



L'innovazione delle aziende sta cambiando: il prodotto non è più sufficiente di per sé a giustificare una scelta del cliente e i laboratori di ricerca e sviluppo sono pieni di tecnologie innovative che sono (e probabilmente rimarranno) alla ricerca di un utilizzo. Autentico Innovatore non è colui che ha le idee o possiede le tecniche, ma chi le traduce in fatti concreti e utili e soprattutto sa diffonderle – e quindi in un certo senso le comunica. In questo aspetto sta la differenza fra invenzione – fatto tecnico – e innovazione – fatto economico, sociale ma anche culturale. L'innovazione si misura dall'impatto che ha sul mercato – da come risolve in maniera diffusa specifici problemi – e non solo dalla sua novità tecnica, dallo stupore che sa generare. E la diffusione di nuovi prodotti è sempre legata alla capacità dei clienti di comprenderne il valore d'uso e di acquisirne le logiche e le modalità di funzionamento.

Anche i prodotti più rivoluzionari, con le maggiori promesse per gli utenti, possono essere dei flop commerciali. Per questi motivi innovare oggi richiede sempre più spesso, più che il lancio di nuovi prodotti, la (ri)progettazione della “customer experience”, dell'esperienza che il consumatore vive grazie al prodotto, in modo che diventi unica, memorabile e soprattutto coerente con i fattori distintivi dell'azienda. Ma ciò accade molto raramente; la customer experience si forma nei punti di contatto fra cliente e azienda. Nel caso delle banche – per esempio – questi punti sono innanzitutto i prodotti/servizi e la pubblicità, ma anche le filiali, i siti web, i call center, gli information memorandum, le contabili, gli estratti conto, etc. Il problema è che generalmente questi punti di contatto vengono progettati da entità organizzative diverse, che non sempre si parlano. D'altra parte è l'esperienza vissuta – e non la specifica

L'innovazione e la customer experience: vivere esperienze *Innovation and customer experience: living experiences*

prestazione – che diventa l'aspetto distintivo e motore della profittabilità: ci sarà sempre chi è disposto a pagare di più un caffè al Florian o un martini all'Harrys Bar piuttosto che al bar anonimo accanto, per il valore che rappresenta. Pertanto uno dei temi chiave del prossimo futuro sarà progettare in maniera unitaria l'esperienza complessiva del cliente, declinandola con strumenti specifici a seconda delle tipologie dei punti di contatto. E ciò è possibile grazie al “design dell'esperienza”, che costruisce un dialogo centrato sulle esigenze dell'uomo e sulle specificità dei singoli punti di contatto, mentre il marketing tradizionale si limitava a creare dei monologhi puntando tutto sulla descrizione del prodotto/servizio.

Andrea Granelli, ex McKinsey, è direttore scientifico di Domus Academy e socio fondatore di Kanso.

Pieno successo nei test MasterCard sull'affidabilità della nostra piattaforma

Sono risultate eccellenti le performance delle modalità autorizzative di SSB per minimizzare il rischio di frodi. SSB ha ricevuto infatti i pieni voti nel test annuale effettuato da Mastercard relativo al monitoraggio del traffico nel periodo marzo-aprile 2006. "Avere un'offerta di qualità, con funzionalità avanzate, supportata da un'organizzazione strutturata è l'obiettivo che stiamo perseguendo per confermare la nostra leadership sul mercato italiano, e poter incrementare il numero di clienti che in Europa hanno già scelto i nostri servizi" commenta Gianluigi Rocca, Responsabile Marketing Carte di Credito e Prepagate di SSB. "Il nostro sistema basato su piattaforme di riferimento e standard internazionali, è ormai pienamente efficiente in tutti i suoi processi: le tipologie di frode sono in continua evoluzione ed il nostro Competence Center ci permette di migliorare progressivamente l'adattabilità e le funzionalità della nostra piattaforma per continuare a garantire sicurezza ai nostri clienti in un momento in cui esiste una forte sensibilizzazione al tema delle frodi. Con l'introduzione della nuova funzionalità Fraud Alert per la segnalazione via SMS delle sole transazioni a rischio di frode abbiamo reso il nostro sistema ancora più efficace e mirato a supportare gli utilizzatori di carte di pagamento nella verifica degli eventi significativi per salvaguardare tempestivamente la sicurezza del loro conto".



