

BancaMatica

lug/ago '09

8

# La multicanalità cambia volto all'agenzia

Valerio Salvi

NELLE NUOVE FILIALI BANCARIE  
SI CREANO SALOTTINI  
DI INCONTRO E "PIAZZE",  
SI PRENDONO APPUNTAMENTI  
CON I MANAGER, SI EFFETTUANO  
OPERAZIONI SELF-SERVICE H24.  
E I CLIENTI SONO SEMPRE PIÙ  
SODDISFATTI...

In occasione dell'ultima edizione dell'International Management Seminar, organizzato lo scorso maggio da Wincor Nixdorf, gli interventi delle banche clienti si sono in gran parte concentrati su evoluzione di filiali e servizi bancari, grazie al supporto di macchine ATM sempre più avanzate e orientate verso funzioni self-service.

Tra questi interventi, quello di BNL-BNP Paribas si è distinto per incisività e completezza di informazioni, fornendo indicazioni interessanti sull'evoluzione del settore. Una per tutte? Questa: Le transazioni dispositive fatte su ATM (36%) sono ormai vicine a quelle fatte allo sportello (40%). Segno evidente che il concetto di multicanalità è ormai entrato nelle filiali di molte grandi banche.

Abbiamo intervistato il relatore che ha presentato questi dati. Alberto Planta, Responsabile Sviluppo e Innovazione Agenzie, Gruppo BNL – BNP Paribas, ci ha spiegato i trend dei clienti e le loro preferenze, ma anche come i nuovi servizi forniti dagli ATM impattino fortemente sulla ridefinizione delle filiali del Gruppo.

### **Quali indicatori testimoniano meglio come stanno cambiando le abitudini dei clienti, all'interno delle filiali bancarie?**

Ce ne sono alcuni molto interessanti. Devo dire innanzitutto le nostre opinioni a riguardo sono avvalorate e confermate da uno studio, operativo ormai da 3 anni, che effettuiamo sui principali trend e livelli di soddisfazione dei clienti nelle nostre filiali.

Prima di tutto abbiamo riscontrato che la presenza di una "accoglienza" appena si entra nella filiale, viene riconosciuta e considerata come un elemento di valore, per i clienti. Per quanto riguarda invece le macchine multifunzione, abbiamo osservato che c'è un numero sempre più elevato di clienti che preferisce gestire il cash attraverso le macchine, più che negli sportelli. Nelle nuove agenzie in particolare, dove i clienti vengono "educati" fin dal primo giorno, all'utilizzo delle macchine per gestire alcune operazioni, essi dimostrano subito di apprezzarne la semplicità e velocità di utilizzo.

Questo ci sta portando, in agenzie metropolitane di nuova apertura, ad essere sempre più favorevoli, verso filiali senza casse e automatizzate.



**Alberto Planta,**  
Responsabile Sviluppo e Innovazione Agenzie,  
Gruppo BNL – BNP Paribas

### **Ci sono altre tendenze non legate direttamente agli ATM evoluti?**

Un altro elemento di interesse lo riscontriamo nella gestione delle code. In ogni agenzia con il nuovo layout c'è infatti un codometro e una area chiamata "Piazza" (allestita con tavolini e sedie), dove i clienti si sono abituati ad aspettare comodamente seduti, in attesa che venga servito il proprio numero, invece che stare in piedi e in fila davanti alla cassa, come in passato.

In questo ambito è importante anche menzionare il servizio per la presa di appuntamenti e la sua gestione tramite agenda condivisa.

Il cliente può infatti prendere un appuntamento preciso con un nostro consulente, direttamente nella filiale presso il punto di accoglienza, oppure tramite il nostro contact center. In ogni caso le agende dei nostri consulenti sono condivise e sincronizzate, in modo da evitare sovrapposizioni o ritardi. Aumenta dunque il numero di clienti che si reca in filiale su appuntamento, per attività non legate ad operazioni dispositive o gestione del cash.

### **Riassumendo, quali sono le nuove tipologie di filiali oggi?**

Il formato standard, che stiamo applicando oggi a tutte le nuove aperture (ma anche a tutte le nuove agenzie che andiamo a ristrutturare), si basa su 3 aree: Engage (composta da accoglienza, area self e casse), Manage (dedicata ai gestori), Grow (zona dove vengono ricevuti i clienti business e affluent).

Le nuove agenzie sono quasi tutte di circa 200 mq, partono sempre con 3 persone all'interno, e l'ottica (con la crescita del business) di arrivare a 6/7 persone.

Un secondo formato di agenzia è caratterizzato dall'assenza di casse, la dotazione (per l'operatività) di macchine ATM evolute, e con all'interno 2 gestori e un direttore.

Il terzo formato viene invece aperto generalmente all'interno di centri commerciali, si caratterizza per dimensioni piuttosto ridotte (da 70 a 110 mq), la presenza di 2 persone, e il cash viene gestito interamente in outsourcing. Il cash della clientela locale, dei merchant e l'operati-

vità vengono gestiti interamente dagli ATM, mentre il personale è specializzato per fornire informazioni su mutui carte revolving e prestiti.

Il nostro progetto, entro il 2010, è quello di migrare verso questi 3 formati (e ristrutturare) il 100% delle filiali del Gruppo.

### **Tra le funzioni evolute dei vostri ATM nelle filiali, quali ritiene siano più utilizzate e apprezzate dai clienti?**

Tra quelle già operative, fondamentalmente riscontriamo un alto successo delle funzioni di versamento contante e assegni. Quello che vediamo come possibile next step, è il tema del rilascio degli assegni singoli. I tempi dedicati al rilascio degli assegni, da parte del personale di sportello, sono infatti ancora piuttosto alti. La possibilità di inserire negli ATM evoluti anche i moduli per il rilascio degli assegni (con orari H24), ci può dare un'ulteriore valore aggiunto, a livello operativo e gestionale, nella filiale.

BancaMatica

lug/ago '09

10

