

Banca Carige: il cliente diventa Manager!

Daniele Balbo
Dirigente I.C.T. Governance e Canali Distributivi - **Banca Carige**

Jacopo d'Auria
TOP Clients - Marketing - Field Marketing Finance - **Telecom Italia**



Agenda

- ▶ **L'evoluzione della relazione in filiale e la piattaforma integrata per i servizi**

- ▶ **L'esperienza di Banca Carige**

Riconquistare la fiducia e la relazione con il Cliente

Relazione: orientamento alla “Customer Experience”, nuova concezione degli spazi, accoglienza personalizzata ed indirizzamento del Cliente



Fiducia: facilità di accesso ad informazioni aggiornate, chiare e trasparenti

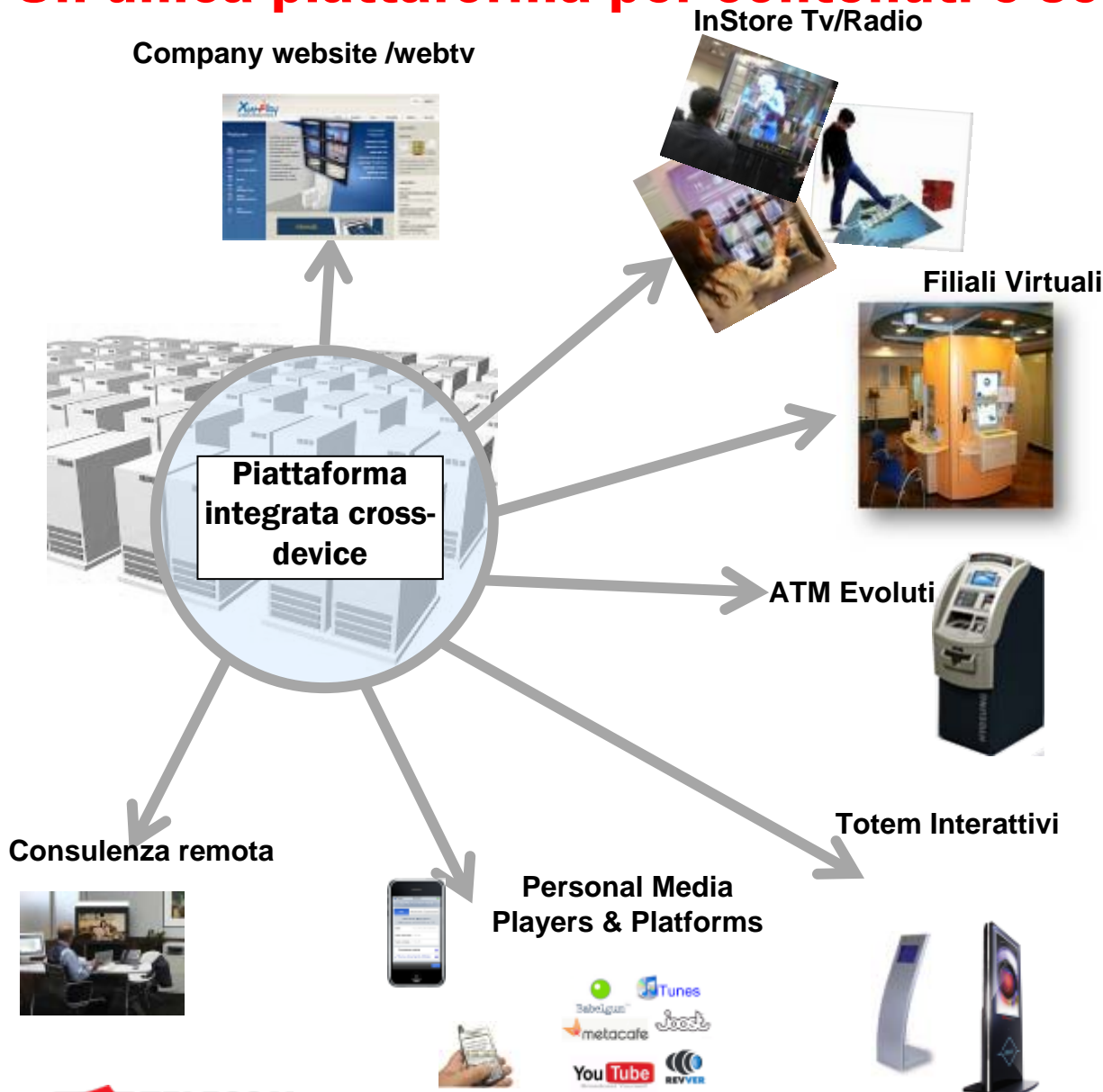


Efficacia:

