Digitalizzazione e Multicanalità per un modello innovativo di Banca Territoriale

Roberto Manini, Responsabile
Gestione Clienti e Sviluppo Commerciale

23 ottobre, ABI – Costi & Business 2013

AGENDA

Digitalizzazione e multicanalità: gli strumenti al servizio di un modello innovativo di Banca Territoriale

- [x] **Evoluzione del mercato**
- [ ] **Un nuovo modello per la Banca Territoriale**

CEDACRI GROUP

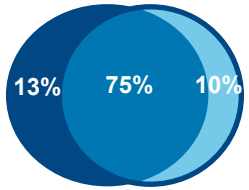
Il cliente sceglie la modalità di relazione

La spinta data ai canali a forte contenuto tecnologico evidenziata negli ultimi anni sta divenendo sempre più diffusa, sia presso i grandi gruppi bancari sia nelle realtà più piccole, e richiede di essere conciliata con il bisogno di relazione personale sempre evidenziato dai clienti.

Agenzia/sportelli
87%

Servizio di banca telefonica/call center
87%

Canali fisici
88%



Canali a distanza
85%

Promotore/consulente
4%

Sportello bancomat
83%

Internet Banking
/Home Banking
41%

- I canali fisici registrano ancora i maggiori livelli di diffusione, con la conferma del ruolo centrale della filiale, canale utilizzato dall'87% dei clienti
- Parallelo e progressivo incremento degli utenti che utilizzano i canali a distanza (pari nel 2012 all'85% dei clienti).

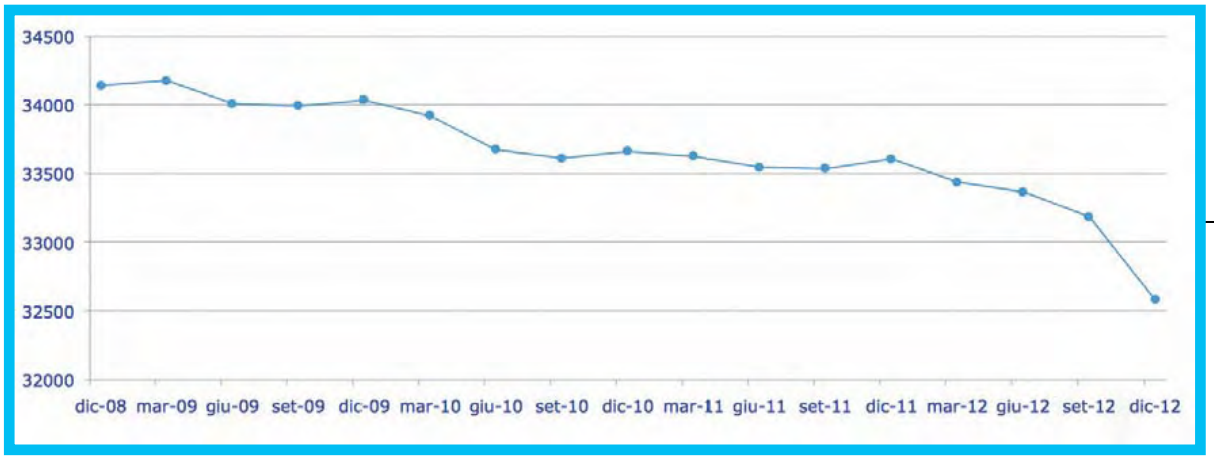
Il dato interessante riguarda la multicanalità: il 75% della clientela utilizza sia i canali fisici sia i canali a distanza a seconda delle proprie esigenze e necessità, anche in relazione alla experience di canale maturata

* Fonte: Rapporto Multicanalità ABI2012

CEDACRI GROUP

Meno filiali, servizi di maggior valore

La forte attenzione verso l'evoluzione dei canali innovativi sta portando a un significativo cambiamento nel ruolo e nella presenza delle filiali sul territorio italiano.



