

## La Banca che vende

### La relazione con il Cliente in Filiale

Jacopo d'Auria  
Telecom Italia - TOP Clients & IT Networked Services  
Finance - Field Marketing



---

---

---

---

---

---

---

---



► L'evoluzione della filiale, per una nuova relazione

► Le nostre esperienze

Telecom Italia - TOP Clients & IT Networked Services  
Marketing - Finance

---

---

---

---

---

---

---

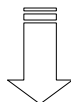
---

La Banca che vende  
La relazione con il Cliente in Filiale

## Riconquistare la fiducia e la relazione con il Cliente

**Relazione:** orientamento alla "Customer Experience", nuova concezione degli spazi ed accoglienza personalizzata

**Fiducia:**

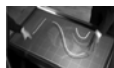


**Efficacia:**

- riconoscimento tramite tecnologie di prossimità
- vetrine e chioschi interattivi per orientamento ed indirizzamento del Cliente
- gestione prenotazioni e code ed intrattenimento durante l'attesa



(ed efficienza...)



Jacopo d'Auria  
Telecom Italia - TOP Clients & IT Networked Services - Finance - Field Marketing

---

---

---

---

---

---

---

---

La Banca che vende  
La relazione con il Cliente in Filiale

## Riconquistare la fiducia e la relazione con il Cliente

**Relazione:**




**Fiducia:** facilità di accesso ad informazioni chiare e trasparenti

**Efficacia:**

Chioschi informativi ed interattivi utilizzati per diffondere in filiale informazioni relative a:

- trasparenza bancaria
- condizioni di conto corrente
- promozioni di prodotto

(ed efficienza...) dotati dei componenti utili alla erogazione completa delle informazioni (tastiere, lettori di Card, stampanti, porte USB)

Jacopo d'Auria  
Telecom Italia - TOP Clients & IT Networked Services - Finance - Field Marketing

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

La Banca che vende  
La relazione con il Cliente in Filiale

## Riconquistare la fiducia e la relazione con il Cliente

**Relazione:**

**Fiducia:**

**Efficacia:**

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





(ed efficienza...)

sistemi self-service evoluti con integrazione di servizi informativi e ticketing

videoconferenza per la consulenza ed il supporto remoto

tavoli tecnologici per la condivisione e lo scambio documentale

sistemi di prenotazione degli appuntamenti e gestione integrata delle Agende

Jacopo d'Auria  
Telecom Italia - TOP Clients & IT Networked Services - Finance - Field Marketing

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

La Banca che vende  
La relazione con il Cliente in Filiale

## Riconquistare la fiducia e la relazione con il Cliente


**Relazione:**

**Fiducia:**

**Efficacia:**

- accentramento delle competenze specialistiche di consulenti ed esperti finanziari
- utilizzo delle persone per attività a maggior valore per il Cliente e maggiore redditività per la banca;

(ed efficienza...) abbattimento dei costi di produzione di materiale promozionale cartaceo



Jacopo d'Auria  
Telecom Italia - TOP Clients & IT Networked Services - Finance - Field Marketing

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



► L'evoluzione della filiale, per una nuova relazione

► Le nostre esperienze

---

---

---

---

---

---

---

---

### Filiale innovativa: I modelli

I cambiamenti del layout fisico e l'introduzione di elementi tecnologici consentono l'implementazione di nuovi concept di filiale:

- Filiali bancarie molto focalizzate alla vendita e alla "customer experience", con aree transazionali inesistenti o in modalità "self service"



- Filiali "unattended", interamente o in parte automatizzate, in grado di consentire al cliente di usufruire dei servizi bancari in completa autonomia e con il supporto di personale remoto

---

---

---

---

---

---

---

---

### Le nostre esperienze (1/2)



#### 2005 - Filiale High-Tech

- realistico "effetto presenza"
- **Fruizione trasparente delle tecnologie**  
**Impiegato:** massima tecnologia - massima usabilità (per il cliente e il consulente)

#### 2006 - Banca Etnica e Corner "Extracomunitario"

- ambiente nel quale la diversità linguistica non è percepita come una barriera all'utilizzo
- servizio di prenotazione e consulenza in diverse lingue
- Target: nuovi Clienti in nuovi bacini



---

---

---

---

---

---

---

---

## Le nostre esperienze (2/2)



### 2007 - Filiale Unattended

- ▶ Creazione di **nuove filiali a basso investimento, rapida implementazione e massima profittabilità.**
- ▶ Gestione della comunicazione multimediale (Digital Signage/Vetrine interattive) in maniera automatizzata e costantemente aggiornata

### 2008 - Filiale del Futuro

Inserimento nelle filiali di 2 tipologie di totem multimediali:

- ▶ totem di **accoglienza** che adempie alla funzionalità di codometro
- ▶ totem **informativo** del catalogo prodotti della banca, che va a sostituire i dispensatori di brochure cartacee e di fogli informativi analitici.



---

---

---

---

---

---

---

---