



YOU'RE WELCOME

 EXTRABANCA

L'APPROCCIO SARTORIALE ALLA CLIENTELA IMMIGRATA

Costi & Business 2014 – La filiale in gioco

Roma, 23/24 Ottobre 2014

FRANCESCO MASERA – *Vice Direttore Generale e Direttore Commerciale*

ALBERTO RABBIA – *Direttore Governance, Operations e Finanza*

1

**CREATA PER GLI
IMMIGRATI (FAMIGLIE
E IMPRESE)...**

EXTRABANCA è il primo istituto di credito in Italia nato per servire specificatamente la clientela immigrata rappresentata dalle famiglie e dalle imprese

2

... INDIPENDENTE...

EXTRABANCA non nasce come costola di istituzioni finanziarie universali o come Business Unit di un operatore tradizionale, ma come entità a sé stante e indipendente

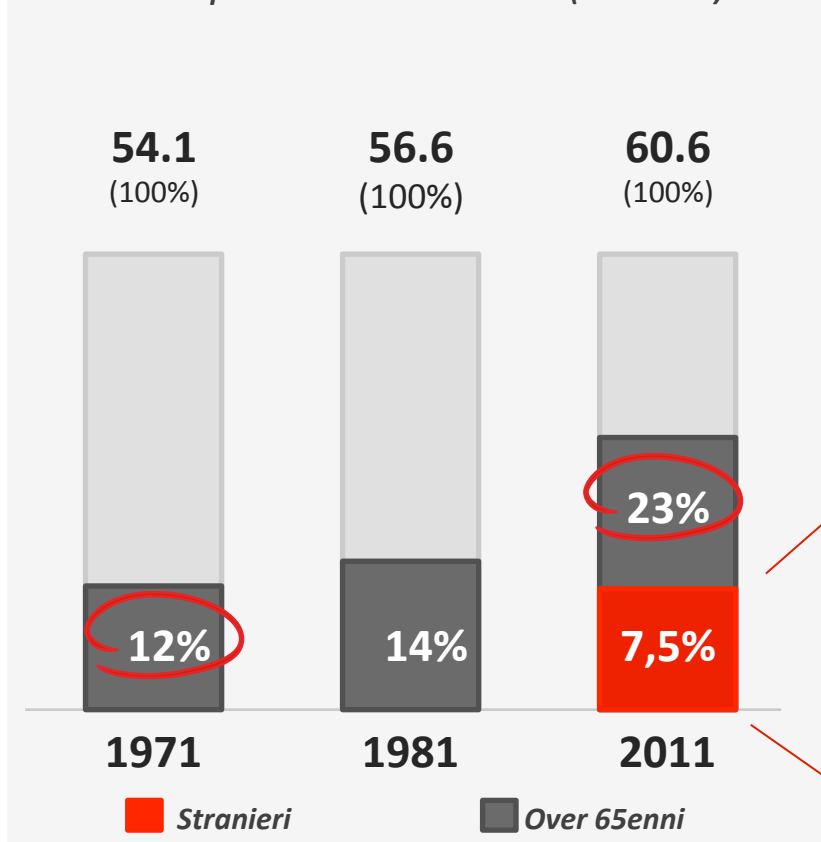
3

**... E PER SERVIRE TUTTI I
CITTADINI STRANIERI
PRESENTI SUL
TERRITORIO**

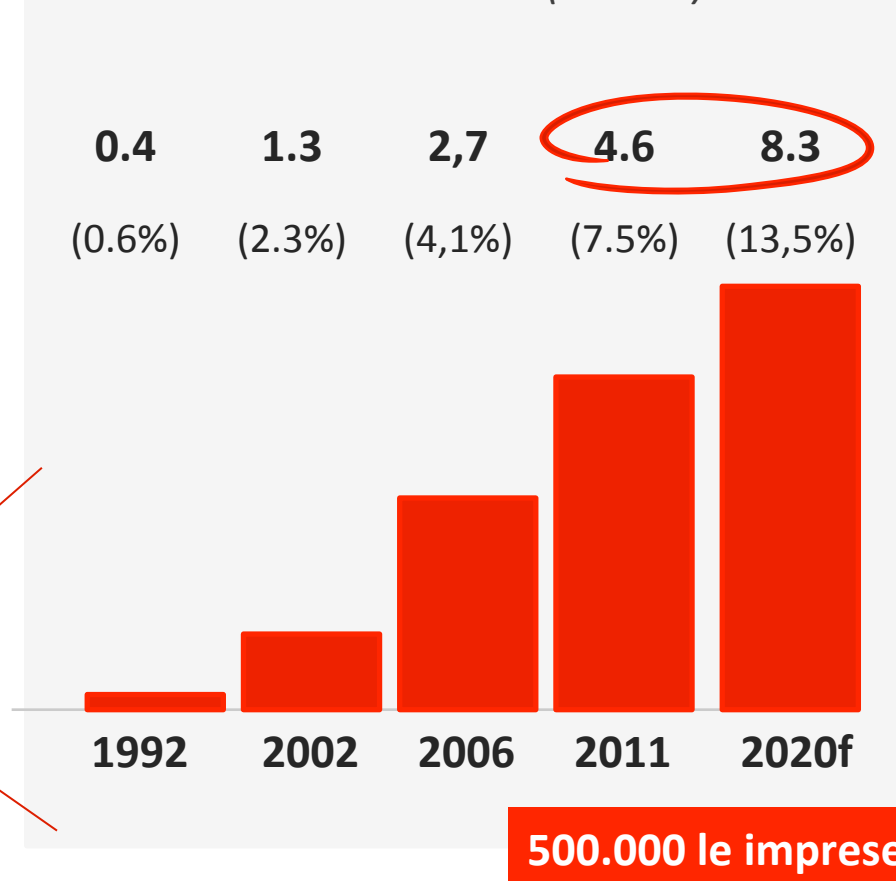
EXTRABANCA nasce per offrire servizi finanziari universali alla pluralità dei soggetti, fondando tale modello di servizio alla clientela sulla convinzione che tutti gli immigrati condividano un unico percorso di inclusione

UNA GRANDE OPPORTUNITA'

Popolazione Italiana (milioni)



Gli stranieri in Italia (milioni)



L'Italia sarà sempre di più un paese di stranieri e di anziani e questi ultimi dipenderanno sempre di più dai primi