Nel 2008 è iniziato un trend decrescente che ha portato alla diminuzione della numerosità delle filiali, passando dai 34.139 sportelli di dicembre 2008 a 32.581 nel 2012, con un calo complessivo del 4,5%.

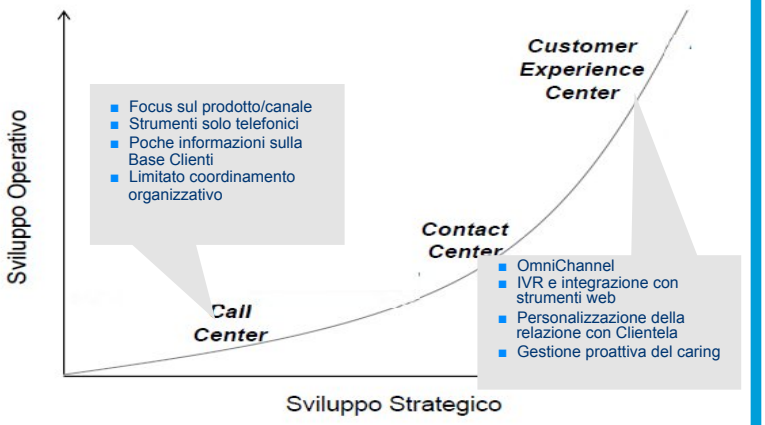
Nonostante il trend in atto l'Italia registra 55 filiali per 100.000 abitanti rispetto alla media europea di 41. Prima del 1999 la densità di filiali in Italia era minore rispetto alla media europea.

Nell'ambito di un' analisi ABILab sui piani industriali pubblici di 13 banche si rileva come sia forte l'attenzione al ripensamento del modello distributivo

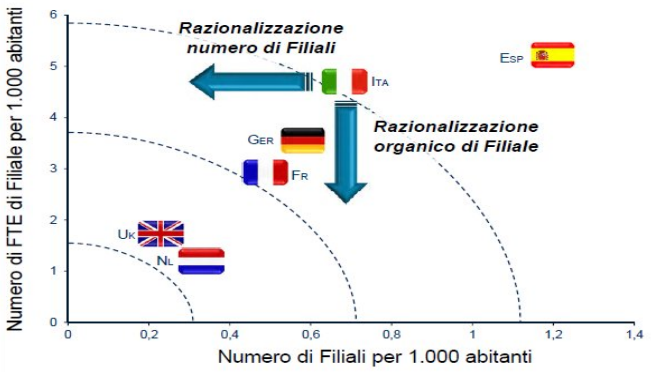
* Fonte: Rapporto Multicanalità ABI2012

Come reagire al Trade-Off Costi/Servizio?

L'evoluzione passa dalla trasformazione dei Contact Center in Customer Experience Center



Numero di FTE e di Filiali per 10.000 abitanti



Le principali Banche italiane hanno avviato azioni di ottimizzazione della rete per raggiungere i livelli medi europei

Il mercato impone un innalzamento dei livelli di servizio, una contestuale significativa riduzione dei costi, il mantenimento di margini soddisfacenti.

È un'equazione sostenibile per una banca territoriale?

* Fonte: Rielaborazione Cedacri dati Rapporto ABI2012

Razionalizzare i processi?

CEDACRI GROUP

Investire sulla tecnologia?

Approfondire la conoscenza dei clienti?

AGENDA

Digitalizzazione e multicanalità: gli strumenti al servizio di un modello innovativo di Banca Territoriale

