- Mantenimiento de primera y segunda línea, impulsado por DN AllConnect Data Engine
- Monitoreo y gestión de eventos
- Centro de ayuda Integrado
- Gestión de inventario
- Despliegue de software con DN AllConnect Software Deployment Services
- Security Core y Enhanced, incluyendo los lectores de tarjetas ActivEdge
- Software Vynamic Connection Points (Vista)
- Vynamic Marketing como servicio

Nuestro impacto



Disponibilidad del 99,5%



Plan de continuidad del negocio probado



Implantación y cumplimiento normativo del software sin fisuras



Aumento de la eficiencia y liberación de recursos internos



Nivel de protección de seguridad de primera clase



Aumento de la satisfacción de los afiliados gracias a la personalización de la experiencia del usuario

“Trabajar asociados con Diebold Nixdorf ha sido una experiencia positiva continua. Siempre han cumplido con todos los nuevos requisitos, por lo que seguimos confiándoles más aspectos de nuestras operaciones de cajeros automáticos.”

- Melissa Thomas, Senior Vice President, Operations and Payments, VyStar Credit Union



¿Cómo quiere gestionar su canal de autoservicio? Ya necesite un socio de servicios o la gestión integral del ecosistema, nuestros expertos, líderes en el mundo, tienen las herramientas y los conocimientos necesarios para diseñar y aplicar un enfoque optimizado y eficiente de la gestión de canales que impulse el tiempo en funcionamiento y aumente la rentabilidad.

Conversemos sobre lo que tiene sentido para su estrategia a largo plazo.
Póngase en contacto con su representante de Diebold Nixdorf hoy mismo o solicite un taller.