

CLIENTES PARTICULARES

Customer Charter

Millennium
bcp

Customer Charter

Clientes particulares

O Millennium bcp responde às expectativas dos seus clientes disponibilizando soluções, personalizadas, ágeis e com elevados padrões de qualidade, que apoiadas num atendimento humano de excelência e em plataformas digitais de vanguarda permitam manter a sua reputação de Banco ao serviço das Pessoas e das Famílias.

Este compromisso, com expressão na estratégia do Millennium bcp, manifesta-se em todos os domínios de intervenção, em particular na oferta de produtos e serviços financeiros que coloca à disposição dos seus clientes, incluindo os que permitem o acesso ao essencial do sistema bancário e de pagamentos.

O Banco compromete-se a:

- › Ser parceiro de confiança, demonstrada na autenticidade, empatia e competência;
- › Estar comprometido com o serviço aos clientes;
- › Ser inovador e flexível;
- › Ser eficiente na execução;
- › Assentar numa cultura de dedicação e compromisso;
- › Responder aos desafios sociais e ambientais;
- › Vender produtos de investimento adequados à situação particular dos clientes em termos de experiência e atitude perante o risco;
- › Distribuir uma oferta alargada de produtos de poupança e de seguros nos domínios da proteção pessoal e de bens, saúde e apoio na velhice;
- › Proporcionar o acesso a produtos de crédito, em particular de apoio

à aquisição de habitação própria, em estrito alinhamento com a avaliação da capacidade do cliente para fazer face aos encargos que daí decorrem;

› Desenvolver uma oferta digital conveniente e simples, com ênfase na disponibilização de uma solução *mobile*, centrada num serviço personalizado, eficiente e empático, que responda às necessidades de cada cliente;

› Manter uma rede de sucursais que responda, de forma equilibrada, em cada momento, às necessidades de serviço presencial dos clientes;

› Utilizar tecnologias adequadas, seguras e atuais nos processos de *back-office*, de modo a assegurar a utilização eficiente dos recursos e a qualidade das operações;

› Dar atenção particular à resposta das dúvidas e reclamações de clientes;

› Dar prioridade à literacia financeira;

› Dar importância central aos temas de acessibilidade na experiência de cliente;

› Desenvolver soluções e produtos financeiros que garantam o equilíbrio e a adequação às necessidades dos diferentes segmentos de clientes a que são dirigidos;

› Desenvolver produtos e serviços com as características e o desempenho adequado e em linha com as expectativas dos clientes;

› Dar prioridade à proteção do património financeiro, à segurança de informação e à privacidade dos dados dos clientes;

› Promover práticas de comunicação com os clientes que garantam o acesso atempado a informação clara, adequada e relevante antes, durante e após o processo de venda;

› Respeitar práticas de *fair advertising* e marketing, assegurando que

os anúncios transmitem uma visão realista dos seus produtos (incluindo potenciais consequências negativas) e que não menosprezam, ridicularizam, criticam ou atacam, direta ou indiretamente, qualquer pessoa singular ou coletiva, grupo de pessoas ou qualquer setor da sociedade, especialmente com base no sexo, género, classe social ou económica, religião, orientação sexual, opções políticas, etnia, raça ou nacionalidade.

› Fomentar uma cultura organizacional de diálogo transparente, equilíbrio e valor acrescentado na relação com todos os *stakeholders*, em particular com os clientes.

› Prosseguir, em simultâneo, a integração dos princípios de sustentabilidade nas diferentes valências e dimensões de atuação da organização, olhando para os desafios ambientais e sociais como oportunidades para reforçar a proposta de valor e a oferta do Banco.

São linhas orientadoras para o futuro:

› Manter a trajetória de crescimento da adesão dos clientes às soluções *mobile*, liderando a satisfação com os canais digitais;

› Diferenciar na capacidade de apoiar os clientes a melhorar o seu bem-estar financeiro através da utilização de tecnologia inovadora e dados, oferecendo um modelo de aconselhamento digital personalizado e customizável transversal a todas as necessidades;

› Promover a inovação e a integração do atendimento humano e dos canais digitais, em particular o *mobile*, garantindo uma experiência superior e diferenciadora que sirva as necessidades e preferências de cada cliente em cada momento;

› Expandir a oferta de meios de pagamento e de financiamento a clientes particulares, integrando novos modelos de negócio e parcerias relevantes para reforço da proposta de valor;

› No crédito à habitação, continuar a melhorar a proposta de valor e o redesenho da jornada digital por forma a permitir uma experiência completa;

- › Otimizar a configuração da rede com formatos especializados de sucursais (p.e., maior número de atividades e operações de *self-service* ou de serviços segmentados), aumentando a capacidade de gestão remota em larga escala;
- › Na cibersegurança, priorizar o investimento em soluções que maximizem em simultâneo a proteção dos dados dos clientes e a conveniência da experiência de utilização, reforçando a literacia dos clientes neste domínio;
- › Continuar a identificar oportunidades de negócio no âmbito da sustentabilidade, inovando em produtos próprios ou em parcerias com classificação verde e social;
- › Desenvolver produtos, serviços e soluções que contribuam para a redução continuada da “pegada” ecológica dos nossos clientes e para a adoção de hábitos de consumo ambientalmente responsáveis.





www.millenniumbcp.pt

Banco Comercial Português, S.A.; Sede: Praça D. João I, 28, 4000-295 Porto;
Capital Social: 3.000.000.000 euros; Número único de matrícula e de
identificação fiscal: 501525882 (Conservatória do Registo Comercial do Porto).