

## **Un giorno ne varrà due. Come home banking e call center ci cambiano la vita**

### **One day will be worth as two. How home banking and call centers are changing our life**

Ildegarda Ferraro  
ABI

Vivere senza staccare mai la linea vorrà dire vivere due volte. Certamente tra cinque anni, ma già oggi ogni giorno conta per uno e mezzo. Una recente ricerca<sup>1</sup> Cisco Visual Networking Index (Vni) 2008-2013 ha evidenziato che continuerà a ritmo esponenziale «il trend di crescita guidato dalla diffusione delle connessioni in banda larga ad alta velocità, dall'aumento dei contenuti video, dall'utilizzo di dispositivi mobili e dalla diffusione del «digital multitasking»<sup>2</sup>». Insomma l'iperconnettività espanderà il multitasking, ossia il fare più cose contemporaneamente. La ricerca lo spiega chiaramente. «L'iperconnettività degli utenti finali rende sempre più lunga la "la giornata digitale", dal momento che le reti Ip (Internet protocol) supportano un numero sempre maggiore di task e funzioni simultaneamente, su un gran numero di dispositivi (Tv, Pc, dispositivi mobili, ecc).

Entro il 2013 il multitasking digitale attivo – come l'ascolto di musica on line, mentre si lavora on line o la navigazione su Internet, mentre si parla al cellulare – agguincerà 6 «ore rete» ad ogni giornata.

Entro il 2013 il networking passivo – come la registrazione di un Dvd mentre si sta guardando un altro programma in rete o il backup on line mentre si stanno effettuando altre attività on line – agguincerà ulteriori 6 «ore rete» alle giornate.

Oggi, ci sono 36 ore in un «giorno rete», che raggiungeranno quota 48 entro il 2013.

Per chi già oggi si alza la mattina e invece di guardare l'orologio fissa il palmare su cui ha attivato la funzione sveglia è già in parte così. Certamente legge l'ora, ma è probabile che provveda a controllare anche le e-mail e magari dà anche uno sguardo alle ultime notizie. Se si è sempre in linea il tempo a disposizione è di più.

Confermano questa tendenza i comportamenti dei clienti delle banche, che si traducono in un consolidamento di nuove modalità per le aziende del credito. Secondo il quinto rapporto *La multicanalità delle banche*, condotto dall'Osservatorio e-Committee dell'ABI, sono oltre 12 milioni i conti correnti che possono operare on-line. Quasi 4 su 10 del totale dei conti delle famiglie. In un anno sono cresciuti di oltre il 17%. Sulla base di questa indagine Internet è il canale preferito dei clienti delle banche italiane. Cresce anche l'uso della banca via telefono e attraverso il cellulare. Sono 9,7 milioni i conti abilitati a operare in phone banking. L'uso è soprattutto per chiedere informazioni e fare trading. Sono invece 1,1 milioni i conti attivi sul mobile, usati soprattutto per chiedere informazioni, ricevere sms di avviso per le operazioni effettuate, disporre una ricarica telefonica o un bonifico.

Si modifica anche l'identikit di chi in banca ci va usando il computer. Cresce la percentuale di donne e raddoppiano i clienti tra i 65 e i 75 anni. È quanto emerge da

---

Le nostre giornate sono già di 36 ore e non di sole 24. Lo rileva l'ultima ricerca Cisco Visual Networking Index 2008-2013. Tra cinque anni potremo contare ogni giorno su 48 ore se continueremo a vivere e a lavorare connessi on line. In linea con questa prospettiva tutto quanto si registra nell'home banking e nei call center bancari, come rivelano alcune indagini dell'ABI.

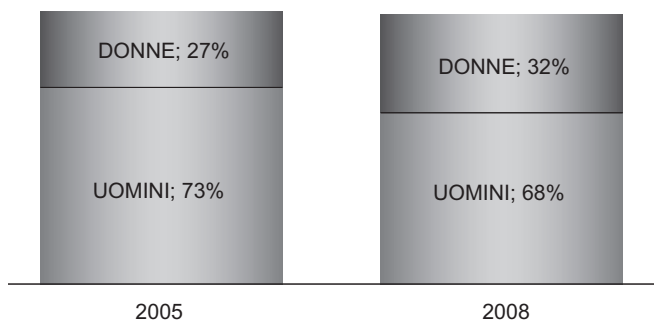
---

<sup>1</sup> Cfr *Corriere della Sera*, Online la giornata dura fino a 36 ore di Gabriela Jacomella, 11 luglio 2009.