☐ Evoluzione del mercato

☑ **Un nuovo modello per la Banca Territoriale**

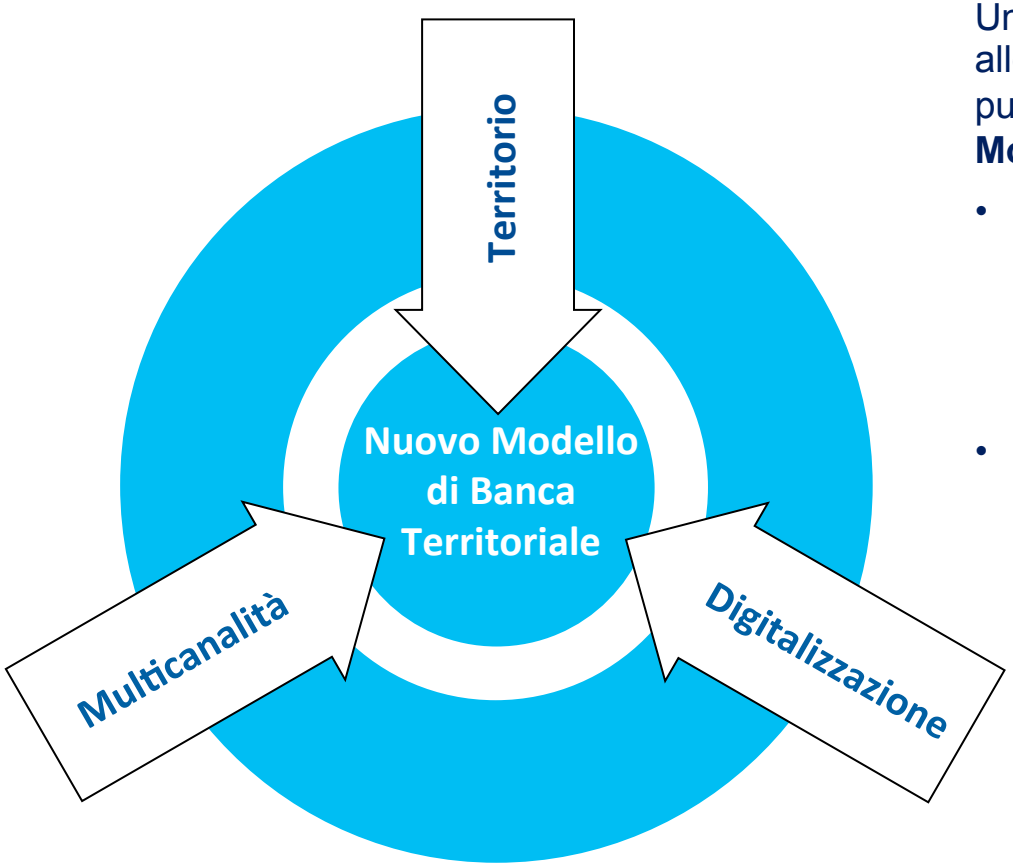
CEDACRI GROUP

Il modello di Banca Territoriale: Driver di evoluzione

Il **modello di Banca Territoriale** è **destinato ad evolvere** in concerto con il modello di Banca Multicanale e di Banca Digitale.

La Banca Territoriale ha la necessità di orientarsi ad un modello sempre più **Multicanale**:

- Perché il ruolo attribuito ai canali è diventato centrale per la capacità di garantire la **gestione end-to-end** di nuovi processi di vendita
- Per utilizzare i canali in fase di sollecitazione per **orientare la gestione verso quelli a maggiore efficacia costi/benefici**
- Contribuzione dei canali alla **gestione delle attività di post-vendita**

