

## Nova campanha publicitária da Febraban estimula diálogo entre bancos e consumidores



Intitulada “Falando com seu banco”, ação tem início no dia 22 de março de 2009.

São Paulo– No dia 22 de março (domingo), vai ao ar a nova campanha publicitária da Federação Brasileira de Bancos (Febraban) “Falando com seu banco”. Criada pela agência Lew’Lara\TBWA e composta por dois anúncios de mídia impressa e um spot de rádio, a ação incentiva a população a utilizar os canais de comunicação que as instituições financeiras colocam à disposição dos consumidores.

A campanha é parte de uma série de ações, incluindo serviços e publicações, implantadas nos últimos anos pela Febraban para facilitar o cotidiano dos clientes. No website da federação, por exemplo, a ferramenta STAR permite comparar as tarifas de serviços de 30 bancos e o Busca Banco permite localizar todos os pontos de atendimento bancário em qualquer cidade do país.

Os guias Roteiro de Procedimentos para Encerramento de Contas-correntes, Diretiva dos SACs e Diretiva de Atendimento em Agências Bancárias, já incorporados ao Sistema Brasileiro de Autorregulação Bancária, são outros exemplos concretos do propósito de melhorar continuamente a qualidade do atendimento à população.

“Dialogar, aprender e alcançar melhorias reais, consistentes e sustentáveis são os objetivos maiores dessas ações”, ressalta Fabio Barbosa, presidente da Febraban.

As medidas para melhoria do atendimento tem ocorrido simultaneamente à expressiva expansão do setor bancário. Nesta década, o número de contas correntes praticamente dobrou para mais de 120 milhões, o que configura o maior processo de inclusão financeira da história brasileira.

Estes são os canais de comunicação entre os bancos e os consumidores.: .Rede de agências – o primeiro canal de contato entre consumidores e bancos | . Canais digitais de relacionamento – os sistemas “Fale Conosco” e “Chat”, via Internet | . Canais telefônicos – os SACs, para esclarecimento de dúvidas, atendimento a reclamações e solução de problemas; e o “banco por telefone”, para realização de operações cotidianas, como consultas, transferências de saldos e pagamentos | . Ouvidorias – têm a missão de representar o consumidor dentro de cada Instituição, assegurando o pleno respeito às normas de proteção e defesa do consumidor.

NOVA campanha publicitária da Febraban estimula diálogo entre bancos e consumidores. **Revista Fator Brasil**, mar. 2009. Disponível em: <<http://www.revistafator.com.br>>. Acesso em 25 mar. 2009.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais