



Abbonamento n. 3648 valido dal 15/04/2015 al 14/04/2016 - Licenza esclusiva a MIMESI SRL

SPECIALE - AURIGA

Nella digital bank, i servizi sono targetizzati

LA DIGITAL TRANSFORMATION PARTE DALLA INNOVAZIONE TECNOLOGICA DEI PROCESSI INTERNI. PER ANDARE A TOCCARE ANCHE I CANALI DI COMUNICAZIONE TRA BANCA E CLIENTE: DAI WEARABLE ALLE SMART TV. PASSANDO ANCHE DAL "TRADIZIONALE" CANALE WEB E DALLE APP DI MOBILE BANKING. CON UNA DECLINAZIONE SUI VARI TARGET DI CLIENTELA

Essere una banca digitale non significa solamente essere in grado di offrire alla clientela servizi di internet e mobile banking. Per intraprendere una vera digital transformation è necessario ripensare e integrare le architetture dei sistemi informativi, che ancora oggi si presentano a "silos" e limitano i potenziali vantaggi che la digitalizzazione può comportare, secondo Vincenzo Fiore, CEO di Auriga. «È inoltre importante un coinvolgimento a tutti i livelli della banca, compresa la Direzione e il Management, per sostenere un progetto a lungo termine di trasformazione dei processi interni in chiave di innovazione tecnologica – prosegue. A oggi molte banche approcciano la trasformazione digitale secondo una mentalità tradizionale,



Vincenzo Fiore,
CEO di Auriga

vedendo i servizi digitali come un'opportunità aggiuntiva offerta ai clienti, senza preoccuparsi del fatto che ciò implichi una rivisitazione degli aspetti organizzativi. Eppure, la digital transformation impatta anche sulla comunicazione tra banca e cliente: nel nuovo scenario digitale entrano a far parte, come canali di contatto e relazione, anche i social network che implicano una comunicazione real time e one to one con il cliente. Infine, assume sempre più importanza la sicurezza, "conditio sine qua non" perché la banca continui a crescere e a evolversi».

Investire nella banca digitale

Per ampliare l'offerta dei servizi della banca digitale, semplificare l'accesso agli stessi, salvaguardando però sempre e comunque l'aspetto della sicurezza, occorre quindi investire costantemente. «Così da mettere a disposizione delle banche nostre clienti in Italia e all'estero servizi di internet banking o app di mobile banking sempre più ricche di funzionalità e favorire la crosscanalità (per esempio il prelievo senza carta attraverso la scansione del QR Code che vede interagire l'ATM con l'app sullo smartphone o la possibilità di accedere ai servizi bancari da nuovi device come l'Apple Watch) – precisa Fiore. Sul fronte mobile il tema forte è quello della app: dal 4° Rapporto sul Mobile Banking promosso da ABI Lab con la School of Management del Politecnico di Milano risulta che tutte le banche intervistate offrano app di m-banking e che circa il 77% include app per tablet. La prossima sfida sembra quindi essere la targettizzazio-

ne di queste app per rispondere meglio alle esigenze della domanda».

Internet e mobile banking targetizzati

E Auriga sta lavorando su questo punto, in parte già affrontato con successo con l'internet banking diversificato per il target retail e business. «SimplybankWeb, la nostra soluzione per l'internet banking, è stato sottoposto a un restyling grafico e funzionale per rendere la customer experience intuitiva e offrire servizi in linea con vari target di clientela – spiega Fiore. Attualmente conta più di 200 funzioni diversificate nelle due versioni per le aziende e per i privati/small business, con una scelta multipla di opzioni sui sistemi di accesso/sicurezza definibili in parte dalla banca e dal cliente. Per il mobile, la nostra app SimplyMobile, fruibile da smartphone e tablet, si arricchisce costantemente di nuove funzionalità, per esempio la possibilità di accedere tramite Finger Print di Android o Touch ID di Apple, oppure pagare i bollettini premarcati con la scansione del Datamatrix. Questi esempi dimostrano che l'accessibilità, facile ma sicura, e la customer experience sono i requisiti essenziali della digital transformation in banca. Inoltre, siamo alla ricerca di nuovi canali da aggiungere alla sua suite di soluzioni per la banca digitale omnicanale: un esempio è quello delle tecnologie wearable, come l'Apple Watch, l'Apple TV e l'Android TV, che permetteranno all'utente di ricevere assistenza in tempo reale tramite videochiamata utilizzando canali innovativi».

G.C.