

DOSSIER | 50 anni dell'Atm

Mezza età e... non sentirla

I clienti vanno ancora frequentemente a prelevare il denaro al bancomat. E girano senza alcun problema con i contanti nel portafoglio. Lo evidenzia una ricerca svolta su consumatori inglesi e americani

■ ALBERTO MAZZA

Le banche e gli addetti al lavoro credono che ci sarà un domani, magari anche radioso, per gli Atm. Ma vogliamo capire cosa ne pensano i clienti? A delineare questo aspetto, una ricerca realizzata dal periodico specializzato *Atm marketplace* e da Auriga, azienda che opera nel settore degli sportelli automatici. L'indagine, denominata *Atm future trends*, è stata realizzata con interviste a circa 1.000 clienti e 300 professionisti in Gran Bretagna e Stati Uniti: dai correntisti si è cercato di comprendere la frequenza di utilizzo degli sportelli automatici, i servizi Atm più richiesti e la percezione del *cash* come strumento di pagamento; i professionisti hanno invece chiarito le strategie per soddisfare le nuove e sempre più evolute esigenze dei consumatori. Con quale risultato? Che le possibilità di crescita del settore ci sono, e sono molte. A condizione che si sfruttino tutte le opportunità offerte dall'innovazione tecnologica per creare nuovi servizi.

PUNTO FERMO

Sì, perché l'Atm rimane un

LA RICERCA

La ricerca *Atm future trends* è stata realizzata da Auriga e dal periodico *Atm marketplace* (a fianco, la home page)

punto fermo della relazione banca-cliente.

Altro che crisi degli sportelli automatici: secondo la ricerca (che, ricordiamolo, riguarda due paesi sicuramente più abituati alla tecnologia e meno "amici del contante" rispetto all'Italia) dovendo scegliere, il correntista preferisce avere vicino uno sportello bancomat piuttosto che una filiale bancaria.

Li vogliono e, naturalmente, li usano. Dall'indagine emerge che negli Stati Uniti il 23% del campione lo fa almeno una volta alla settimana. In Gran Bretagna, patria

del primo erogatore di contanti, questa percentuale sale al 43%, con un ulteriore 31% che ci va anche più volte alla settimana.

Però il dispensatore di *cash* non basta più. Il cliente vuole, infatti, sempre di più dall'Atm. Vale a dire, molti servizi. Un'esigenza, questa, che si collega ancora alla necessità (spiegata nell'articolo precedente) di omnicanalità. Molti sono i servizi che gli intervistati vorrebbero trovare allo sportello automatico. Tra le innovazioni più richieste ci sono l'ampliamento delle funzionalità tradizionali (molto getto-



atm marketplace

Home - Services - Products - Partners - News - About - Contact

EMV READY

Confused with EMV Planning? WE CAN HELP!

- We can help you review your Triton ATM fleet.
- ATMs not worth upgrading? Trade them in for credit.
- Shell units - use your current dispenser in an EMV upgraded unit - Money Save
- Need a low cost replacement? Consider refurbished Triton ATMs for a low cost solution.
- Need a lot of kits? Ask about funding options.

Triton is YOUR EMV Solution!

Get the latest news & insights

Enter your email address [button: Subscribe]

NEWS

Sponsored by DIEBOLD NIXDORF

Triton upgrades Argus line with through-the-wall model

Bank expected to release debit over next by 2016

First online ATM from DL. Cashless convenience store

No relief for NAC to ATM access fee lawsuit

Swiss banks, payment service launch standardized software for online ATMs

NAC serves up a new ATM survey and spins an old fallacy

The Redwood ATM Council has repeatedly said that big banks control FED and use it as a propaganda tool to make retail operators look bad. Yet, the hard data they use to back up their claim actually proves them wrong.



nata, per esempio, la possibilità di prelevare contante scegliendo liberamente i tagli delle banconote) e di quelle evolute (poter

effettuare operazioni in tempo reale, come il versamento di denaro subito disponibile sul proprio conto corrente).

Queste necessità sono comuni in Gran Bretagna e negli Stati Uniti: in più, molti sudditi di Sua Maestà vorrebbero pagare utenze agli sportelli automatici, mentre gli americani chiedono di poter accedere ai servizi con sistemi di riconoscimento biometrico.

«Se gestito con un'architettura smart, *web based* e realmente omnicanale, l'Atm rappresenta un canale destinato in futuro non