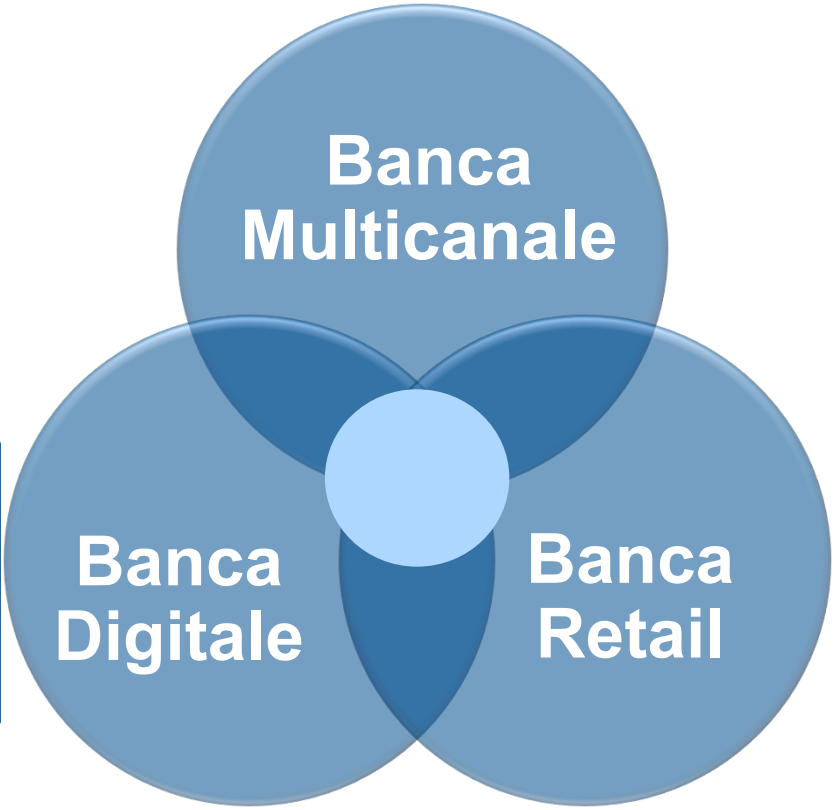


Un modello Multicanale, allo stesso tempo, non può prescindere da un **Modello Digitale**:

- Perché una logica Multicanale non può prescindere da **processi di Business Digitalizzati**
- Perché un modello Multicanale abilita una **User Experience** sempre più **Digitalizzata e Dematerializzata**

Un possibile percorso di sviluppo

Nuovi modelli di Sviluppo Commerciale per vendite su canali diretti (Remote Selling) e logiche di efficientamento dei costi operativi

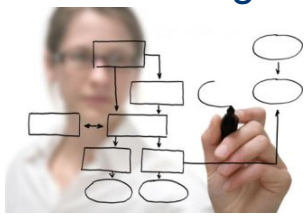


Logiche di efficienza abilitate dalla digitalizzazione dei processi (Workflow Management)

Elevato grado di conoscenza del cliente e offerta commerciale ritagliata su misura

Alcuni percorsi progettuali verso la nuova Banca Territoriale

Workflow Management



Mobile Banking/
Mobile Payment

Nuove filiali e WEBATM

Remote Selling
Internet Banking

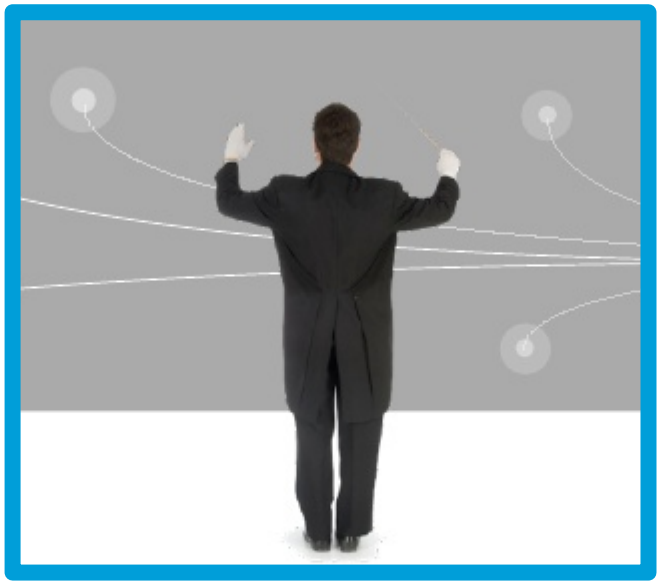
Firma Biometrica

Infrastruttura Tecnologica

CEDACRI GROUP

Qualità e tempi di risposta al cliente

L’automazione dei Processi di Business



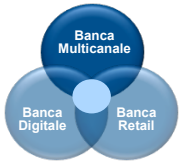
Dai Processi non controllati…

in molte realtà dati, risorse, e attività vengono considerati e gestiti all’interno dei processi aziendali in maniera non controllata e molto spesso caotica.

