

UN NUOVO MODO DI INTENDERE LA BANCA: LA FILIALE EVOLUTA

CONCILIARE LE ESIGENZE DELLE BANCHE
GARANTENDO ALLO STESSO TEMPO
LA CENTRALITÀ DEL CLIENTE:
SOLUZIONI WIN-WIN PER BANCHE E UTENTI



AURIGA
the banking e-evolution



www.aurigaspaspa.com

I CAMBIAMENTI DEL BANKING NELL'ERA DIGITALE

È ormai sotto gli occhi di tutti il modo in cui la digitalizzazione stia modificando in profondità la vita, la quotidianità, il lavoro e le abitudini dell'intera popolazione mondiale. In questo contesto, il mondo bancario - un settore chiave per la nostra economia - non sfugge ai cambiamenti in corso, e al contrario sta vivendo un periodo ricco di evoluzioni, finalizzate ad interpretare e rispondere alle sempre nuove esigenze degli utenti. Tra i cambiamenti più evidenti vi è l'aumento dei pagamenti digitali, che sono passati dal 29% al 33% del valore totale dei pagamenti in Italia¹: tendenza che non è destinata ad arrestarsi. Inoltre, gli utenti, oggi, richiedono un'esperienza di utilizzo e servizi personalizzati, e per ottenerli sono sempre più disposti a condividere dati e informazioni con la propria banca: evidenza che emerge con chiarezza dall'ultimo Osservatorio Fintech & Insurtech del Politecnico di Milano.²

LA RISPOSTA DELLE BANCHE: TRA NUOVI SERVIZI E LA NECESSITÀ DI ABBATTERE I COSTI

Alla luce di questi nuovi trend e propensioni degli utenti, alcune banche hanno messo in atto – congiuntamente agli sforzi per fare fronte alla crescente richiesta di servizi digitali e accessibili da remoto – la riduzione del numero di filiali, che risponde prima di tutto alla necessità di abbattere i costi. Secondo la ricerca *RBR ATM Software 2021*, nell'ultimo anno gli ATM in Italia si sono ridotti a 45.000 rispetto ai 48.000 del 2017. Invece, la ricerca *RBR Branch Transformation 2021* ha evidenziato la presenza di circa 36.110 filiali bancarie in tutta la Penisola a fine 2020 (-3% rispetto al 2019), con la previsione di un ulteriore calo del circa 5% entro il 2025 (in cui si prevedono 34,360 filiali). Una tendenza che potrebbe avere delle conseguenze negative, e non solo da un punto di vista occupazionale. Si rischia infatti di andare incontro ad una de-bancarizzazione di alcune zone che si troverebbero quindi senza sportelli bancari, con



1. Osservatorio sui pagamenti innovativi del Politecnico di Milano
2. Consumatore Fintech & Insurtech: quale "new normal"? - Osservatorio Fintech & Insurtech



conseguenti difficoltà diffuse soprattutto nelle fasce più anziane della popolazione, abituate a recarsi presso la filiale per svolgere ogni tipo di operazione, o nella clientela che cerca il contatto umano e il rapporto diretto con gli operatori sul fronte della consulenza. Ma soprattutto, l'assenza di luoghi fisici rischia di portare ad una disumanizzazione della banca che, al contrario, deve assumere le relazioni umane come punto di forza per disegnare esperienze personalizzate grazie all'utilizzo della tecnologia.

IL CLIENTE AL CENTRO

L'approccio che si basa sulla centralità del cliente, inteso come una strategia messa in atto per rispondere in maniera puntuale alle sue esigenze attraverso tutti i canali a disposizione, si dimostrerà un asset fondamentale su cui si giocherà la competitività delle banche nel prossimo futuro. Ed in tal senso, è facile intuire come questa centralità non possa prescindere dal legame che – oltre a fondarsi sull'efficienza dei servizi offerti – è basato sulla relazione umana che il cliente stabilisce con la propria banca.