LE TAPPE PRINCIPALI DELL'INIZIATIVA

Marzo 2010

LANCIO FILIALE MILANO

Maggio 2011

LANCIO FILIALE BRESCIA

«ITER» AUMENTO DI CAPITALE

30/04/2013

**AUMENTO CAPITALE DI 17 MLN DI EURO
INGRESSO DEL FONDO SATOR CON IL 36,95%**

Giugno 2013

LANCIO FILIALE DI PRATO

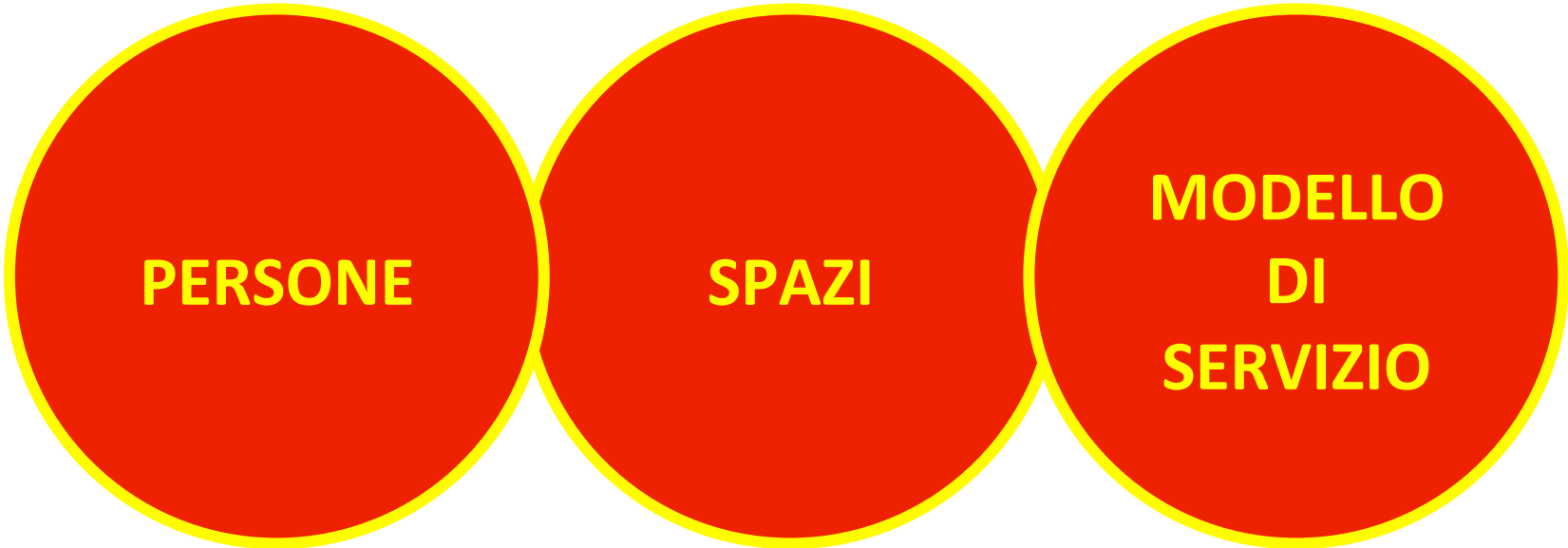
Ottobre 2013

LANCIO FILIALE DI ROMA

Dicembre 2013

LANCIO FILIALE DI MILANO 2

ULTERIORE SVILUPPO TERRITORIALE



The diagram consists of three overlapping red circles arranged horizontally. Each circle has a thick yellow border. The first circle on the left contains the word 'PERSONE', the middle circle contains 'SPAZI', and the third circle on the right contains 'MODELLO DI SERVIZIO'.

PERSONE

SPAZI

**MODELLO
DI
SERVIZIO**



E' la prima cosa a cui abbiamo pensato, prima ancora di disegnare il catalogo prodotti, di selezionare la piattaforma informatica, le fabbriche prodotte, a chi assegnare i back office

La filiale è il cuore del modello distributivo, l'anima dell'azienda, è la sintesi del modello di servizio e dei valori che vogliamo rappresentare

Non è stato un capriccio estetico, ma una scelta strategica: in filiale si celebrano talvolta eventi unici, è in filiale che si costruisce il rapporto fiduciario con il cliente



CALORE



DIGNITA'

**MINI
SOFA**

di Candida Zanelli e Rosaria Gatti
foto di Adriano Brusafemmi
Riedizioni di classici
e progetti di oggi.
Otto divani small
uniti da un plus:
minimo ingombro
per massimo confort.
Ambientati nello
scenario di una ex
chiesa del Seicento

IL MODELLO DI SERVIZIO - DARE FORMA AI VALORI





PRINCIPI SEGUITI PER LA PROGETTAZIONE DELLA FILIALE

ASSENZA DI BARRIERE

- ☐ NO metal detectors, NO bussole, NO banconi per le casse
- ☐ NO guardie armate
- ☐ Grandi vetrate, trasparenza, colore bianco

ACCOGLIENZA

- ☐ Welcome manager ad accogliere il cliente
- ☐ Arredi arrotondati, sofà semicircolari per “abbracciare il cliente e la sua famiglia”. Materiali e colori “caldi”
- ☐ Ampi spazi

TECNOLOGIA

- ☐ Cash in/Cash Out
- ☐ Digital signal
- ☐ Area Self Service

STILE ED ELEGANZA

- ☐ Ambiente accogliente, bello, curato moderno (come una Private Bank)
- ☐ Dove il cliente si sente a casa e vuole ritornare

SEMPLICITA' E ACCESSIBILITA'

