



L'evoluzione delle filiali bancarie:

un'opportunità da cogliere

Le filiali bancarie sono in continuo mutamento. Mentre le banche si muovono sempre più verso formati digitali, il ruolo delle filiali si evolve velocemente.

L'uso dei dati su come e quando i clienti utilizzano le filiali permetterà alle banche di ottimizzare le risorse e l'esperienza dei clienti, in modo che entrambe le parti possano trarne vantaggio.

Le analisi dei dati video e i sistemi audio di rete avranno un ruolo importante nell'accompagnare le banche verso il futuro. **Ecco come:**

Evoluzione della banca: un modello di business in evoluzione

Per secoli, le filiali sono state la manifestazione fisica del concetto di banca: un luogo solido, stabile e sicuro in cui depositare il denaro guadagnato faticosamente. Infatti, l'architettura neoclassica, che per decenni ha caratterizzato molte filiali, era pensata proprio per accrescere il senso di solidità e sicurezza, rassicurando il cliente sull'affidabilità del luogo in cui era custodito il suo denaro.

Ma i tempi cambiano, così, mentre i servizi bancari di base sono rimasti per lo più immutati – concedere prestiti, accettare versamenti e generare ricavi tramite gli interessi o l'emissione di obbligazioni –, la natura stessa del denaro ed il modo in cui i clienti vi accedono e ne usufruiscono si sono trasformati.

La necessità di avere spesse mura, vetri antiproiettile e profondi caveau è diminuita notevolmente, ora che il denaro è concepito più come un insieme di dati piuttosto che come contante.

Il ruolo delle filiali e la necessità che esistano è sono oggetto di analisi. Alcuni sostengono che le classiche filiali stiano morendo, ma, per usare una citazione, la notizia della loro morte è davvero eccessiva. È chiaro, però, che la natura delle filiali bancarie si sta evolvendo.





Le sfide per il retail banking

Le filiali rimangono importanti, perché continuano a rappresentare la banca e perché sono un punto di contatto fondamentale con il cliente. Anche se la gestione delle filiali rappresenta circa un terzo delle spese operative di una banca retail¹, è in filiale che si instaurano solidi rapporti con il cliente e si svolgono le principali interazioni, come le richieste di mutuo o le consulenze per investimenti.

La sfida, dunque, è preparare una strategia, implementare modelli di erogazione del servizio e utilizzare le tecnologie in modo ottimale per seguire tutti i tipi di clienti: da quelli più affezionati, che apprezzano l'efficacia del servizio e l'interazione umana, a quelli che vogliono un accesso rapido ed efficiente ai servizi bancari. Con Open Banking, che consentirà la fornitura di servizi bancari da un numero di istituti e brand più ampio che mai, la concorrenza per le banche retail sarà sempre più agguerrita.

Dunque, per rimanere competitive, le filiali devono concentrare l'attenzione sull'esperienza dei clienti: ecco perché diventa estremamente importante aumentare l'efficienza operativa ottimizzando l'uso del personale e degli spazi.

Tutte le banche retail stanno assistendo ad una trasformazione delle filiali. Sulla base di ricerche e dati sui consumatori, e altri dati, si cerca di capire come dovrà essere l'esperienza in filiale. Ma, mentre l'opinione dei clienti è utile per avere un punto di vista, osservare il loro utilizzo della filiale permette di capire con più precisione come adattare i servizi e le operazioni in tempo quasi reale.

Le analisi video avanzate possono essere utilizzate insieme a varie strategie di miglioramento per supportare le banche al fine di ottimizzare l'esperienza dei clienti in filiale. Ad esempio, le analisi video aumentano la soddisfazione dei clienti riducendo i tempi di attesa ed aumentando, dunque, l'efficienza operativa. L'audio può migliorare ulteriormente questa esperienza, offrendo un ambiente più accogliente e trasformando la filiale in un luogo piacevole da visitare.

Oggi, le banche non sfruttano abbastanza i vantaggi che queste tecnologie possono offrire per la loro trasformazione, oltre che per misurare e verificare il loro successo.

Questa brochure vuole aiutarvi a capire come la vostra banca può sfruttare le analisi video e i sistemi audio di rete per far sì che le filiali continuino ad avere un ruolo prezioso negli anni a venire.

Qual è lo scopo di una moderna filiale?

Nel corso del 2016, nell'Unione Europea sono state chiuse 9100 filiali². Prendendo ad esempio il Regno Unito, dove circa due terzi della popolazione (63%) ha un conto presso una banca online³, nel 2017 sono state chiuse più di 700 filiali, a indicare un tasso di chiusura in crescita. Attualmente esistono circa 8000 filiali in tutto il paese, ovvero meno della metà rispetto al 1989 (17.831) secondo i dati dell'Università di Nottingham⁴. La società di analisi CACI stima che, entro il 2022⁵, le visite in filiale caleranno di un ulteriore 37%, pari a 3367 agenzie "inattive".

