

**Autor:** Roberto Agostinho de Mello

**Título(s):** [pt] O banco na internet : um estudo do atendimento em um banco brasileiro.  
[en] The internet banking : a study of client assistance in a Brazilian Bank.

**Resumo(s):** [pt] Em todo o mundo as empresas buscam novas formas de otimizar a comercialização e distribuição dos seus bens e serviços, para garantir ganhos de produtividade e a redução dos custos, para competir em um mercado dinâmico e globalizado. Cientes dessa situação, os bancos estão entre as empresas que mais investem em automação e tecnologia da Informação. As transformações tecnológicas implementadas no setor de serviços estão alterando a atuação das empresas financeiras e o modo como elas desenvolvem o relacionamento comercial com os seus clientes. Este trabalho tem por objetivo analisar a relação entre os bancos e seus clientes usuários do serviço bancário na Internet, para verificar se os avanços tecnológicos estão sendo absorvidos pelos clientes. Trabalhos anteriores mostram que a preocupação com a automação bancária não foi acompanhada por um serviço adequado de atendimento aos clientes. A partir desses trabalhos, foi realizado um estudo de caso em um banco nacional de varejo, onde se descrevem as vantagens, dificuldades e deficiências do banco na internet, mostrando que há efetivamente um crescente distanciamento entre o banco e seus clientes. As conclusões do trabalho destacam a necessidade de ampliação do conhecimento da empresa acerca do cliente, como algo essencial para melhorar a eficiência e eficácia do atendimento. Destaca-se também a importância dos históricos de transações, pesquisas e observações de empregados como importantes fontes de informação e sugere alternativas para o desenvolvimento de um relacionamento que valorize as necessidades do cliente e sua satisfação.

[en] Around the world the companies search for new ways to optimize trading and distribution of their own goods and services in order to establish productivity gain and at same time cut costs of production and beat the competition in a dynamic and global market. Aware of the moment the Financial Institutions are among the companies that more invest in automation and Information Technology. The technological transformations implemented in the services arena are changing the performance of the Financial Institutions and the way they relate commercially with their clients. This work focus analyze the connection between Financial Institutions and their clients usually taking advantage of the options the online banking offers to verify how the clients are responding to the changes. Former studies have showed the concern with automation banking since it didn't get along in same tune with suitable Customer Service. From these studies a new one had started focusing a retail Brazilian Bank where the advantages, difficulties and lacking in the internet banking are highlighted proving that there are an increasing break up moving away banks and their clients. The result of this work show the need the companies have to improve the knowledge regarding their clients as the only way to have an effective and efficient Customer Service. Also the study details the relevance of history transactions, research, employes out put and suggestions as good informative material and suggests alternatives to develop a good connection that will enrich the needs and respective satisfaction of the clients.