<sup>2</sup> V. sito Cisco Systems, <http://www.cisco.com/web/IT/press/cs09/140709.html>.

Grafico 1

### Distribuzione per sesso dei clienti bancarizzati "Intercanale" che usano Internet banking



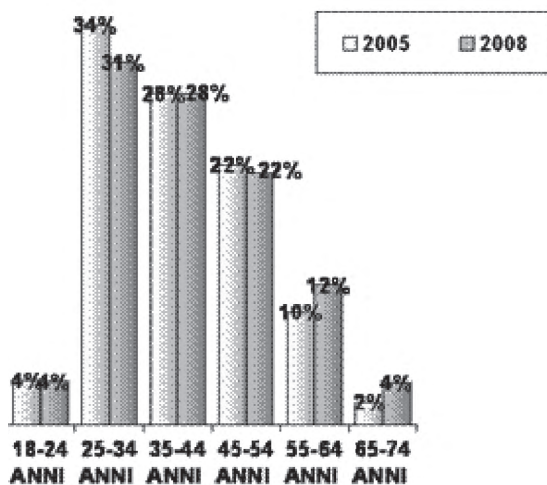
Fonte: elaborazioni Ufficio Marketing e Customer Satisfaction ABI su dati dell'indagine campionaria ABI-GfK Eurisko; 2005-2008.

un'indagine che l'ABI ha realizzato in collaborazione con GfK Eurisko. In tre anni le donne sono aumentate del 20% tra gli utilizzatori dell'on line, anche se chi utilizza la banca in rete continua ad essere soprattutto uomo.

Vera sorpresa i clienti «maturi». Continua ad essere con-

Grafico 2

### Clienti bancarizzati "Intercanale" che usano Internet (base: clienti 18-74 anni)



Fonte: elaborazioni Ufficio Marketing e Customer Satisfaction ABI su dati dell'indagine campionaria ABI-GfK Eurisko; 2008.

fermato che chi va in banca su Internet è nella maggioranza dei casi giovane – il 35% ha meno di 35 anni – ma fa registrare un sostanzioso aumento la presenza di senior. E così gli over 55 che navigano in rete rappresentano la fascia di clientela per età con il più alto tasso di crescita in tre anni: del 20% per i clienti tra i 55 e i 64 anni, del doppio (+100%) per quelli tra i 65 e i 74 anni, passati dal 2 al 4%.

E la vita si allunga. Per fare un bonifico o un pagamento bastano solo pochi minuti senza muoversi da dove si è ed è possibile scegliere le modalità più adatte alle proprie esigenze.

Da quest'ultimo punto di vista può davvero aiutare rivolgersi ad un call center bancario, che si presenta come una filiale aperta dalle 8,30 alle 22 dal lunedì al venerdì, oltre al sabato mattina. Uno sportello a cui possono rivolgersi tutti, i clienti attuali e quelli potenziali, retail e corporate per accedere a 27 tipi di servizi. In media si aspettano 40 secondi e nell'85% dei casi la risposta si ottiene nel corso di una telefonata. Ma il call center bancario è anche fatto di e-mail e chat. Durante la crisi finanziaria proprio ai call center le banche hanno spesso affidato le azioni di primo contatto nella relazione con i clienti. Gli ultimi dati che emergono dal quinto rapporto *I call center bancari*, messo a punto da ABI Lab e dell'Ufficio Marketing e Customer Satisfaction dell'ABI, evidenziano oltre 50 milioni di telefonate per operazioni, servizi e assistenza, con un incremento del 50% rispetto all'anno precedente.

Vivere di più deve anche voler dire vivere meglio. E questo non è in contrasto con un call center bancario. Sia in termini di servizi resi, sia di luogo di lavoro. Quelli delle banche svolgono un'azione di confronto a 360 gradi con gli utenti, assicurando assistenza tecnica, promozione commerciale e customer care. Prima di approdare ad un call center un dipendente bancario riceve un buon livello di formazione, costantemente aggiornato anche con approfondimenti specifici. In un call center si resta in media 3 anni e mezzo prima di proseguire il proprio percorso professionale in banca. Secondo il rapporto, nel 2008 il 14% degli operatori ha lasciato il call center per andare in altri servizi della stessa banca.