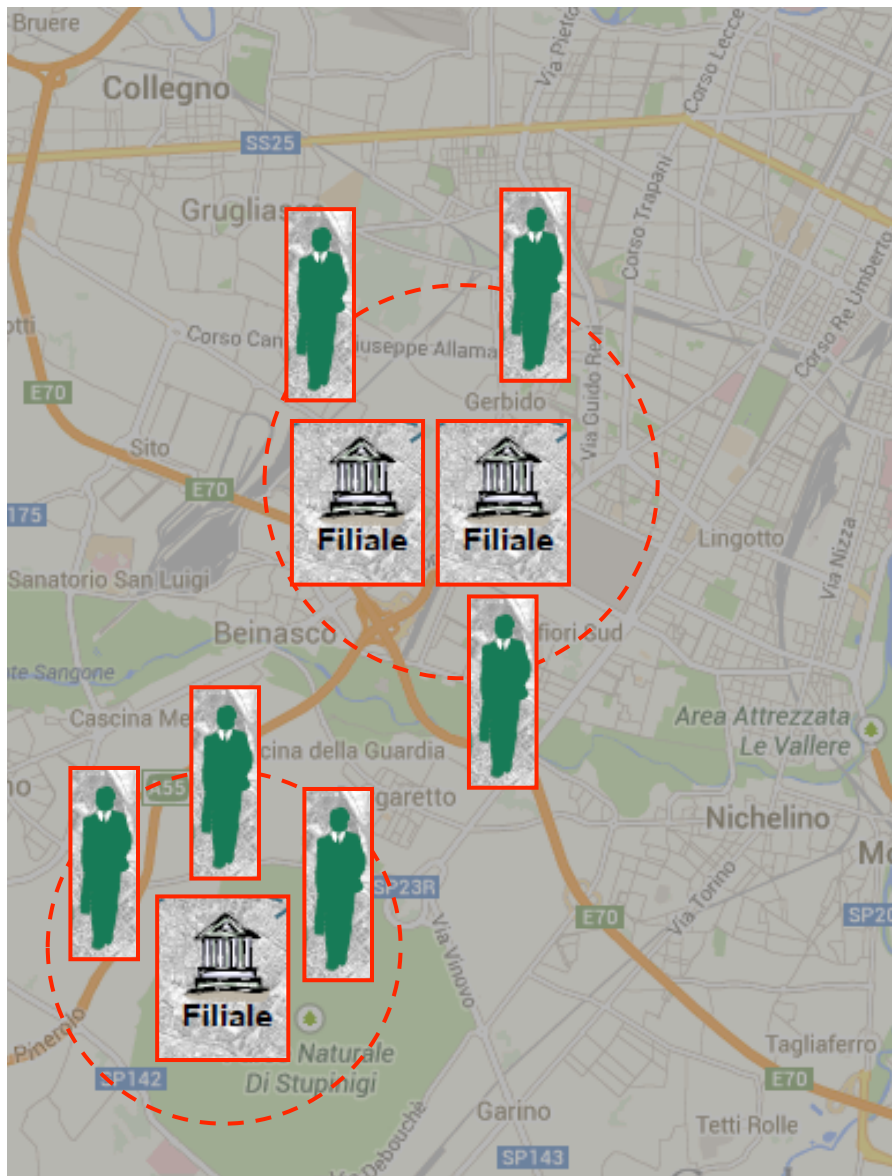
- ☐ 40 prodotti per soddisfare il 95% dei bisogni
- ☐ Prodotti stand-alone e facili da spiegare
- ☐ Prezzi standard, non negoziabili e facili da comprendere
- ☐ Orari di apertura estesi
- ☐ Prodotti specifici (MT, Micro Credito, fidejussioni ingresso, assicurazione rimpatrio salma, servizi CAF)

CONSULENZA

- ☐ Dedicare molto tempo (altro che costo contatto!)
- ☐ Facendo formazione (uso del contante, utilizzo del miglior strumento di *money transfer*, eccessivo indebitamento, la protezione del patrimonio e della persona, ecc...)

