

## CREDITO: DIGITAL TODAY, UNICREDIT APRE LE PORTE ALLA DIGITALIZZAZIONE

14 Giugno 2016



PESCARA - La banca diventa sempre più digitale, per competere in un mercato complesso e vincere la sfida della redditività. Oggi l'utilizzo di tecnologie avanzate e di soluzioni innovative a disposizione di un numero sempre maggiore di persone sta trasformando il modello di business della banca commerciale, favorendo l'integrazione tra canali fisici e digitali per offrire ai clienti servizi su misura e un'esperienza semplice ed efficiente, aumentando le possibilità di contatto e di relazione.

Per questo il prossimo 15 giugno si terrà il Digital Today, evento che porterà, nell'arco della giornata, oltre un milione di clienti in circa 800 agenzie della banca Unicredit presenti su tutto il territorio nazionale. In Abruzzo, saranno coinvolti 8 distretti di UniCredit e sarà attivo un team di dipendenti con il ruolo di digital ambassadors, impegnati a presentare ai clienti le innovazioni in termini di servizi e prodotti dell'Istituto.

In questo quadro si inserisce la nuova strategia di trasformazione digitale di UniCredit, che ha l'obiettivo non di sostituirsi alla relazione personale con i clienti, ma di rafforzarla, offrendo loro la possibilità di personalizzare le interazioni con la banca anche su nuovi canali di contatto (chat, video consulenza, firma remota, ecc.).

"Oggi UniCredit solo in Abruzzo conta oltre 70 mila clienti di cui circa 29 mila opera quotidianamente su internet banking e 13 mila su mobile - ha dichiarato Giovanni Forestiero, regional manager Centro Italia di UniCredit - La sfida si concretizza non soltanto sull'implementazione del profilo tecnologico della banca digitale, ma soprattutto sul mantenere un forte e intenso rapporto con i clienti, in un'epoca di grandi innovazioni e di profondi cambiamenti dei modelli di vita. Le nuove tecnologie e i nuovi bisogni delle persone, che chiedono semplicità e velocità, rendono prioritario ricercare modelli di servizio al passo coi tempi, in grado di aumentare l'efficienza, favorire la riduzione della burocrazia e accrescere il tempo a contatto con la clientela".

UniCredit in regione ha registrato nei primi 3 mesi del 2016 tassi di accesso ai canali alternativi rispetto allo sportello tradizionale decisamente elevati: attraverso ATM, chioschi e internet banking, infatti, sono stati effettuati il 94% dei prelievi, oltre il 68% dei versamenti di assegni e contanti sul conto corrente e il 90% dei pagamenti. Se a ciò si aggiungono i dati dello stesso periodo relativi alle operazioni di pagamento delle imposte (77%) e delle disposizioni di bonifico (92%) effettuate tramite canali evoluti si può avere un quadro completo della tendenza in atto.

Nel corso del Digital Today del prossimo 15 giugno saranno illustrati prodotti e servizi innovativi già a disposizione della clientela:

La app Mobile Banking, grazie alla quale è possibile gestire l'operatività sul conto, pagare bollette, prelevare in maniera smart con il QRCode e avere accesso al credito, con la possibilità di rateizzare gli acquisti con carta di credito e tenere sotto controllo le spese grazie al Bilancio Familiare. Dal 7 giugno è possibile, per importi preautorizzati, richiedere e ottenere in pochi passi prestiti personali via mobile.

Monhey, la nuova App di mobile payments che consentirà, con il semplice fingerprint, di pagare online senza digitare le 16 cifre della carta di credito e nei negozi avvicinando lo smartphone al POS. Sarà inoltre possibile inviare in tempo reale piccole somme di denaro ai contatti della propria rubrica del telefono.

Subito Banca Store Online, il marketplace su internet di UniCredit, che con oltre 50 brand e 5mila prodotti offre la possibilità di acquisto con finanziamento in real time.

My Business Manager, strumento di analisi del business per le PMI, per avere sempre sotto controllo l'andamento della propria attività e gestire l'anticipo fatture.

My Business View, strumento di analisi per esercenti dotati di POS, per conoscere in forma aggregata e anonima, grazie all'utilizzo dei big data, il comportamento dei propri clienti, le modalità di spesa media e l'andamento dei concorrenti sul territorio.