UN NUOVO MODO DI INTENDERE LA FILIALE

Qual è, dunque, la soluzione per conciliare le esigenze delle banche con i nuovi desiderata dei clienti? Concepire e dare vita a nuovi modelli di filiale, snelli e agili, caratterizzati da maggiore automazione e intelligenza: una filiale che non sia solo remota, ma anche e soprattutto evoluta. Una struttura che permetta ai clienti di accedere ai servizi della filiale in completa autonomia, ad esempio attraverso l'ATM multifunzione, in grado di fornire servizi evoluti in qualsiasi momento. Gli sportelli automatici sono destinati a diventare strategici per la filiale bancaria, non più relegati solo a un ruolo di erogazione di denaro, ma in grado di abilitare servizi aggiuntivi nel modello self-service della banca multicanale. Gli utenti oggi utilizzano una vasta gamma di canali per accedere ai servizi bancari, passando da un dispositivo all'altro, richiedendo una disponibilità 24 ore su 24, 7 giorni su 7. In questo scenario, è necessario che le funzionalità dell'ATM evolvano, per garantire un'esperienza di consumo fluida ed immediata: attraverso la giusta piattaforma self-service, le banche possono facilitare l'integrazione dei canali fisici e digitali in una piattaforma tecnologica altamente sicura e avanzata, e soprattutto

customer-oriented, così da implementare – allo stesso tempo – le proprie strategie di marketing grazie ad un'azione sinergica. Non solo interazione e integrazione tra i canali, però, ma anche una ricerca verso le tecnologie più all'avanguardia. L'applicazione dell'Intelligenza Artificiale nel marketing bancario, ad esempio, permette di fornire personalizzazione e coerenza su larga scala: man mano che i consumatori interagiscono con la propria banca si raccolgono informazioni sulle loro abitudini che permettono di rendere l'experience di volta in volta sempre più intuitiva ed efficace. Per questo motivo, l'AI può supportare le banche nell'identificare (prima) e nell'offrire (dopo) i servizi più adeguati, indirizzando al contempo i clienti verso servizi specifici. Il risultato è un customer journey personalizzato, messaggi informativi, promozionali e di marketing in sinergia tra loro e tra i vari canali.

#NEXTGENBRANCH LA FILIALE DEL FUTURO

Tutte queste skills e questi strumenti hanno un nome, noi di Auriga li abbiamo riassunti nella nostra proposta #NextGenBranch: digitale, remota, customer-oriented, che fa leva sul self-service evoluto e sulle nuove tecnologie per incrementare l'efficienza dei processi e ottimizzarne le prestazioni. La nostra soluzione Bank4Me - uno dei moduli della proposta di #NextGenBranch - si inserisce in questo contesto perché presenta un modello innovativo di filiale sempre operativa ma mai disumanizzata. L'abbiamo studiata per far sì che ogni cliente possa accedere a tutti i servizi della propria banca in modalità self-service, 24/7, attraverso una piattaforma presente in un'area riservata della filiale (previo riconoscimento). Inoltre, per le operazioni più complesse, abbiamo garantito la possibilità di interagire in videoconferenza con i consulenti della banca in modo sicuro e personalizzato. In questo modo si salvaguardano gli aspetti umani e relazionali, si valorizza la competenza professionale, si preserva il rapporto con il cliente e al contempo si educa quest'ultimo all'uso quotidiano del digitale. Appare evidente che la tecnologia sia diventata l'elemento chiave in grado di dare vita a soluzioni win-win per banche e utenti: si va dalla riduzione dei costi di gestione della filiale alla maggiore flessibilità

THE # NEXTGENBRANCH®



operativa, offrendo allo stesso tempo agli utenti un accesso continuativo a tutti i servizi della filiale. Con WWS Fill4Me, un altro modulo dell'offerta #NextGenBranch di Auriga, il cliente ha invece la possibilità di interagire con i consulenti della banca in videoconferenza, in modo sicuro e personalizzato per qualsivoglia richiesta di assistenza. Questa piattaforma mette il digitale a servizio del rapporto umano, per una migliore esperienza da parte del cliente: la prospettiva si sposta dalla filiale fisica all'assistenza remota, utilizzando il co-browsing per tutti i servizi, attraverso un customer care molto evoluto. Sviluppato attorno ad operatori esperti e competenti che utilizzano canali accessibili di comunicazione quali device e/o mobile, questo modello segue il cliente in una prospettiva di Customer Education.