La tecnologia ha trasformato la banca in un'esperienza multicanale. Negli Stati Uniti, ad esempio, il 65% dei clienti interagisce con la propria banca attraverso vari canali, ma, sebbene quelli digitali siano sempre più utilizzati, non hanno ancora sostituito del tutto i servizi in filiale.

Anche se la velocità di questo cambiamento è diversa a seconda delle aree e delle economie, si può concordare che le filiali sono tutt'altro che estinte. Anziché considerarle una passività, le banche possono trasformarle in una risorsa, un modo per coinvolgere ulteriormente i clienti e avvicinarne di nuovi.

Con nuove iniziative, ad esempio allestendo un servizio caffetteria o mettendo a disposizione sale riunioni, le banche possono diventare un cosiddetto "terzo luogo", un posto in cui incontrarsi tra casa e lavoro. Per riuscirci, però, dovranno sempre proporre le migliori offerte e location, in modo da assicurare ottimi risultati alla banca (maggior numero di visitatori) e ai clienti (esperienza migliore).

Accenture ha recentemente riassunto i tre ruoli chiave della filiale moderna⁶:

- ▲ **AMBASCIATRICE DIGITALE:** le banche possono aiutare i clienti non avvezzi alle nuove tecnologie a usare gli strumenti digitali. Questo può consentire agli istituti di ridurre i costi e incrementare la clientela.
- ▲ **POLO DI CONSULENZA:** le filiali costituiscono il centro di consulenza di riferimento per prodotti complessi, piani finanziari a lungo termine e altri servizi altamente specializzati.
- ▲ **PROBLEM SOLVER:** le banche possono essere un importante luogo di incontro per rispondere ai vari dubbi e richieste dei clienti, ad esempio su mutui e pensioni.

Uso delle analisi per capire meglio l'efficienza operativa e l'esperienza dei clienti

Con la maggiore digitalizzazione dei servizi bancari, le persone hanno meno necessità di recarsi in filiale. Un'indagine di Visa ha evidenziato che il 77% dei cittadini europei utilizza il telefono tutti i giorni per accedere ai servizi bancari ed effettuare pagamenti⁷.

Mentre gli studi mostrano che i più giovani svolgono molte ricerche bancarie e finanziarie online, svariate attività bancarie vengono condotte meglio dal vivo: ad esempio servizi alle imprese, consulenze per l'erogazione di mutui, pensioni e prestiti. Senza citare i prelievi: secondo una nostra ricerca, i clienti si sentono molto più al sicuro quando utilizzano gli sportelli all'interno delle filiali⁸.

Le persone di ogni età avranno sempre bisogno di una filiale, alcune più regolarmente di altre. A loro volta, le banche avranno bisogno di sfruttare la tecnologia e le analisi (analytics) per affrontare le sfide di un settore che cambia, capendo ad esempio:

- > L'affluenza della clientela nell'arco di ogni giornata, settimana, mese e anno (uso del personale)
- > Le aree della banca più utilizzate (uso degli spazi)
- > I dati demografici dei clienti: genere, età, ecc. (marketing)
- > La risposta delle persone alle campagne promozionali
- > L'impatto delle condizioni climatiche sull'affluenza
- > I periodi in cui è più probabile che si formino code

Partendo da questi dati, è possibile snellire le operazioni con le analisi video e migliorare l'esperienza dei clienti attraverso l'uso efficace dell'audio, riproducendo ad esempio una musica di sottofondo rilassante e accogliente.



L'efficienza operativa ottimizza i processi in filiale, mentre gli investimenti sull'esperienza del cliente attraggono nuovi correntisti e fidelizzano quelli esistenti. Questi due fattori lavorano in sinergia con l'aumentare delle visite in filiale: senza riesaminare costantemente l'efficienza operativa, l'esperienza del cliente ne soffre. Dunque, occorre bilanciare efficienza ed esperienza.

Utilizzando le analisi avanzate, con l'aumentare dei clienti, le banche possono misurare gli orari di punta e impiegare più personale a seconda delle necessità per ridurre i tempi di attesa e le code. L'esperienza dei clienti migliora, mentre l'uso efficiente delle risorse viene ottimizzato.

Capendo dove estrarre i dati, come analizzarli e come agire in base alle informazioni che veicolano, potete ottimizzare concretamente il rendimento delle vostre filiali e del personale, migliorando l'esperienza del cliente nel suo complesso. Un'ottima notizia tanto per il cliente, quanto per la banca.

Nuovi usi del video e dell'audio nelle filiali bancarie

Tradizionalmente, le telecamere sono sempre state utilizzate come dispositivi di sicurezza; oggi, però, le filiali possono anche sfruttare i vantaggi delle analisi video. Integrandole, le telecamere diventano dispositivi multifunzione. I dirigenti possono apprendere nuove informazioni sul comportamento dei clienti in filiale, che in precedenza non venivano acquisite, e utilizzarle per migliorare l'esperienza complessiva.