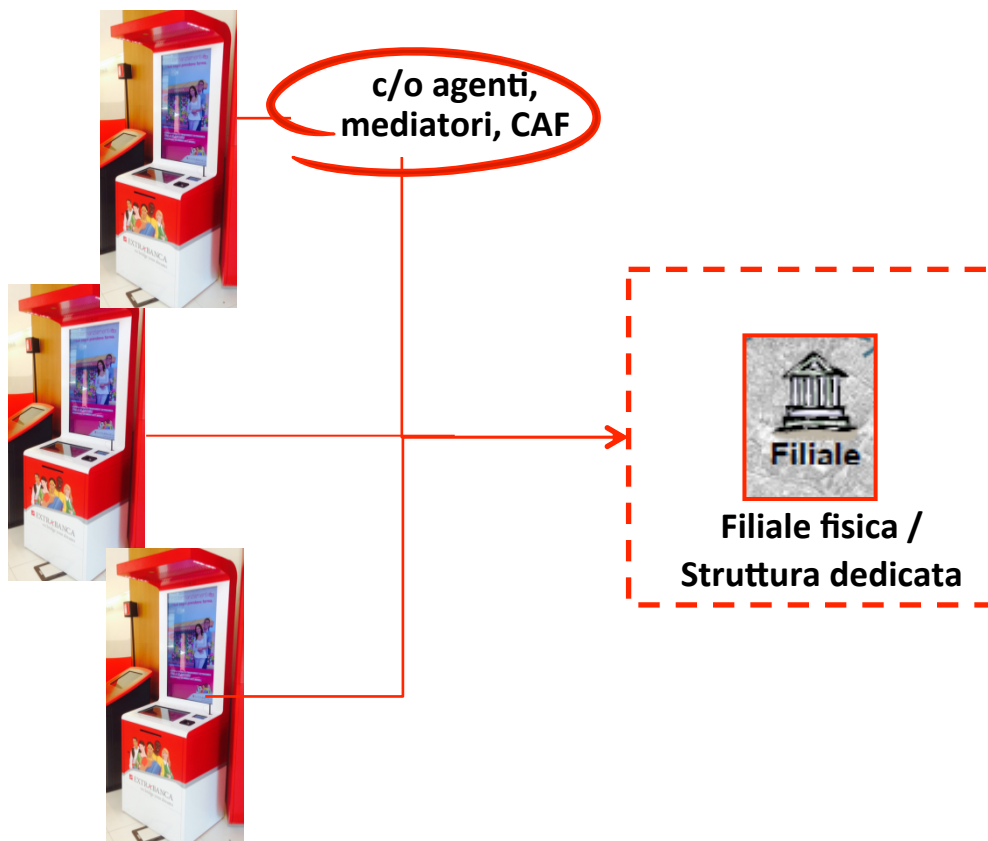
ACCOGLIENZA

- ☐ Calore ed empatia
- ☐ Parlare la stessa lingua
- ☐ Ambienti eleganti, curati e ospitali



- ❑ **Filiali:** elemento cardine del modello (poche e di grandi dimensioni)
- ❑ **Sviluppatori:** dipendenti che operano al di fuori della filiale per acquisire nuova clientela, provenienti dalle comunità di riferimento
- ❑ **Passa parola:** alimentato da Campagne Member Get Members
- ❑ **Campagne di marketing locale:** presidio dei principali eventi di aggregazione delle singole comunità
- ❑ **...ExtraExtendedBranch**

Come accelerare il piano di espansione territoriale, con costi contenuti ed in tempi ridotti, preservando (per quanto possibile) il *flavour* originale?



EEXB è la prima soluzione di sportello bancario digitale che consente non solo una mera video comunicazione specialistica, ma una completa gestione del rapporto «bancario»

PER FARE COSA...

- 1 ☐ Apertura Conti Correnti ed in generale sottoscrizione di qualsiasi contratto
- 2 ☐ Gestione operazioni di cassa (ad oggi solo quelle *cash less*)
- 3 ☐ Consulenza
- ☐ Consegna ed emissione fisica attraverso dispenser di Carte Debito/Credito come Carnet assegni;
- 5 ... gestione del contante

... E COME

- ☐ Identificazione del cliente a norma di Legge
- ☐ Gestione processi di vendita: dalla firma di un contratto con firma digitale (FEA), alla condivisione e stampa di documenti a video o su supporti mobile
- ☐ Processo documentale in modalità *paper less* con conservazione documentale sostitutiva
- ☐ Acquisizione documentale attraverso uno speciale sistema ottico
- ☐ Lettura di carte magnetiche, tessere sanitarie



YOU'RE WELCOME  EXTRABANCA