- maggiore disponibilità dei servizi (orari)
- ampliamento dei servizi erogati (Store)
- approfondimento (consulenza)
- valorizzazione delle competenze



Un'unica piattaforma per contenuti e servizi integrati



Le varie forme di comunicazione e di interazione con il cliente vengono sviluppate e gestite in modo integrato e flessibile

- ▶ sia sul piano progettuale
- ▶ sia su quello dello sviluppo ed erogazione/fruizione dei contenuti.



Agenda

- ▶ **L'evoluzione della relazione in filiale e la piattaforma integrata per i servizi**

- ▶ **L'esperienza di Banca Carige**

Inquadramento del ruolo dell'ICT in azienda: il rinnovamento dei Sistemi Informativi è uno dei fattori abilitanti del piano di crescita del Gruppo

Lo sviluppo del Gruppo Carige fa leva sul rinnovamento dei sistemi informativi e sul rafforzamento dell'integrazione multi-canale in termini di ripartizione dei canali di contatto con i clienti



Fonte: "Growth in Turbulent Time", 2° Investors'day, Genova 10 ott 2008

Inquadramento del ruolo dell'ICT in azienda:

il rinnovamento dei Sistemi Informativi è uno dei fattori abilitanti del piano di crescita del Gruppo

Il rinnovamento dell'IT System è leva abilitante per:

- **l'integrazione dei processi intercompany**
- **la crescita dimensionale del Gruppo**
- **il miglioramento dell'efficienza operativa**
- **il sostegno dei processi commerciali**
- **la qualità espressa**
- **Il controllo gestionale**

