



Una banca omnicanale di successo per un nuovo modello di filiale

Le parole attualmente più utilizzate nel settore bancario sono "omnicanale", "integrazione di canali", "funzionalità cross-channel" e "nuovo modello di filiale".

Le banche, indipendentemente dalla loro dimensione, stanno per compiere un'autentica rivoluzione con l'obiettivo di migliorare l'esperienza clienti e aumentare l'efficienza.

Il rapporto tra banche e clienti sta cambiando, le banche non possono più limitarsi a fornire servizi tradizionali, ma devono offrire maggiore accessibilità, flessibilità, servizi personalizzati e, naturalmente, ridurre i costi.

Negli ultimi anni le banche si sono poste come obiettivo principale l'aumento della competitività; in altre parole, devono stare al passo con le aspettative in continuo mutamento dei clienti offrendo nuovi servizi e, al contempo, riducendo i costi interni complessivi.

In questo scenario la tecnologia svolge un ruolo cruciale. In tutto il mondo sono oltre due miliardi gli utenti dotati di smartphone e più di 19 milioni di persone utilizzano tablet; queste cifre, che sono in aumento, testimoniano l'irreversibile cambiamento del comportamento dei clienti.

Oggi i clienti desiderano servizi bancari più rapidi, più sicuri e personalizzati in base alle

proprie esigenze. La banca omnicanale rappresenta un approccio commerciale di tipo multicanale e cross-canale che si propone di offrire la stessa customer experience su ogni canale, sia che l'accesso alla banca venga effettuato online tramite desktop o dispositivo mobile, sia che il cliente contatti la banca telefonicamente o si rechi di persona in filiale.

Le banche più importanti riconoscono in questo tipo di strategia la soluzione migliore per difendersi dalla disintermediazione attuata da nuovi operatori esterni alla realtà bancaria, nonché per aumentare la soddisfazione e la fidelizzazione dei clienti e accrescere la propria quota di mercato.

In ultima analisi, una strategia omnicanale efficace deve evolversi per rispondere alle scelte e alle aspettative dinamiche dei clienti e richiede alle banche di uscire dalla propria "zona di comfort" per poter soddisfare le esigenze di clienti sempre connessi tramite qualsiasi canale disponibile sul mercato, dai terminali self-service tradizionali ai social network. Ciò consentirà ai clienti di usufruire dei servizi in qualsiasi luogo e momento e di migliorare la propria relazione con la banca, sempre a condizione che i canali siano perfettamente integrati.

Ed è proprio in virtù di questa sfida che Auriga



propone, nell'ambito del banking omnicanale, soluzioni software all'avanguardia che sono flessibili, modulari e sicure, promuovendo un'architettura basata su web centralizzata al fine di evitare la duplicazione delle attività di sviluppo tra tutti i canali. Un utente potrà, ad esempio, avviare un prelievo su uno smartphone e completarlo presso uno sportello bancomat.

Da molti anni le banche si propongono di creare un modello di servizi bancari incentrato sul cliente, troppo spesso, tuttavia, gli enormi sforzi compiuti per raggiungere questo obiettivo hanno semplicemente prodotto una "coesistenza" di canali privi di un metodo di gestione unificato e uniforme.

La soluzione di Auriga, che poggia su un'architettura basata su web, raggiunge un elevato livello di convergenza tra tutti canali che si traduce, in termini di vantaggi per i clienti, in un miglioramento dell'accessibilità, della coerenza, della flessibilità, della trasparenza e della semplicità.

Auriga offre, inoltre, una nuova modalità altamente innovativa per l'utilizzo dei terminali self-service all'interno delle filiali, che consentirà alle banche di migliorare e rendere più proficua la customer relationship, aumentando l'utilizzo dei canali e dei servizi digitali da parte dei clienti.



Dopo anni di esperienza nel settore Auriga ha determinato i requisiti che una piattaforma multicanale comprovata deve offrire:

- miglioramento del time-to-market;
- incremento dei tempi di operatività;
- maggiore sicurezza;
- ampia possibilità di scelta tra i diversi vendor di hardware;
- riduzione dei costi.

Le banche sono disposte a riprogettare le filiali per adattarsi ai cambiamenti. L'utilizzo di un servizio multicanale comporterà una totale automazione delle filiali e la possibilità per i clienti di eseguire le proprie operazioni con la massima semplicità, avvalendosi, se necessario, dell'assistenza di personale disponibile e competente. In questo modo, l'ambiente bancario può essere percepito come un luogo familiare dove i clienti possono sentirsi al sicuro e confermare la fiducia accordata alla propria banca.

I clienti che si recano in filiale possono ottenere molte informazioni sui servizi personalizzati ed essere in grado di scegliere quelli più consoni alle proprie esigenze.

Il nuovo approccio comporterà un cambiamento del ruolo del personale bancario, che da semplici esecutori di operazioni si trasformeranno in consulenti di servizi o assistenti per le operazioni self-service in grado di proporre servizi personalizzati a ogni cliente.

I clienti e il personale bancario possono quindi stabilire una solida relazione in cui la comunicazione delle informazioni poggia su una profonda comprensione dei servizi offerti e delle esigenze dei clienti.