… alla loro automazione

Il Business Process Management è il procedimento per l’automazione e il controllo dei Processi di business con lo scopo di migliorarne la loro efficienza e ridurne i costi di gestione

Il Ruolo del Workflow Management



Riduzione errori

Riduzione dell'errore umano grazie al monitoring dei processi e funzionalità di controllo sulle attività

Integrazione risorse

Risorse umane e risorse IT ingrate all'esterno del processo

Misurazione

Flessibilità nella misurazione dei KPI e dello status di ogni singolo step di processo

Controllo

Definire e controllare i processi di business per la loro completa orchestrazione

Automazione

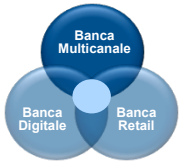
Una soluzione software in grado di automatizzare i processi di customer care in multicanalità

Minori tempi di latenza

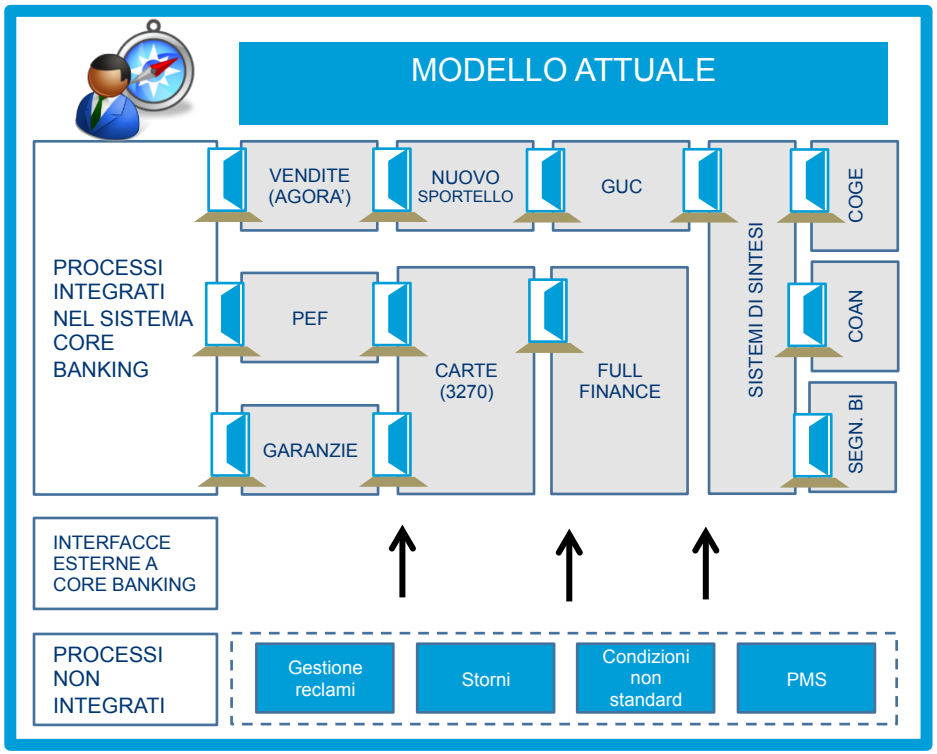
Monitoring dei processi per la riduzione dei tempi di latenza causati dall'errore umano o all'interruzione dei flussi del processo