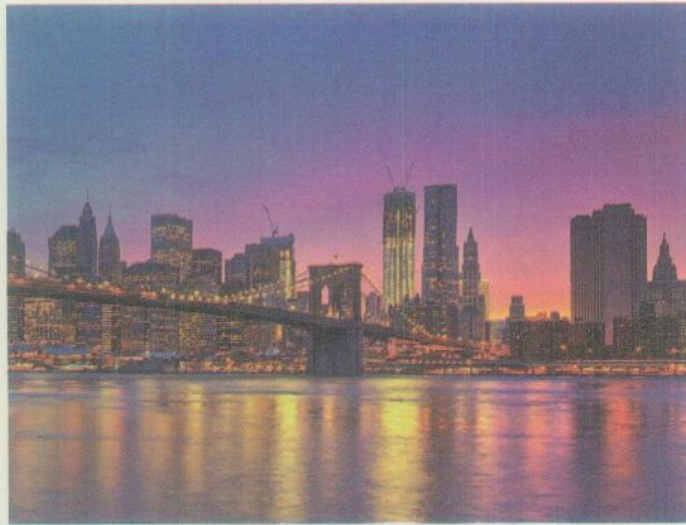
solo a sopravvivere, ma anche a prosperare», conferma Antonella Comes, chief marketing officer di Auriga. «E questo pur nella rivoluzione bancaria odierna, che si concentra principalmente sulla fidelizzazione del

APPUNTAMENTO SETTIMANALE
In Gran Bretagna, il 43% dei clienti va all'Atm almeno una volta alla settimana. Nella foto, una veduta di Londra



DOSSIER | 50 anni dell'Atm

BIOMETRIA
Mentre gli Inglesi vorrebbero pagare utenze agli Atm, gli americani chiedono di poter accedere agli Atm con sistemi di riconoscimento biometrico. A fianco, una veduta di New York



PIÙ SICURO
Secondo la ricerca Auriga-Atm marketplace, i consumatori percepiscono il cash come il metodo piÙ sicuro di pagamento



ANTONELLA COMES
«Al centro della filiale del futuro ci saranno Atm intelligenti, dispositivi evoluti di self-service assistito, chioschi di accoglienza e consulenti specializzati pronti ad assistere i clienti e fornire loro un servizio su misura. Tutti integrati attraverso un'unica piattaforma omnicanale», dice la chief marketing officer di Auriga

cliente, il *cost saving* e il miglioramento della sicurezza. Infatti, nonostante la crescente adozione dei canali digitali, lo sportello automatico rimane ancora oggi la principale interfaccia tra il cliente e la banca. Oggi la tecnologia esistente riesce a supportare in modo efficace gli istituti bancari nel trasformare l'Atm da semplice erogatore di contante a canale personalizzato in grado di offrire una gamma ampia di servizi e una *customer experience* in linea con i bisogni di ciascun cliente».

VIVA IL CASH!

Sembra, quindi, che l'Atm sia destinato a sopravvivere anche in un mondo senza contante. Se non che, almeno per ora, questo problema non si pone. Perché il contante c'è. E non ha nessuna intenzione di essere messo da parte. Secondo la ricerca Auriga-Atm

marketplace, i consumatori percepiscono il *cash* come il metodo piÙ sicuro di pagamento. Ma almeno lo si utilizza di meno? La risposta è ben chiara: sebbene siano in giro vari metodi di pagamento, gli intervistati si muovono con la stessa quantità di contante nel portafoglio rispetto a due anni fa. Chiaro, no?

Da questa premessa è facile comprendere quanto sia importante il ruolo tradizionale dell'Atm, quello di erogatore di denaro. Questo, però, non significa che gli altri mezzi di pagamento siano snobbati. Al contrario. In un mondo dove circola ancora il contante c'è spazio anche per vari altri sistemi per saldare i propri conti: il 36% delle banche ha infatti dichiarato che uno degli ambiti di maggiore sviluppo che investirà il canale Atm sarà la sua integrazione con il mobile, e questo in vari ambiti. Come il prelievo senza carta "pre-



PRELIEVO SENZA CARTA
Tra le esigenze dei clienti evidenziate dalla ricerca *Atm future trends*, la possibilità di prelevare senza carta, prenotando l'operazione dal telefonino ed effettuandola poi allo sportello automatico

notato" sul telefonino ed effettuato allo sportello bancomat. Oppure lo scontrino virtuale ricevuto direttamente sullo smartphone. E ancora l'integrazione fra *mobile* e Atm come strumento per favorire l'accessibilità degli ipovedenti.

Non solo: il 30% delle banche europee pensa che il canale Atm ricoprirà un'importanza sempre maggiore, soprattutto nella trasformazione dei modelli di filiale e nella diffusione delle succursali con servizi di self service assistito. Mentre il 26% ritiene che il ruolo dell'agenzia bancaria crescerà nei prossimi cinque anni, grazie alla disponibilità di nuove funzionalità e servizi. «Nei paesi sviluppati e soprattutto in Europa stiamo assistendo a una grande trasformazione delle filiali bancarie», aggiunge Antonella Comes.

«Questo sta comportando da un lato la loro riduzione nel numero, ma dall'altro anche lo sviluppo di nuovi modelli di filiale che si concentrano sulla vendita di prodotti finanziari e sulla fornitura di servizi di consulenza, entrambi ritagliati sul profilo del cliente. Al centro della filiale del futuro ci saranno quindi Atm intelligenti, dispositivi evoluti di self service assistito, chioschi di accoglienza e consulenti specializzati pronti ad assistere i clienti e fornire loro un servizio su misura. Tutti integrati attraverso un'unica piattaforma omnicanale». E allora... cento di questi giorni, Mister Atm. ■