



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Tema: Rio de Janeiro

Entrevistado: Aurélio Guido Pagani

Diretor Departamental do Bradesco Varejo

“O Rio de Janeiro sempre foi um mercado estratégico para o Bradesco, ainda mais neste momento em que o Estado vem recebendo fortes investimentos por conta da exploração do pré-sal, da realização da Copa do Mundo e dos Jogos Olímpicos”.

A frase é do Diretor Departamental do Bradesco Varejo, entrevistado pelo “Bradesco Fact Sheet”. Segundo Aurélio Guido Pagani, os negócios no Rio de Janeiro após a conquista da Folha de Pagamento dos Servidores do Estado apresentam resultados positivos, alinhados ao planejamento estratégico traçado pelo Bradesco. Confira detalhes dessa conversa:

No ano passado, o Bradesco viveu um período histórico e inédito de expansão da Rede de Atendimento, com a abertura de mais de 1.000 Agências. É possível dizer que as novas Agências já trouxeram um impacto positivo sobre o resultado do primeiro trimestre?

O programa de expansão de Agências foi intensificado no segundo semestre de 2011, aproveitando um cenário que combinava grande potencial de mercado para conquista de novos clientes e geração de negócios, especialmente na concessão de crédito. No processo de gestão dos resultados dessas Agências, constatamos que todas as expectativas estão sendo atendidas e o retorno dos investimentos está ocorrendo dentro do prazo programado.

Fact Sheet: Parte dessas novas Agências foi aberta pensando em fazer frente ao fim das operações do Banco Postal e à retenção da base de Clientes conquistada. Essa estratégia tem apresentado os resultados esperados? A decisão de abertura de Agências não se justifica apenas pelo encerramento do contrato com o Banco Postal. Foi muito mais do que isso. Além de darmos continuidade ao atendimento aos Clientes, tínhamos um grande potencial de negócios a ser explorado em algumas localidades. Os Clientes que antes eram atendidos no Banco Postal já eram Clientes do Bradesco e sempre tiveram acesso ao nosso portfólio de produtos e serviços. Assim, o nível de retenção, a conquista de novos Clientes e a geração de negócios estão dentro das perspectivas e do nosso planejamento.

Fact Sheet: Qual é o balanço que pode ser feito da conquista da Folha de Pagamento dos Servidores do Estado do Rio de Janeiro?

O Rio de Janeiro sempre foi um mercado estratégico para o Bradesco, ainda mais neste momento em que o Estado vem recebendo fortes investimentos por conta da exploração do pré-sal, da realização da Copa do Mundo, dos Jogos Olímpicos, além de todo o seu potencial turístico. Com o objetivo de fortalecer ainda mais a presença do Bradesco no Estado, o Banco participou e foi vencedor do processo licitatório da venda do BERJ, adquirindo, com isso, o direito de efetuar o pagamento dos Servidores e Fornecedores do Estado e, na sequência, também o Tribunal de Justiça. Foram formalizadas mais de 480 mil Contas. Também foi ampliada a rede de Autoatendimento Bradesco Dia e Noite, estrutura que vem nos

propiciando o aumento do nível de relacionamento e, por consequência, de retenção dos Servidores Públicos.

Fact Sheet: Depois da Consolidação da Segmentação do atendimento da base de Clientes, o Bradesco parte agora para a sub-segmentação. Isso já aconteceu, por exemplo, na base do Varejo, com a criação do Bradesco Exclusive. Quais são os próximos passos desse processo?

O atendimento aos Clientes de maior renda do Varejo faz parte de uma estratégia para incrementar ainda mais o nível de relacionamento. Dentre as iniciativas, aumentamos a quantidade de Gerentes de Conta e criamos um portfólio de produtos e serviços personalizado aos Clientes denominados “Exclusive”, possibilitando a oferta adequada às suas necessidades. Todos os Clientes Pessoa Jurídica já possuem Gerentes de Contas, que oferecem atendimento abrangente e duradouro, com oferta de um portfólio sendo adequado às demandas de suas empresas.