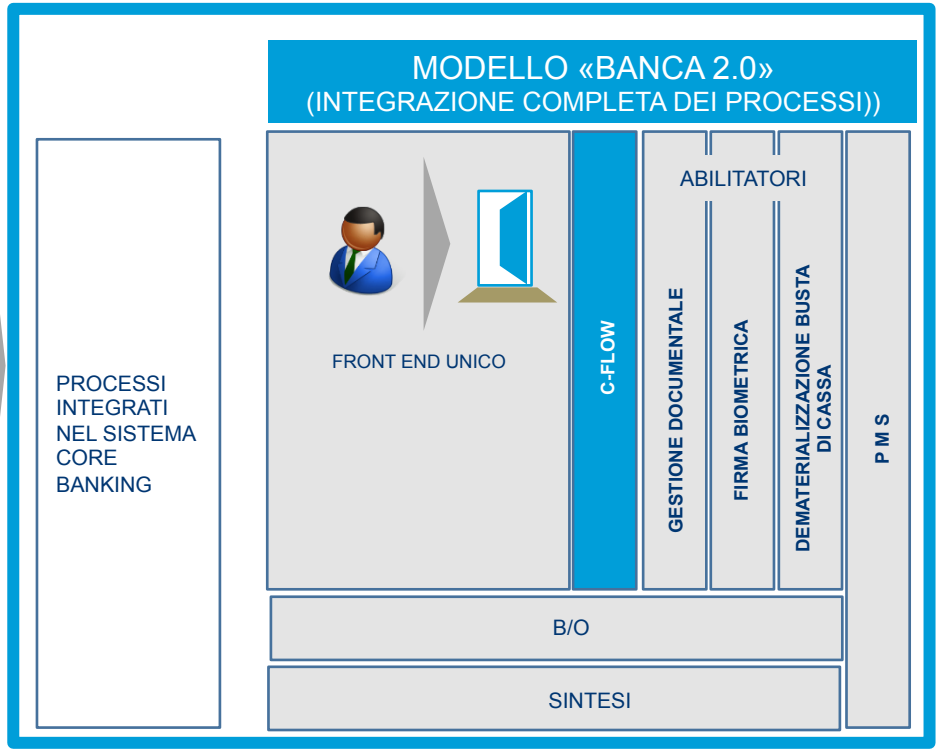
CEDACRI GROUP

Un esempio progettuale: la Banca ridisegna i processi di business



La Banca ha a disposizione tutti gli Strumenti per abilitare in autonomia il proprio modello di Business

