

Banche a tutto call center: 53 milioni di chiamate

Durante il 2008 hanno dato accesso in media a 27 servizi e gestiscono 2,6 lingue diverse

DI SILVIA ATTANASIO*

Per gli italiani, dialogare con la propria banca, fare un bonifico, ricaricare il cellulare, negoziare titoli, ottenere un preventivo per assicurare l'auto o avere un finanziamento, diventa sempre più facile, comodo e veloce, anche grazie ai call center bancari. Nel 2008 sono state oltre 53 milioni le chiamate arrivate ai call center. Di queste, quasi la metà proviene da cellulari (46%); per coniugare comodità ed economicità del servizio, infatti, l'80% delle banche ha reso accessibile il numero verde anche dal telefonino rendendole dunque completamente gratuite le chiamate. È quanto emerge dal quinto Rapporto sui call center bancari condotto da ABI Lab e

dall'ufficio marketing e customer satisfaction dell'ABI su un campione di 25 call center che supportano 84 banche.

Nel 2008 ogni call center bancario ha reso disponibile l'accesso in media a 27 servizi diversi: dai più semplici, come la richiesta di informazioni su saldo e movimenti di conto

Nel 91% dei call center si parla più di una lingua: inglese e francese (70%), spagnolo (50%), tedesco (40%), ma anche arabo (15%), rumeno (10%) e russo (5%)

corrente, ai più complessi come il pagamento delle tasse con il modello F24 o la compravendita di azioni. In particolare, su 53 milioni di chia-

mate arrivate ai numeri verdi delle banche, 17,5 milioni sono state gestite dagli operatori (+38% rispetto al 2007), mentre 35,5 milioni di telefonate si sono risolte grazie all'utilizzo del risponditore automatico (+53%). A queste si aggiungono circa 7,2 milioni di chiamate fatte dalle banche alla clientela, finalizzate a informative commerciali, ma anche indagini di soddisfazione e verifiche di sicurezza.

Confermando una tendenza già in atto, il 91% dei call center bancari è poliglotta, si è strutturato per fornire informazioni e servizi in lingue diverse dall'italiano attraverso le competenze del 36% del totale degli addetti. Mediamente presso ogni sportello telefonico che prevede questo servizio, si parlano in media 2,6 lingue straniere, tra inglese, francese (70%), spagnolo (50%), tedesco (40%), ma anche arabo (15%), rumeno (10%) e russo (5%).

Call center 'anti-crisi'

Complessivamente oltre 5



milioni di chiamate, pari al 10% del totale, hanno riguardato le opportunità e le novità introdotte dalla normativa e dalle banche per permettere ai clienti di difendersi dalla crisi economica. In particolare, le telefonate si sono concentrate sulle richieste di informazioni sui mutui, con l'accordo ABIMEF, il tetto del 4%, la surrogazione e la rinegoziazione, la crisi di liquidità, le obbligazioni Lehman, ma anche la direttiva MiFID e così via. Per dare un supporto ancora migliore ai clienti e assicurare agli operatori una preparazione adeguata a rispondere alle diverse esigenze, inoltre, sono stati attivati corsi di formazione aggiuntivi e continui aggiornamenti sulle diverse tematiche. È stato inoltre intensificato anche l'uso dei sistemi che permettono di fissare un successivo appuntamento in filiale, per consentire ai clienti di analizzare in modo ancora più approfondito le diverse possibilità lega-

te alla propria posizione specifica. Infine sono state rafforzate le strutture di contatto con la clientela, affiancando agli operatori altri dipendenti della banca in grado di fornire un'assistenza ancora più qualificata su temi specifici.

Spiegazioni, informazioni, indicazioni operative precise per usufruire di prodotti e convenzioni, suggerimenti per utilizzare al meglio i servizi bancari: nel 2008 il canale telefonico ha fornito al mercato italiano e ai clienti delle banche un importante contributo di chiarezza, trasparenza, flessibilità e vicinanza, integrandosi spesso con la rete degli sportelli tradizionali e con il sito internet della banca e avvalendosi anche del supporto di strumenti come gli sms per comunicare in tempo reale e in modo ancora più personalizzato con i clienti. ■

*Senior research analyst di ABI Lab

anni, sono ai primordi. Secondo una recente analisi di IDC Financial Insights su un campione di 12 gruppi bancari italiani, circa il 29% prevede di sviluppare progetti cloud nei prossimi due o tre anni, soprattutto per variabilizzare i costi.

NON SEMPLICEMENTE UNA 'BUZZ WORD'

Anche se siamo ancora agli albori della sua adozione nel mondo bancario e finanziario, soprattutto per i nodi ancora da sciogliere in ambito sicurezza, il cloud computing non sarà una semplice 'buzz word', ma una realtà destinata a rimanere nel tempo. Sicuramente c'è bisogno di maggiore chiarezza su questa tecnologia, i fornitori di questa tipologia di servizi dovranno lavorare su dei business case ed 'evangelizzare' le banche a superare la barriera culturale, tralasciando le dichiarazioni di marketing. Secondo le più recenti stime di IDC, la spesa IT a livello mondiale in materia di servizi cloud crescerà quasi triplicando, raggiungendo 42 miliardi di dollari, entro il 2012. Il modello di cloud computing offre un modo molto più conveniente per le banche di acquisire e utilizzare l'IT, per cui la sua adozione sarà amplificata dal taglio dei costi, mantra della maggior parte delle organizzazioni bancarie, però il beneficio maggiore deriverà dalla flessibilità e velocità.

A cura di Simona Macellari, manager EMEA Research & Consulting, Financial Insights, an IDC Company

TEMPI, RISPOSTE E PROFESSIONALITÀ

Il servizio erogato dai call center di supporto all'attività delle banche italiane dal Rapporto risulta di elevata qualità: dal rapporto i clienti aspettano in media 42 secondi per parlare con un operatore, ma il 70% delle chiamate ottiene una risposta già entro i primi 20 secondi. Considerando anche i prodotti più complessi e le richieste più articolate, sono sufficienti in media tre minuti e mezzo per fornire al cliente il servizio o l'informazione desiderata: nell'85% dei casi infatti il cliente ottiene una risposta conclusiva nell'arco della

stessa telefonata. Del resto, proprio la formazione degli operatori, che nel 2008 sono aumentati del 14%, è la base su cui poggia il buon funzionamento dei call center.

Prima di rispondere al telefono, ciascun dipendente acquisisce competenze e conoscenze attraverso un percorso di apprendimento che comprende circa 152 ore di lezione in aula. Ogni anno, inoltre, gli operatori ricevono 71 ore di formazione, corsi di aggiornamento e di approfondimento su argomenti più specifici.