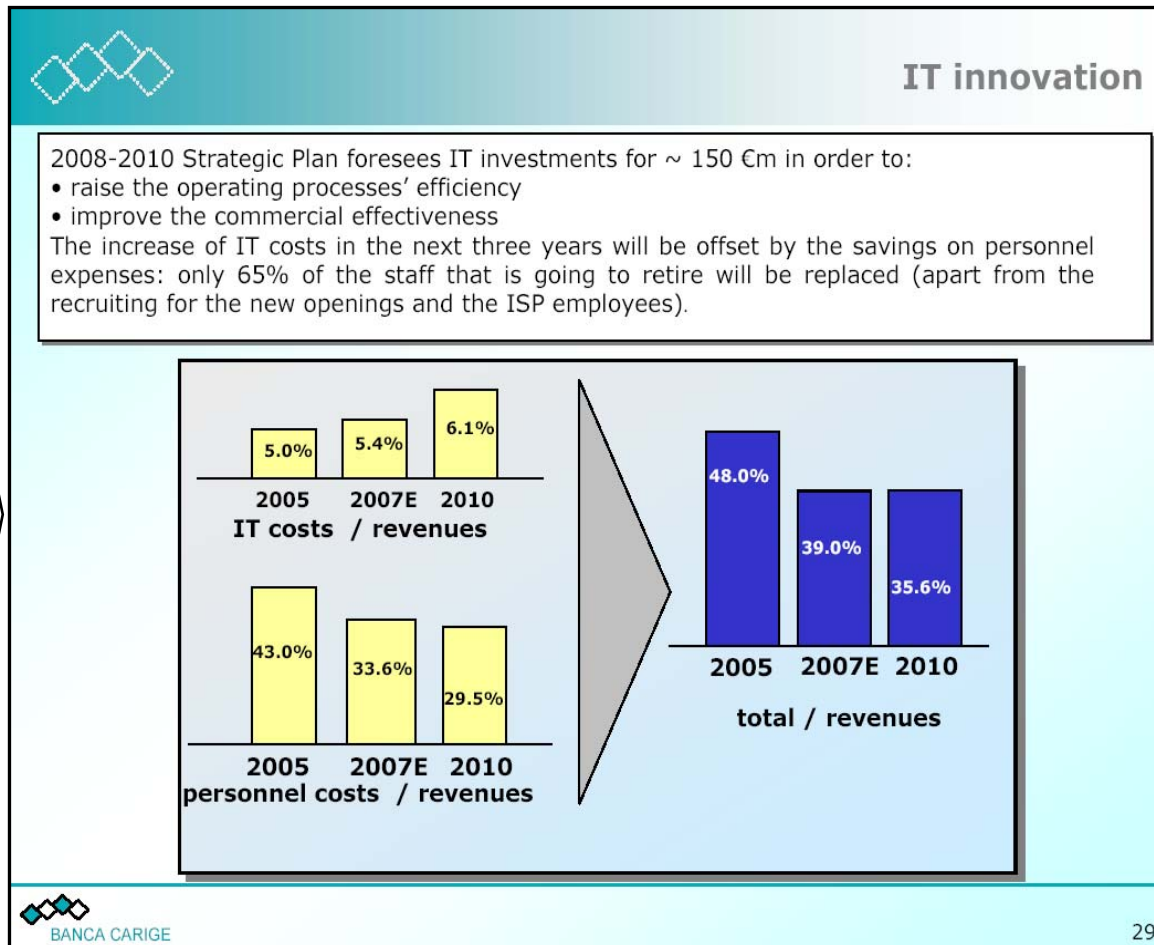


Fonte: "Growth in Turbulent Time", 2° Investors'day, Genova 10 ott 2008

Inquadramento del ruolo dell'ICT in azienda: il rinnovamento dei Sistemi Informativi è uno dei fattori abilitanti del piano di crescita del Gruppo

L'attuazione di un programma di investimenti tecnologici commisurato agli obiettivi del piano di business:

- **abilita la generazione di revenues addizionali**
- **abilita il contenimento dei costi relativi del personale**
- **rappresenta una forte opportunita' per migliorare il servizio alla clientela**