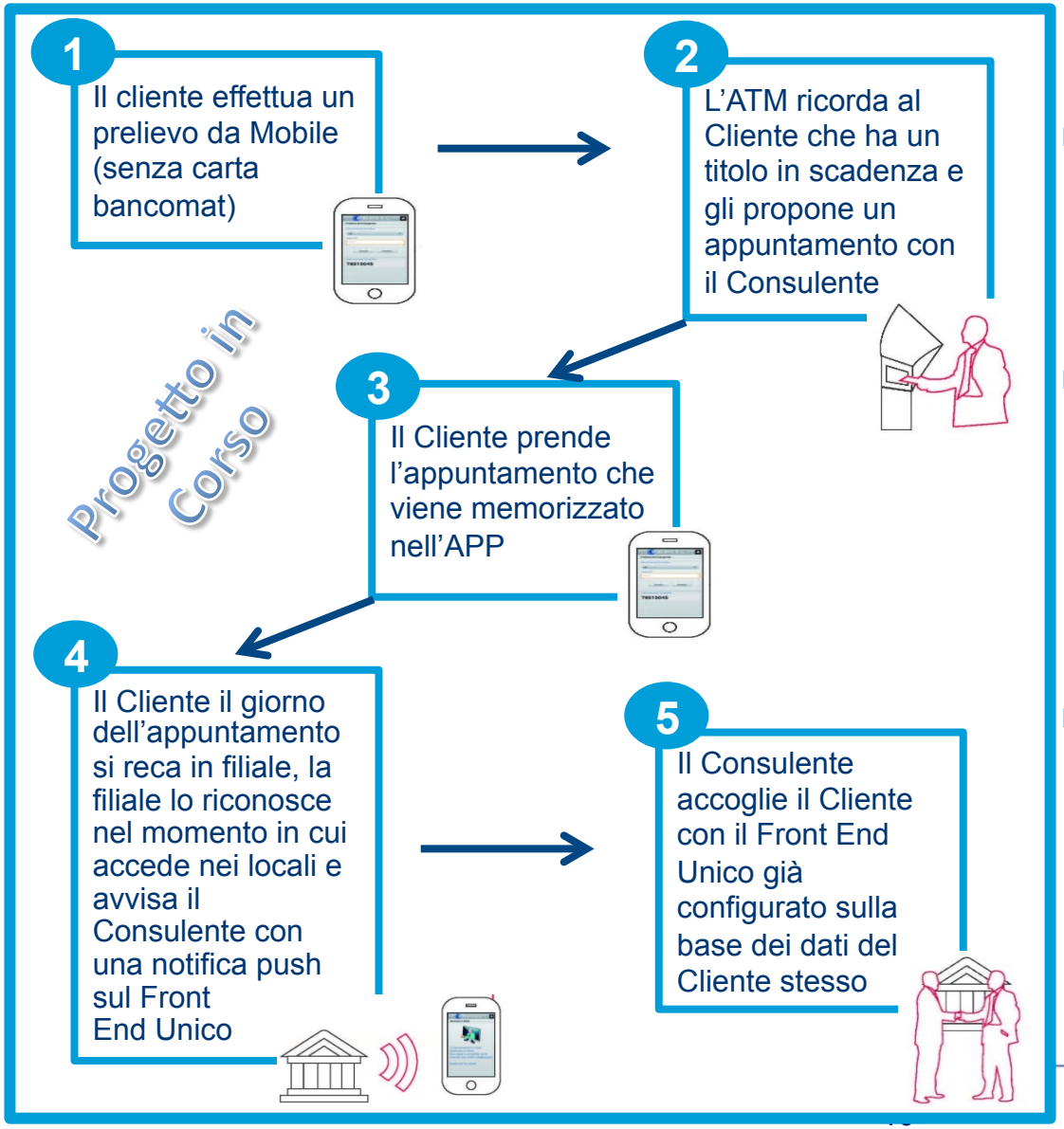




Semplicità gestionale nella definizione in modalità Self di una Soluzione Integrata del disegno dei Processi di Business (Plug&Play)

CEDACRI GROUP

Un nuovo ritmo della relazione …



- Avvicinare il cliente alla filiale partendo dalla sua interazione con il terminale ATM e facendo poi leva sullo smartphone.
- Riconoscere il cliente in occasione di un prelievo al terminale ATM, suggerendogli in modo personalizzato eventuali ulteriori attività da svolgere insieme al personale di filiale.
- Ricordare all'utente la prossima scadenza di un'obbligazione e proporgli un incontro in filiale con un consulente per fare il punto sul proprio portafoglio personale d'investimenti.

… attraverso tecnologie e processi digitali

- Nel corso di uno spot televisivo lo spettatore è invitato a scaricare l'APP sul proprio Smartphone e ad attivarla in occasione di un successivo passaggio pubblicitario.
- Tramite la stessa tecnologia di comunicazione audio utilizzata in filiale, al seguente passaggio dello spot, dal televisore giunge alla app un segnale che fa avviare lo scaricamento di contenuti di approfondimento sull'offerta oggetto del messaggio pubblicitario.
- L'APP suggerisce inoltre al potenziale cliente di entrare immediatamente in contatto con un consulente via chat o videoconferenza per maggiori informazioni o di incontrarlo personalmente in filiale per sottoscrivere l'offerta.

Estendere la piattaforma di conversazione...

…per favorire lo sviluppo dell'ecosistema locale

- Utilizzo dello smartphone come strumento di pagamento
- Pagamenti "giornalieri" (parcheggi, cinema, micropagamenti)

Il nuovo modello possibile di Banca Territoriale?

- **La banca mette a disposizione del Territorio le proprie tecnologie per intensificare l'ecosistema locale**

Nel Nuovo Modello di Banca Territoriale, il **Front End Multicanale** assume un ruolo centrale nei processi di relazione **Front to Back** che basa la propria versatilità sui processi **interni fortemente digitalizzati** e su una rete territoriale

Gli Strumenti Tecnologici **abilitano un nuovo modello per la Banca Territoriale** garantendo tutti i gradi di libertà e le autonomie necessarie a definire il **Modello di Business desiderato**