

## Un totem per la comunicazione in filiale

**Il Punto Informativo Unico è la soluzione ATS-Advanced Technology Solutions per innovare la relazione con il cliente in filiale, all'insegna di una comunicazione semplice, efficace e compliant**

Di fronte all'evoluzione delle banche verso la multicanalità e alla migrazione delle operazioni bancarie verso internet e terminali self service, la filiale sta vivendo un periodo di grande trasformazione, con il rafforzamento del suo ruolo di luogo di incontro con il cliente. Un'innovazione che riguarda innanzitutto il rapporto con i clienti e l'ascolto delle loro esigenze: obiettivi che il marketing strategico cerca di conseguire attraverso la ricerca di nuove forme e modalità di comunicazione, finalizzate a tenere alta l'attenzione sui prodotti e servizi. "Le banche sono sempre più orientate verso la customer experience, afferma **Domenica Marano**, responsabile marketing e comunicazione di ATS-Advanced Technology Solutions, e la tecnologia assume un ruolo fondamentale in questa ottica. Anche in filiale è ne-

cessario assecondare la sempre più crescente propensione al self service, la richiesta di una maggiore velocità operativa e nel contempo la necessità di trasmettere informazioni esaustive, attraverso strumenti e modalità accattivanti che aumentano il livello di coinvolgimento". C'è poi la questione della compliance a quelle normative che impongono alle banche di fornire informazioni sui prodotti all'insegna di chiarezza e completezza, esponendo nelle filiali avvisi che riportino le condizioni generali applicate alla clientela. "La trasparenza bancaria, imposta dalle normative e desiderata dai clienti, insieme alla necessità di promuovere l'offerta, prosegue Marano, diventano un'opportunità per adottare soluzioni che amplificano l'effetto della comunicazione, consentono lo sviluppo di nuovi servizi e razionalizzano i costi di gestione".

### Il punto di contatto

La soluzione di ATS è il Punto Informativo Unico: una serie di totem interattivi, completati da un palinsesto per la promozione dei prodotti, per rispettare le normative sulla trasparenza e sviluppare strategie di marketing digitale. I messaggi al cliente vengono comunicati in modo interattivo e multimediale, unendo audio e video: con la piattaforma Easy Interactive, è possibile creare e gestire centralmente campagne di comunicazioni dinamiche, con un elevato grado di diversificazione per filiale. "Riteniamo l'interattività un elemento centrale della soluzione, commenta Marano. Fondamentale per aumentare l'autonomia del cliente, che può accedere all'argomento di specifico interesse, ma soprattutto utile alla Banca per misurare la redemption". I totem touch screen consentono al cliente di ottenere informazioni su un

prodotto o di accedere alla documentazione sulla trasparenza: i dati variabili visualizzati possono essere aggiornati in tempo reale in modo automatico, direttamente dai sistemi informativi. Il cliente potrà quindi decidere di stampare, copiare su chiave USB o inviare al proprio indirizzo di posta elettronica i documenti desiderati. "Una particolare riflessione merita il concetto relativo all'esclusività degli strumenti di comunicazione, precisa poi Marano. Infatti nel caso degli ATM, dedicati alle operazioni di tipo transazionale, velocità e sicurezza sono elementi basilari che richiedono attenzione da parte del cliente, il quale non può essere 'distratto' o rallentato da messaggi promozionali. Per questo ritengo sia più corretto veicolare questi ultimi attraverso canali dedicati".

### Monitorare l'interazione

La comunicazione, rispetto alle forme di comunicazione più tradizionale, come gli spot o le mailing, risulta allo stesso tempo meno costosa e più facile da monitorare: la misurazione dei contatti relativi al lancio di una campagna di comunicazione permette infatti di tracciare i percorsi di interazione tra il totem e il cliente e di rilevare l'affluenza in filiale in un dato periodo di tempo. "Anche l'attenzione verso temi importanti e attuali come il legame con il territorio e la sensibilità verso il rispetto ambientale, conclude Marano, si concretizzano con una significativa riduzione dell'uso della carta e possono essere espressi e diffusi con servizi informativi interattivi, arricchendo il palinsesto con le segnalazioni di eventi e manifestazioni culturali e l'impegno etico della banca sul proprio territorio".

*Domenica Marano, responsabile marketing e comunicazione di ATS-Advanced Technology Solutions*

