

LE NEWS DI OF

OSSERVATORIO FINANZIARIO HOME BANKING MUTUI IMMOBILIARE PRESTITI CONTI CORRENTI PREPAGATE INVESTIMENTI

Google™ Custom Search

Cerca



I SALDI DI FINE ANNO TERMINANO
IL 14 NOVEMBRE
 AFFRETTATI. IL CONTO ALLA ROVESCIA È INIZIATO

SOGGIORNI
 A PARTIRE DA SOLI
70€

Prenota subito >



Mediolanum: "400 milioni per la banca del futuro"



Oscar di Montigny, Direttore Marketing di Banca Mediolanum

Hanno pronto un piano di investimenti per i prossimi tre anni da dedicare all'innovazione tecnologica. Intanto, hanno già presentato un nuovo home banking, simile a un social network, con tanto di notifiche e immagini di sfondo personalizzate. E si apprestano a puntare sui mobile payments. Oscar di Montigny, Direttore Marketing e Comunicazione di Banca Mediolanum, svela a Of il futuro della banca online. E anticipa...

di: Elisa Vannetti

17 Febbraio 2014

Condividi

+ Condividi |

Like 0

+1 0

Articoli correlati

Prepagata. Mette all'angolo il vecchio conto. E le grandi novità arrivano adesso

Eleonora Riva - 25 giorni fa

La polizza è in un'app

Eleonora Riva - 84 giorni fa

Of Miglior App Assicurazioni 2013. I vincitori

Hanno messo a punto un piano di investimenti di oltre **400 milioni di euro**, per i prossimi tre anni. Hanno creato un'app di mobile banking che interagisce con la voce. Hanno appena concluso una sperimentazione sui mobile payments. E, ora, hanno anche lanciato una piattaforma rinnovata di Internet banking. Che somiglia molto di più a un social network. Con una timeline (linea del tempo) in stile facebook. E un motore di ricerca semantico, come quello di Google. Hanno reso personalizzabili sfondi, tag, e visualizzazione delle operazioni. E per i prossimi mesi, assicurano, sbarcheranno sul mercato anche con altre novità (anche se per ora non si sbottonano). Banca Mediolanum, così come molti altri competitor, sta puntando molto sulla tecnologia. Perché, si sa, Internet ormai è molto più una semplice commodity.

Ma cosa ci si dovrà aspettare per i prossimi mesi? La banca ha ufficialmente abbandonato il territorio in favore del web? E cosa accadrà a coloro che, non essendo nativi digitali, ancora non sono avvezzi all'utilizzo della rete? O la guardano con diffidenza? Of-Osservatorio finanziario ha incontrato **Oscar di Montigny**,

L'OCCITANE
 EN PROVENCE

Ah! L'Amour...

4 irresistibili prodotti Cerisier
 a €20

APPROFITTA



Calcola rata
 Prestito

iblbanca.it/Prestito_Statali_

Rata Bassa Direttamente in
 Banca ! Richiedi Ora Il Preventivo.



Regali di Natale. Le promozioni delle banche/1

Eleonora Riva - 74 giorni fa

Miglior Home Banking 2013/ UniCredit, Fineco Bank e BNL BNP Paribas sul podio (aggiornato con HelloBank!)

Elisa Vannetti - 116 giorni fa

Miglior Home Banking 2013/ Computer (e cellulare) stravinccono sulla filiale

Elisa Vannetti - 116 giorni fa

Un prestito per scacciare l'incubo fiscale? Ecco pro e contro

Elisa Vannetti - 91 giorni fa

Miglior Home Banking 2013/ L'intervista ai vincitori. UniCredit: "Ecco perché siamo primi"

Elisa Vannetti - 116 giorni fa

Miglior Home Banking 2013/ Abbonamenti e biglietteria. Ecco come evolve la banca online

Elisa Vannetti - 116 giorni fa

50 anni/Finanziarsi e ristrutturarsi

Noemi Pizzola - 103 giorni fa

in occasione del lancio del nuovo portale di Internet banking. Che ha svelato il futuro della banca, online e sul cellulare. E come questi canali cambieranno l'interazione con i clienti. Mentre, per il 2014, è in arrivo un'altra rivoluzione...

Of: L'Internet banking non è più solo una commodity. Infatti, avete presentato una novità...

di Montigny: Esatto. Abbiamo lanciato il nuovo Internet banking semplificato. In pratica abbiamo completamente rinnovato la grafica e l'usabilità rendendo l'account privato di home banking molto più simile a una pagina social. Cioè completamente personalizzabile.

Of: In che modo?

di Montigny: Per prima cosa abbiamo introdotto una timeline, proprio come quella di facebook. Che permette di visualizzare tutte le operazioni svolte seguendo un preciso ordine cronologico. Anche se, per i clienti che lo preferiscono, è possibile comunque mantenere la visualizzazione classica tabellare delle informazioni. L'homepage è personalizzabile con un'immagine di sfondo. Si possono aggiungere tag alle operazioni di pagamento disposte, classificandole in determinate categorie in modo da riconoscere le uscite a colpo d'occhio. E si possono disporre ricerche più veloci grazie al nuovo motore di ricerca semantico, che funziona un po' come il "search" di Google.

Of: Perché si è reso necessario un nuovo Internet banking semplificato?

di Montigny: Diciamo che ce lo hanno chiesto i nostri clienti. In effetti, per realizzare questo progetto abbiamo creato focus group, intervistato clienti, analizzato le loro abitudini di utilizzo e gli

strumenti tecnologici con i quali vengono prevalentemente a contatto. Come i social network, appunto. E abbiamo cercato di creare uno strumento che si adattasse meglio alle loro esperienze di navigazione.