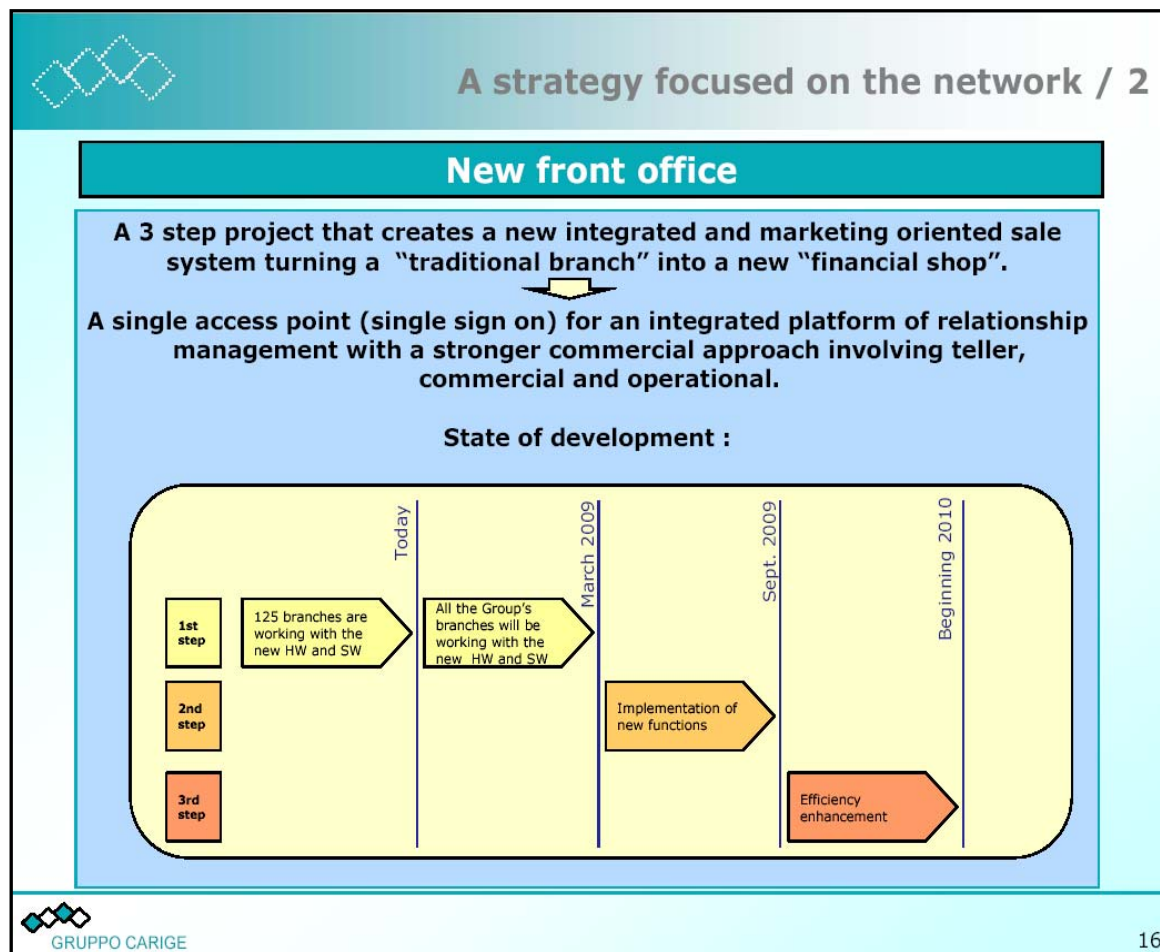


Fonte: "Company Presentation", Dublino 7-8 febbraio 2008

Inquadramento del ruolo dell'ICT in azienda:

il rinnovamento dei Sistemi Informativi è uno dei fattori abilitanti del piano di crescita del Gruppo

- **Una ICT Strategy focalizzata agli obiettivi di business che ha come punto di riferimento un progetto che guida tutto il rinnovamento del sistema informativo del Gruppo**
- **Il Progetto NFO prevede il completo rinnovamento dei processi di Fabbrica Prodotti, Controllo e Distribuzione**
- **Il progetto è coordinato con il piano di business e quindi globalmente articolato su un arco di tre anni**



Fonte: "Growth in Turbulent Time", 2° Investors'day, Genova 10 ott 2008

I macro-obbiettivi del progetto NFO

Evolgere il processo di contatto con il Cliente sia a livello di front-office del Gruppo passando attraverso ad una ri-focalizzazione commerciale dei processi evolvendo il contesto tecnologico di riferimento

