

# Contact center bancario e assistenza clienti nel DNA di CSE

Il continuo incremento dei servizi nella multicanalità, richiede sempre più una elevata usabilità e un'interazione semplice e soddisfacente. I clienti si aspettano che i servizi e le soluzioni offerte siano sempre in linea con le loro esigenze ed al passo con le più diffuse tecnologie. La pandemia Covid-19 ha accelerato questa tendenza in quanto, i clienti, non potendo recarsi presso le filiali, hanno acquisito dimestichezza nell'utilizzo di canali alternativi, e tale tendenza si protrarrà anche dopo il periodo di emergenza. In tale ambito il contact center ha acquisito un ruolo centrale nelle strategie della multicanalità delle banche in quanto, aumentando il numero dei clienti che accede ai servizi via web (internet e mobile banking), si verificherà un sempre maggior utilizzo del contact center che dovrà rispondere alle richieste di informazioni sull'operatività delle nuove piattaforme online.

## Accompagnare i clienti nel customer journey

Il contact center bancario avrà quindi un ruolo sempre più di primaria importanza nell'accompagnare i clienti nel customer journey. Ciò sarà possibile solo se le soluzioni tecnologiche implementate prevederanno una completa integrazione anche con i sistemi di CRM e con le strutture di back office della banca. L'autenticazione dei clienti (nel rispetto delle norme sulla privacy) è un aspetto cruciale per la storicizzazione dei contatti con il cliente e permette,

inoltre, nell'ambito nella relazione a distanza, di fornire un servizio personalizzato, veloce e di qualità.

## Le risorse: qualificate e proattive

Nel contact center devono operare risorse professionalmente qualificate e proattive che utilizzano piattaforme tecnologiche evolute, che oltre a gestire in modo ottimale la gestione dei contatti, devono essere flessibili per intercettare e soddisfare i bisogni dei clienti. Oltre alle innovazioni guidate dall'intelligenza artificiale, la differenza continuano comunque a farla le persone che, con il loro supporto, devono mettere a proprio agio e aiutare il cliente a risolvere le varie problematiche.

## L'assistenza deve essere H24

Ai servizi telefonici offerti con operatore o tramite risponditore automatico IVR (Interactive Voice Responder), si devo-

no affiancare quelli via text-chat, videochat e di co-browsing per mantenere elevata l'empatia nella relazione con il cliente. Occorre inoltre disporre di sistemi automatizzati di risposta attraverso chatbot che sfruttano i paradigmi di intelligenza artificiale e consentono un'assistenza H24.

## Le sfide per il contact center evoluto

Servizi di qualità, velocità di risposta e capacità di personalizzazione a costi contenuti, sono le vere sfide per un contact center bancario evoluto. Le tendenze per i prossimi anni riguarderanno prevalentemente gli investimenti volti a far crescere l'efficacia e la qualità del servizio svolto dai consulenti/operatori e l'integrazione fra canali digitali, per assicurare anche una buona efficacia commerciale del canale, oltre a quella di assistenza. Il CSE da anni mette a disposizione per i propri istituti Clienti i servizi di Contact Center. È possibile affidare a CSE, in outsourcing, a seconda delle esigenze della banca, tutte le attività: dalla gestione dell'help desk verso la clientela, al supporto alle reti di vendita e alle filiali. Con il CSE le banche ottengono un notevole saving di tempo e risorse, potendo disporre, allo stesso tempo di un'apposita struttura con elevate e specifiche esperienze e tecnologie e servizi sempre all'avanguardia.



@ Andrea Falconi,  
Direttore Operativo CSE Servizi – Gruppo CSE

Andrea Falconi,  
Direttore Operativo CSE Servizi –  
Gruppo CSE