

A man with a beard and glasses, wearing a grey suit jacket over a light blue shirt, is smiling and looking down at a red and white coffee cup he is holding. He has a brown leather bag slung over his shoulder. In the foreground, the handlebars and front light of a bicycle are visible. The background is a blurred city street.

CUSTOMER CHARTER

Cientes Particulares

Millennium
bcp

Customer Charter

Clientes particulares

O Millennium bcp assumiu o compromisso de corresponder às expectativas dos seus clientes com conveniência e agilidade, de forma personalizada e com elevada qualidade, com soluções apoiadas num atendimento humano de excelência e em plataformas mobile e digital de vanguarda, de modo a continuamente manter a sua reputação enquanto banco.

Este compromisso tem expressão na estratégia global do Millennium bcp e em todos os seus domínios de intervenção, sendo de salientar a oferta dos produtos financeiros que coloca à disposição dos seus clientes, incluindo os necessários para o acesso básico ao sistema bancário e de pagamentos.

Em particular, o Banco compromete-se a:

- › Ser parceiro de confiança, demonstrada na autenticidade, empatia e competência;
- › Estar totalmente 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 atuais nos processos de retaguarda de modo a assegurar uma utilização eficiente de recursos e a eficácia na execução 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;
- › Pugnar pelo desenvolvimento de soluções e produtos financeiros que garanta o respetivo equilíbrio e adequação às necessidades particulares dos segmentos de clientes a que são dirigidos;
- › Envidar o máximo esforço para que os produtos e serviços tenham um desempenho adequado e de acordo com as expectativas geradas junto dos clientes;
- › Dar prioridade à proteção do património financeiro, à privacidade e aos demais dados dos clientes;
- › Promover um processo de venda e de comunicação com os clientes desenhado de forma a que estes tenham acesso à informação transparente e relevante antes, durante e após o processo de venda;
- › Fomentar uma cultura organizacional de transparência, equilíbrio e valor acrescentado na relação com todos os “stakeholders”, e, em particular com os clientes.

Em simultâneo, continuar a progredir significativamente na incorporação transversal da sustentabilidade nas diversas operações, encarando os desafios ambientais e sociais como oportunidades para contribuir para a melhoria da qualidade de vida das comunidades onde o Banco está inserido.

São linhas orientadoras para o futuro:

- › Continuar a trajetória de crescimento da adesão e envolvimento dos clientes no mobile, e a liderar a satisfação com os canais digitais;
- › Diferenciar na capacidade de ajudar os clientes a melhorar o seu bem-estar financeiro, através da utilização de tecnologia inovadora e dados, oferecendo um modelo de aconselhamento digital personalizado transversal a todas as necessidades, suportado em ferramentas de gestão de dinheiro acionáveis e produtos simples, com maior customização e aumentados por componentes digitais;
- › Promover continuamente a inovação na integração entre o atendimento humano e os canais digitais, em particular o mobile, garantindo uma experiência superior e diferenciadora, que melhor serve as necessidades e preferências de cada cliente em cada momento;

- › Expandir a oferta de meios de pagamento e financiamento a particulares, integrando novos modelos de negócio e parcerias relevantes, para reforço da proposta de valor;
- › No crédito à habitação, continuar o percurso de crescimento, através da melhoria da proposta de valor e do redesenho da jornada digital para permitir uma experiência completa;
- › Otimizar a configuração da rede com formatos especializados de sucursais (p.e. maior proporção de atividades de self-service, completamente automatizados e de horários de funcionamento segmentados) aumentando a capacidade de gestão remota em larga escala;
- › Em termos de cibersegurança, priorizar o investimento em soluções que maximizem simultaneamente a proteção dos clientes bem como a conveniência da experiência de utilização, e reforçar o papel ativo no aumento da literacia dos clientes neste domínio;
- › Continuar a procurar explorar oportunidades de negócio relacionadas com sustentabilidade, inovando em produtos próprios ou em parcerias com classificação verde e social;
- › Promover 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., Sociedade Aberta. Sede: Praça D. João I, 28, 4000-295 Porto.
Capital Social: 4.725.000.000,00 Euros. Matriculada na Conservatória do Registo Comercial do Porto
com o número único de matrícula e de identificação fiscal 501 525 882.**