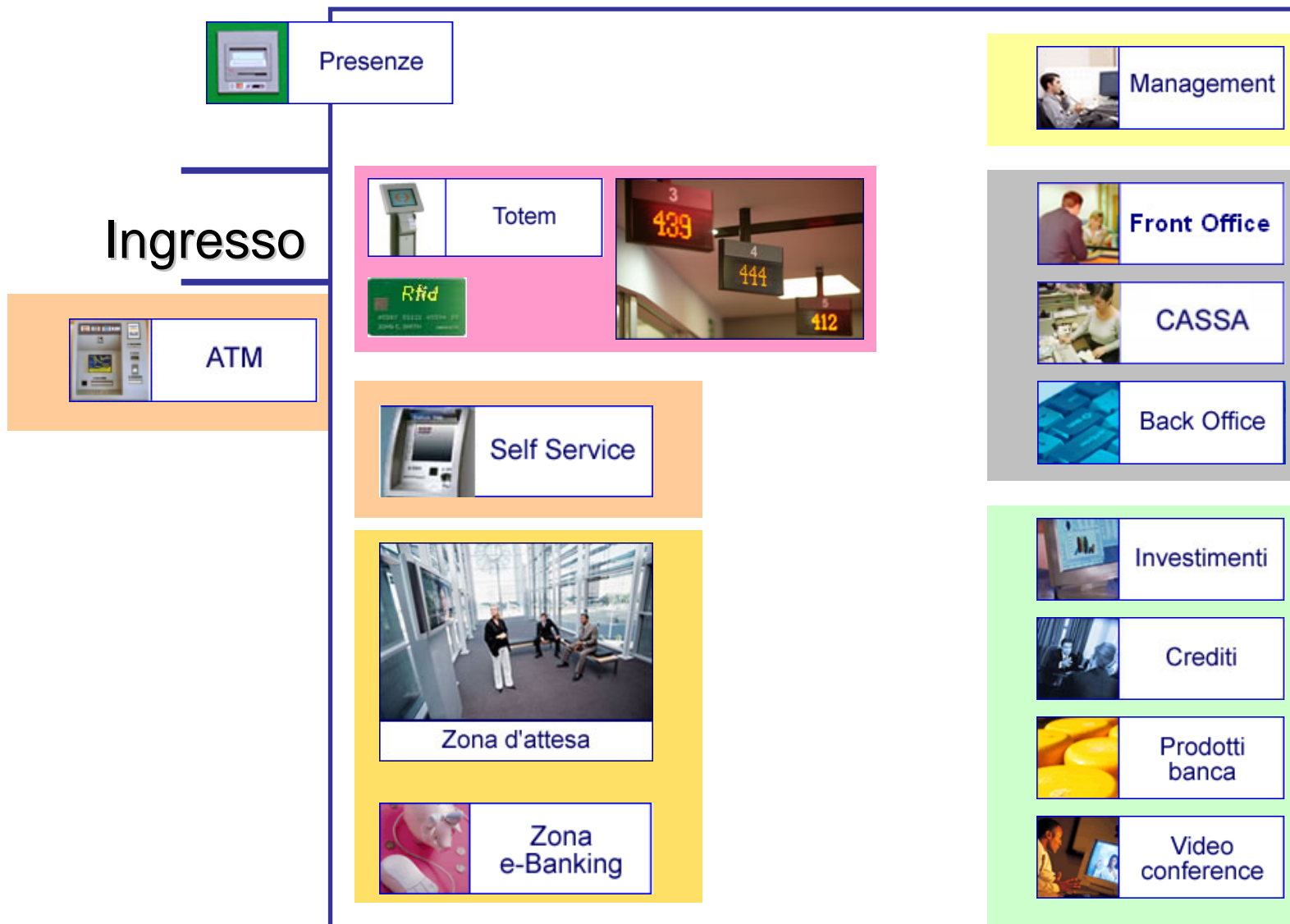
**Situazione
Iniziale (2007)**



Modello sviluppato

- Applicazioni di front office sviluppate secondo un approccio “product oriented” ed ispirate ad un modello “generalista” di relazione con la clientela
 - Logica applicativa gestionale a sylos:
 - Disgregazione delle informazioni inerenti prodotti / servizi / clienti
 - Presenza di numerosi ambienti operativi e gestionali poco integrati e difficilmente integrabili tra loro
 - Supporto informativo inadeguato al sostegno dell’azione commerciale della rete di vendita
 - Sistema di “filiale” e software gestionale datati; punti di contatto frammentati e non sinergici
-
- Approccio “customer oriented” basato sulla conoscenza del cliente e sulla crescita del suo valore per la Banca
 - Utilizzo di “scrivanie specializzate” attraverso le quali rendere disponibili ambienti operativi e gestionali fortemente integrati ed orientati ad un modello “cooperativo” di gestione della relazione con il cliente
 - Disponibilità di informazioni integrate, puntuali ed esaurienti a supporto dell’azione commerciale della rete
 - Trasferimento di attività a basso “valore aggiunto” su canali remoti (ATM, Internet e call center)

Il contesto operativo del nuovo punto vendita



Banca Carige – Il Nuovo Front Office

- **Telecom Italia è uno dei primari partner che Banca Carige ha scelto di coinvolgere nel progetto di rinnovamento delle agenzie finalizzato a:**
 - **creare un'immagine diversificata della Banca attraverso un nuovo disegno operativo ed organizzativo della rete di vendita secondo lo slogan: “+ relazione con il cliente – meno back office”**
 - **migliorare lo scambio di informazioni banca/cliente facilitando l'interazione sui diversi e più svariati canali di comunicazione**
 - **ottimizzare l'efficienza delle risorse e dei processi sfruttando al meglio le innovazioni tecnologiche disponibili in una logica di multicanalità integrata**
- **Il progetto di partnership impatta in particolare su tre Aree specifiche del Punto vendita:**
 - **Area Accoglienza: Codometri e Digital Signage**
 - **Area Self-Service: Totem informativi**
 - **Area Sportello: Integrazione Msft OCS/Exchange con Alice Corporate**