EVOLUZIONE E SICUREZZA: L'IMPORTANZA DELLA CYBERSECURITY

L'evoluzione, però, non può prescindere dalla messa in sicurezza del sistema bancario. Con il trasferimento progressivo delle attività, bancarie e non, nel digitale, è necessario reimpostare la strategia di sicurezza, soprattutto per la gestione delle informazioni sensibili o dei dati degli utenti e migliorare l'esperienza complessiva del cliente qualunque sia il canale utilizzato. Nel settore finanziario, infatti, le conseguenze di un leak di dati possono essere catastrofiche. Per questo, alla luce della massiva implementazione del lavoro in remoto anche per gli operatori bancari, e della crescente remotizzazione della relazione banca-cliente, è essenziale fornire le giuste misure di sicurezza per ogni workstation all'interno della banca, incluse quelle remote e garantire la sicurezza dei dati personali gestiti in un helpdesk remoto tramite webchat o videochiamata. Le workstation sicure sono il fondamento delle reti protette, perché se un hacker può accedere a una workstation, l'intera rete può essere compromessa. Per tutti questi motivi, l'Intelligenza Artificiale e il Machine Learning stanno giocando un ruolo sempre più importante nella sicurezza informatica, con strumenti che analizzano i dati di milioni di incidenti informatici e li utilizzano per identificare potenziali minacce. La tecnologia Lookwise Device Manager di Auriga, inoltre, utilizza il concetto di whitelisting per consentire l'accesso alle risorse di sistema in modo sicuro. Ad esempio, le porte USB possono essere bloccate durante una videochiamata o un supporto remoto in cui il cliente fornisce dati personali, in modo che il file video non possa essere salvato su un dispositivo esterno.

LO SCENARIO DELLE FILIALI WHITE LABEL

E se tutto questo cambiasse completamente anche l'approccio alla filiale stessa? Una possibile evoluzione delle filiali ci viene suggerita da un fenomeno a cui si assiste già da tempo in Paesi europei: si tratta del modello di filiali "white label". Questo modello, però, stenta ancora ad affermarsi in Italia, forse a causa di una cultura molto brand-oriented che impedirebbe ai diversi brand di coesistere all'interno di un unico hub dedicato ai servizi finanziari. La filiale "white label" tuttavia, permetterebbe non solo la riduzione dei costi di possesso delle sedi, ma anche la valorizzazione della customer experience, nonché la creazione di nuovi flussi di ricavo. Le filiali del post-pandemia, in questo senso, potrebbero infatti contenere hub informativi per la comunità, caffetterie, biblioteche, uffici postali, palestre e molto altro. Tutto ciò le renderebbe non solo più redditizie, grazie ai contributi dei partner che condividono lo spazio, ma potrebbe favorire una maggiore presenza di visitatori nella stessa filiale, incrementando la soddisfazione, la fedeltà dei clienti e le entrate a lungo termine per la banca.

VERSO UN FUTURO DIGITALE E UMANO

Considerata la continua evoluzione delle abitudini dei clienti, che fruiscono in misura sempre maggiore dei servizi bancari attraverso dispositivi mobili (smartphone e tablet), oggi le banche devono accelerare verso l'omnicanalità, adottando nuove tecnologie e ripensando completamente all'infrastruttura dei propri sportelli bancomat. Tutto questo renderà indispensabile per le banche disporre di un software ATM che consenta un allineamento continuo con le esigenze attuali e future. I clienti richiedono e richiederanno sempre di più una user experience fluida, intuitiva e integrata tra i canali mobili e fisici: gli sportelli automatici in grado di soddisfare queste esigenze verranno utilizzati maggiormente, ridurranno il costo per transazione della manutenzione di un sistema bancomat, e diventeranno - quindi - più redditizi.

L'Intelligenza Artificiale, il Machine Learning, il Video Banking, sono tecnologie ormai a nostra completa disposizione. Adesso, dunque, è arrivato il momento di combinarle e applicarle, mettendo in atto la migliore strategia possibile per proiettare la banca verso un futuro digitale, smart, agile, in cui il fattore umano non può e non deve perdere la propria centralità.



A vertical rectangular graphic with a dark blue top half and a teal bottom half.

OPINION PAPER

THE # NEXTGENBANK®

A stylized red swoosh that curves around the word 'AURIGA'.

AURIGA
the banking e-volution

A complex network of light blue lines and dots of varying sizes, forming a web-like structure that spans the entire page. Some dots are larger and more prominent than others.

Auriga S.p.A.
Via Don Luigi Guanella, 17
70124 Bari - Italy
www.aurigaspa.com
headquarters@aurigaspa.com