Publicado en Madrid el 05/04/2017

Seis bancos 'Emotional Friendly' serán premiados

El próximo mes de mayo se presentará la 5ª oleada del Estudio de Emociones en el Sector Bancario Español, un riguroso análisis que combina la investigación tradicional con los últimos avances en neuromarketing. Por primera vez, seis entidades recibirán un galardón por ser 'Emotional Friendly Banks', como reconocimiento a los que han obtenido mejores resultados en vinculación emocional, así como a aquellos que han realizado mayor esfuerzo por mejorar las emociones que generan en sus clientes

La creciente digitalización de la banca, el cierre de sucursales, la apertura del grifo hipotecario o las reclamaciones por las cláusulas hipotecarias abusivas son temas candentes en el sector bancario que afectan al estado emocional de los clientes y a sus decisiones. ¿Están teniendo estas cuestiones consecuencias emocionales positivas o negativas? ¿Qué entidades deben estar alerta por los cambios que se están produciendo en el estado emocional de sus clientes?

A estas y a otras muchas cuestiones dará respuesta el V Estudio de Emociones en Banca que verá la luz en el mes de mayo, una investigación que lleva a cabo la consultora EMO Insights desde 2011, en la que analiza de manera exhaustiva las experiencias de los clientes de las principales entidades del sector, con datos exclusivos recogidos a comienzos de este año, combinando la investigación tradicional con las últimos avances en neuromarketing, para cuantificar las emociones sentidas, con qué intensidad y analizar la evolución de su 'huella emocional' (EMO Index®).

En el estudio se recogen datos de los clientes de las principales entidades financieras (Banco Santander, BBVA, Caixabank, Bankia, Banco Popular, Banco Sabadell, Abanca, Kutxabank, Bankinter, ING Direct, Evo Banco, Ibercaja, Unicaja, BMN, Liberbank, Cajamar, Triodos Bank y otras cajas rurales) y por primera vez seis de estos bancos obtendrán un galardón por ser “Emotional Friendly Banks”, como reconocimiento explícito a aquellos bancos que obtengan mejores resultados en vinculación emocional, así como a los que hayan realizado mayor esfuerzo por acercarse al cliente.

El evento de presentación a los medios se llevará a cabo en la Asociación de la Prensa de Madrid el 9 de mayo, a partir de las 10:00 AM, y por primera vez será retrasmitido en directo en “streaming” de vídeo, a través del canal de YouTube de EMO Insights.

Acerca de EMO Insights International
Es la compañía de referencia en investigación y medición de emociones para la innovación en estrategias de Customer Experience. Se fundó en 2010 con la vocación de trasformar las compañías utilizando un enfoque completo de Customer Experience donde las emociones son el eje conductor. Hoy su metodología Feelings Experience Management (FEM®) se ha convertido en estándar internacional y próximamente se va a aplicar para llevar a cabo investigaciones pioneras en el sector de la distribución alimentaria y los seguros de salud.

Datos de contacto:
Eva Palacios

Comunicalia

Nota de prensa publicada en: Madrid

Categorías: Finanzas Marketing Madrid Premios

NotasdePrensa

https://www.notasdeprensa.es