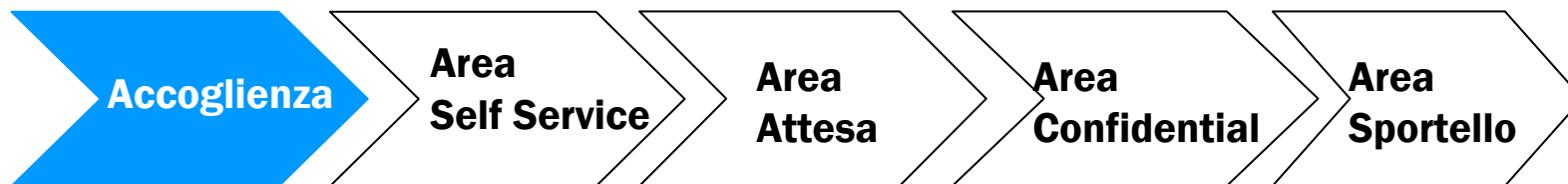
Area Accoglienza: Digital Signage



- **Con la vetrina la filiale può comunicare 24H/24**
- **Possono essere programmati video e contenuti informativi sui servizi presenti all'interno, promozioni della banca o di terze parti, contenuti di informazione ed intrattenimento di cortesia**
- **I passaggi video dei contenuti selezionati, così come informazioni di servizio e news sono diffuse in vetrina anche durante gli orari di chiusura**
- **La trasparenza del vetro può essere pilotata, permettendo efficaci effetti tra immagini virtuali ed oggetti fisici esposti**



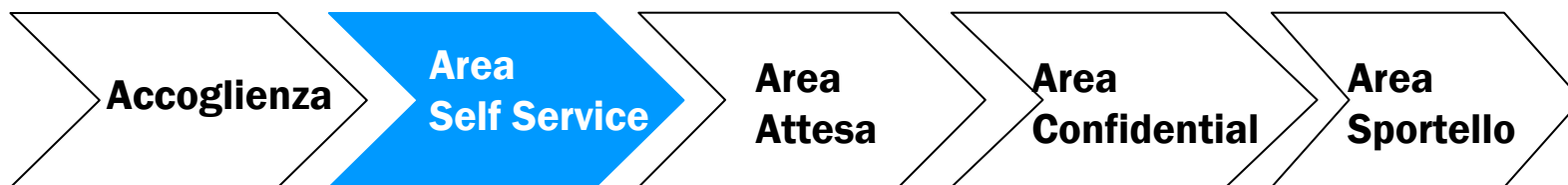
Area Accoglienza: Codometri



- **Il Sistema è composto da:**
 - **Totem interattivi touch-screen emettitori di scontrini**
 - **Monitor per aree comuni con segnalazione attese e intrattenimento di cortesia**
 - **Gadget operatore per la gestione della coda**
- **Le funzioni, la grafica, i contenuti sono personalizzabili tramite interfaccia web di amministrazione**
- **Permette una efficace gestione integrata dello sportello**



Area Self-Service: Totem informativi



- **Utilizzati per diffondere in filiale le informazioni relative a:**
 - **Catalogo Prodotti**
 - **Trasparenza bancaria**
- **Sono integrati nel totem:**
 - **Monitor multi-touch screen (I-phone like)**
 - **Stampante laser a colori**
 - **Card reader manuale**
 - **Porte USB per salvataggio locale**
 - **Casse acustiche**



Area Sportello: Communications & collaboration



- Web collaboration
- VoIP
- Federazione Alice Corporate
- Audio/Video streaming
- Secure mail
- Fax server

- Presence
- Chat
- Collaboration
- Personal Video
- Personal Audio

- PBX integration
- Outbound to RTG
- Dual forking ring
- Remote call control
- Status consistency

- Voicemail
- Fax
- Voice attendant
- Text-to-Speech

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

Daniele Balbo

Dirigente I.C.T. Governance e Canali Distributivi – **Banca Carige**

Jacopo d'Auria

TOP Clients – Marketing - Field Marketing Finance – **Telecom Italia**