Non è impensabile che, grazie al riconoscimento facciale, le banche possano individuare i clienti più assidui e anticipare le loro necessità, offrendo servizi migliori.

Attraverso le analisi, è possibile migliorare l'esperienza complessiva per il cliente. Questa esperienza viene migliorata ulteriormente dai sistemi audio di rete. Vi sorprenderà sapere che l'audio può fare una grande differenza nella trasformazione delle filiali.

Ecco alcuni esempi di come l'audio di rete può migliorare l'ambiente in filiale:

- ▶ **MUSICA DI SOTTOFONDO** – Crea un ambiente piacevole e può essere utile negli orari di maggiore afflusso, riducendo l'agitazione e consentendo ai clienti di godersi l'attesa e un'esperienza complessivamente positiva.
- ▶ **ANNUNCI** – Gli avvisi vocali possono mobilitare il personale, invitandolo ad assistere i visitatori nei periodi più affollati.
- ▶ **ZONE** – Possibilità di definire zone audio diverse in ogni ambiente e gestire/connettere da remoto più sedi simultaneamente, offrendo un'esperienza costante in tutto l'istituto bancario.
- ▶ **MASCHERAMENTO AUDIO** – La musica di sottofondo può essere utilizzata per aumentare la riservatezza. Riproducendo una musica che distrae, sarà più difficile ascoltare le conversazioni tra i consulenti e i clienti, mantenendole private e inaccessibili a chi si trova a poca distanza.



Conclusioni

Come sfruttare al meglio le vostre filiali?

Le banche cambiano. Con l'introduzione e l'adozione dei servizi digitali, la filiale non è più l'unico canale utilizzabile dai clienti per effettuare operazioni bancarie. Il formato delle filiali deve essere migliorato con nuove iniziative e attività, per offrire un'esperienza più piacevole alla clientela, utilizzando le analisi video per ottimizzare l'uso degli spazi e del personale e coccolando i clienti con una rilassante musica di sottofondo.

Sintetizzando, si tratta di:

- ▲ **ATTIRARE** potenziali clienti migliorando il formato della filiale con nuove iniziative e attività.
- ▲ **BILANCIARE** l'efficienza operativa con l'esperienza del cliente.
- ▲ **OTTIMIZZARE** l'uso degli spazi e del personale con le analisi video, in modo da gestire le risorse e ridurre al minimo i tempi di attesa.
- ▲ **MIGLIORARE** l'esperienza dei clienti con una musica di sottofondo gradevole, affinché i clienti si trattengano di più in filiale.

Per quanto riguarda le analisi video, le banche sono solo all'inizio del percorso, ma una scelta più che sensata potrebbe essere quella di ampliare le funzionalità delle soluzioni di videosorveglianza (che con tutta probabilità sono già installate).



Per sfruttare al massimo la vostra filiale, valutate la possibilità di utilizzare le nuove tecnologie per trasformarla in un luogo che le persone vogliono (e non devono) visitare.

Per scoprire come, visitate il sito www.axis.com

¹ www.ibm.com/industries/banking-financial-markets/resources/branch-transformation-digital-era/

² uk.reuters.com/article/uk-europe-banks-closures/eu-banks-close-branches-cut-jobs-as-customers-go-online-idUKKCN1BN2DU

³ www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/householdcharacteristics/homeinternetandsocialmediausage/bulletins/internetaccesshouseholdsandindividuals/2017

⁴ uk.reuters.com/article/uk-britain-banks-branches/british-banks-set-to-close-record-762-branches-this-year-idUKKCN1B31AY

⁵ CACI: How many branches does your bank need?

⁶ www.accenture.com/us-en/insight-digital-transforming-the-branch

⁷ www.visaeurope.com/newsroom/news/mobile-money-takes-off-as-77-of-europeans-use-their-phones-to-bank-and-make-everyday-payments

⁸ Global Consumer Perspectives on ATM Safety: www.axis.com/en-gb/solutions-by-industry/banking-and-finance/atm/overview

Informazioni su Axis Communications

Axis permette di creare un mondo più intelligente e sicuro grazie a soluzioni di rete che migliorano la sicurezza e forniscono nuove opportunità di business. In qualità di leader nel settore dei video di rete, Axis offre prodotti e servizi per la videosorveglianza e l'analisi dei video, il controllo degli accessi e gli impianti audio. Axis ha oltre 3500 dipendenti in più di 50 paesi e collabora con partner in tutto il mondo per fornire soluzioni ai clienti. Fondata nel 1984, Axis è una società con sede a Lund, in Svezia.

Per ulteriori informazioni sulle soluzioni che aumentano la sicurezza, l'efficienza operativa e migliorano l'esperienza del cliente nel settore bancario e finanziario, visitate il sito: www.axis.com