Of: Soprattutto per i meno avvezzi all'utilizzo del web?

di Montigny: Il gap tra i nativi digitali e quelli della generazione precedente che non hanno dimestichezza con la rete si sta riducendo, anche se per ora permane ancora una distinzione abbastanza netta. Internet, però, sta prendendo sempre più piede. Ed era quindi necessario creare uno strumento che andasse bene indifferentemente ad entrambe le tipologie di clienti. In Italia ormai il 48% dei correntisti gestisce i suoi risparmi e le sue operazioni bancarie online. Tra i nostri clienti, invece, la percentuale è maggiore, e pari al 68%. Con questa piattaforma speriamo di colmare il gap che ancora manca.

Of: Perché è così importante portare i clienti online?

di Montigny: Diciamo che non lo è di per sé. Ma lo è perché il mondo in generale va in questa direzione. Noi banche, così come tante altre realtà, dobbiamo adeguarci alle tendenze del mercato. E se possibile prevederle, cercando, magari prima di altri, di lanciare qualcosa di innovativo e di diverso.

Of: Però con la banca che diventa sempre più virtuale, e i clienti sempre più esperti, non ci sarà più posto per le filiali, e gli incontri face-to-face...

di Montigny: No non è così. Noi non abbiamo filiali ma luoghi d'incontro che permettono ai family banker di interagire con i loro clienti. Ma credo che, indipendentemente dalle evoluzioni future, il contatto e il rapporto face-to-face tra persone continuerà ad avere un'importanza fondamentale. Ecco perché credo che Internet sia uno strumento complementare, utile per potenziare questo legame.

Of: Si spieghi meglio...

di Montigny: Online i luoghi d'interazione non mancano. Anzi, Internet può essere anche una risorsa per incrementare le occasioni d'incontro. Ci sono le chat, le videochat e la possibilità di effettuare videochiamate. Noi, per esempio, oltre a questi sistemi, abbiamo predisposto anche un'agenda virtuale condivisa tra il cliente e il suo family banker di riferimento. Così per esempio si può utilizzare la bacheca per fissare o richiedere un appuntamento. Quando il family banker risponde, arriva una notifica direttamente nell'Internet banking. Mentre, sempre online, si possono anche sottoscrivere nuovi prodotti.

Of: Con la firma digitale?

di Montigny: Non solo. Noi abbiamo predisposto un sistema virtuale che consente al cliente di ricevere tutti i documenti di cui ha bisogno direttamente nel suo account, così come le proposte commerciali del family banker. Se è interessato a sottoscrivere può farlo direttamente inserendo il suo secondo codice di sicurezza. Magari anche mentre è in videochat con il suo consulente. Come se fosse in agenzia, ma senza muoversi da casa.

Of: Quindi è questo il futuro della banca? Una sorta di agenzia-salotto virtuale?

di Montigny: Perché no? L'interazione continuerà a essere fondamentale, ma cambieranno le modalità. Poi, chissà, magari in futuro ci saranno altre possibilità ancora più evolute. Ma io credo che il mercato vada in questa direzione. Anche se, va detto, anche il mobile richiede il suo spazio.

Of: In che senso?

di Montigny: Ormai siamo abituati ad ottenere tutto quello di cui abbiamo bisogno in pochi secondi. In pochi clic. Informazioni sul traffico, sul meteo e, perché no, anche sull'operatività bancaria. Vogliamo effettuare operazioni dal cellulare, inviare pagamenti, e pagare bollettini nel minor tempo possibile. È un'evoluzione che ha già preso piede. E la banca deve rispondere anche a questa esigenza.

Of: Eppure si dice che il maggior numero di utilizzatori sfruttano le app solo per controllare saldo e movimenti.

di Montigny: Non è vero. All'inizio, certo, c'era un po' di scetticismo. Come è stato con tutte le novità tecnologiche. Quando arriva una novità che rappresenta una sorta di punto di rottura rispetto alle precedenti tecnologie ci vuole qualche tempo per adattarsi. Ma poi anche l'operatività dispositiva ha iniziato a diffondersi. Pensi solo alla possibilità di pagare i bollettini postali semplicemente scattando una fotografia. All'inizio, quando questa funzionalità è stata inserita nell'app, non era utilizzata più di 1.000 volte al mese in media. A gennaio di quest'anno, invece, abbiamo contato circa 4.800 transazioni. Questo è un mercato ancora

giovane. Ed è in continua evoluzione.

Of: Quali saranno le evoluzioni future?

di Montigny: Per prima cosa i pagamenti senza contatto dal cellulare. Quelli che consentono di acquistare il giornale in edicola o di pagare il biglietto della metro semplicemente avvicinando il cellulare a un lettore di carte bancomat di ultima generazione.

Of: Ma è un mercato ancora fermo soprattutto a sperimentazioni...

È vero. Anche noi ne abbiamo da poco conclusa una. Siamo solo agli albori ma credo che tra qualche mese ci sarà un cambio di rotta. Ormai noi, come altre banche, siamo pronti a entrare veramente sul mercato. E non vedo perché questo sistema non dovrebbe iniziare a diffondersi su larga scala anche in Italia. Non vedo barriere all'ingresso.

Of: Però nei negozi mancano i bancomat in grado di accettare questi pagamenti...

di Montigny: Sì ma questo dipende dalle società emittitrici di carte di pagamento, che ora si stanno organizzando costituendo partnership con i retailer e i merchant, in modo da diffondere i pos senza contatto.

Of: Quindi tra qualche mese comprenderemo il caffè con il telefono?

di Montigny: Sì, me lo auguro. Al più tardi entro un paio d'anni.

© Of-Osservatorio finanziario – riproduzione riservata