

## AURIGA: «BISOGNA PUNTARE SULL'OMNICHANNEL»

RIABILITARE LA CENTRALITÀ DELLA FILIALE, INTESA COME SPAZIO D'INCONTRO TRA BANCA E CLIENTE, E OTTIMIZZARE IL RAPPORTO CON LA CLIENTELA: SONO QUESTI GLI OBIETTIVI DELL'OMNICHANNEL APPROACH, CHE PERMETTE DI VIVERE LA STESSA ESPERIENZA SU OGNI DISPOSITIVO



Oggi anche le banche devono differenziarsi per essere attrattive e riuscire a fidelizzare la clientela. Bisogna fare i conti con un mercato in continuo fermento. Da un lato, con la normativa PSD2 (con cui entrano in gioco nuovi attori quali TPP - Third Party Players) è possibile effettuare transazioni senza l'intermediazione bancaria, dall'altro si stanno aprendo nuovi scenari: con l'"open banking" la banca diventa una piattaforma, "Bank as a platform", e con l'utilizzo delle Open API è assimilabile a un "supermercato di prodotti finanziari".

«Il banking si sta evolvendo verso una dimensione "fisico+digitale"», sottolinea Vincenzo Fiore, CEO di Auriga. «Oggi bisogna puntare sull'omnicanalità, per riabilitare la centralità della filiale, intesa come spazio d'incontro tra banca e cliente, e ottimizzare il rapporto con il cliente: le tecnologie digitali hanno un ruolo primario, perché migliorano la user experience con servizi nuovi e personalizzati rivolti a una clientela sempre più esigente e autonoma».

La suite WWS Branch di Auriga risponde a tutte queste esigenze: «L'obiettivo è soddisfare con servizi personalizzati i bisogni individuali dei clienti. L'ampia disponibilità e accessibilità dei servizi self service di WWS alimenta il miglioramento della customer experience». La suite offre al cliente un servizio 24/7, aiuta a contenere i costi di gestione e generare profitti con azioni di marketing mirate. «Ma che si tratti di filiale, ATM, ASD, PC, tablet o smartphone, la vera sfida dell'omnicanalità è rendere il passaggio tra l'interazione fisica e virtuale fluido in un'ottica di digitalizzazione dei servizi e di umanizzazione del mondo digitale». L'omnichannel approach permette il trasferimento dei dati tra i vari canali



VINCENZO FIORE  
CEO  
Auriga

e un trasferimento coerente dei contenuti: l'utente vive sempre la medesima esperienza, senza barriere o interruzioni nel passaggio tra i canali. La soluzione WWS (WinWebServer) permette di ampliare le funzionalità self-service e gestire centralmente i touchpoint utilizzati dal cliente. ATM con cash-in e cash-out e recycling, chioschi dotati di scanner per documenti, tablet, display con digital signage, ASD (Assisted Self Service Device): tutti dialogano tra di loro in modo fluido, puntuale e integrato, offrendo un maggiore numero di servizi in tempo reale. «Nella filiale WWS del futuro tutti i dispositivi lavoreranno e saranno gestiti in modo integrato, i clienti vivranno la stessa esperienza su ogni dispositivo, si farà leva sulla componente predittiva che sfrutta l'enorme mole di dati a disposizione delle banche, il cui corretto utilizzo rappresenta il presupposto per una strategia e proposta commerciale vincente», conclude Fiore.

Quando Auriga parla di dati non si riferisce solo a quelli dei clienti, ma anche a quelli relativi all'utilizzo dei device distribuiti su tutta la rete bancaria: è recente il rilascio del modulo applicativo WWS Asset Management, per il censimento, il controllo e l'analisi di tutti i dispositivi. La soluzione permette di ottimizzare l'intero ciclo di vita degli asset presenti in banca e di effettuare analisi sulle caratteristiche e sul funzionamento, con importanti vantaggi in termini economici e operativi.

PER ULTERIORI INFORMAZIONI...

[WWW.AURIGASPA.COM](http://WWW.AURIGASPA.COM)