Per le carte di debito la SEPA inizia con SSB For debit cards, SEPA starts with SSB

SSB ha varato in questi giorni il primo progetto in ambito SEPA, la Single Europe Payment Area, che prevede entro il 2008 la piena fruibilità e compatibilità di tutti i servizi bancari nei 25 Paesi dell'UE, oltre a 4 esterni. Si tratta del primo esempio in Europa di accordo bilaterale fra due processor europei per l'accettazione ed il processing di carte di debito. In pratica, SSB agisce da acquirer per le carte bancomat tedesche di cui Bank Verlag è l'issuer, rendendo possibile una transazione senza dover transitare sui Circuiti Internazionali ma accedendo direttamente al sistema autorizzativo tedesco. Il progetto è ancora in fase di test, con un'unica carta utilizzabile presso uno sportello ATM della Raiffeisen Bank a Bolzano. "Siamo felici di essere pionieri di progetti efficienti in ambito SEPA" commenta Claude Wolff, Responsabile Business Development & Partnership Internazionale. "La nostra presenza in Europa cresce, dimostrando la forza di un Gruppo capace di anticipare il mercato, grazie alla solidità della nostra architettura e del pensiero strategico che è alla base delle nostre scelte".

SSB has just launched its first project concerning SEPA, the Single Europe Payment Area, which foresees full availability and compatibility of all banking services in the 25 countries in the E.U., plus a further 4 states, by 2008. This represents the first case in Europe of a bilateral agreement between two European processors for acceptance and processing of debit cards. In practice, SSB is acting as acquirer for German ATM cards for which Bank Verlag is the issuer, enabling transactions without the need to pass through the international circuits but directly accessing the German authorization system. The project is still at the test stage, with a single card that can be used at the ATM machines of Raiffeisen Bank in Bolzano, northern Italy. "We are delighted to be the pioneers in efficient projects concerning SEPA," commented Claude Wolff, International Business Development Director. "Our presence in Europe is growing, demonstrating the strength of a Group capable of anticipating the market, thanks to the solidity of our architecture and the strategic thinking which lies at the heart of our decision-making".

Successo per l'issuing project KBC: la migrazione della Slovakia Bank

Success for the KBC issuing project: the migration of the Slovakia Bank

Primo importante traguardo per l'issuing project KBC raggiunto alla fine di maggio con la migrazione delle carte per CSOB Slovakia (circa 140.000 carte). La migrazione ha rappresentato un importante test per quando si provvederà alla migrazione del portfolio ceco (1,2 milioni di carte). Il progetto ha visto un considerevole coinvolgimento delle risorse SINSYS e SSB: gli sviluppi autorizzativi, le implementazioni di sicurezza e le connessioni con i local provider (in Slovacchia) hanno messo a dura prova i gruppi di lavoro. Ma l'opera non è ancora finita, e le prossime fasi prevedono la migrazione delle carte ceche, che dovrebbe completarsi entro i primi di ottobre 2006, la migrazione dell'ungherese K&H nel novembre '06 e la migrazione della Polacca KB entro il febbraio 2007. "La gestione di un pool di player in un progetto di questo tipo è molto delicata" chiarisce Gabriele Boni, Responsabile dell'Issuing Competence Centre di SINSYS. "Il progetto KBC è molto importante per SINSYS e per tutto il gruppo SSB in quanto rappresenta un ponte importante per l'acquisizione di nuovi clienti nell'Europa dell'est".

The first important step in the KBC issuing projects has been reached at end of May with the migration of the cards for CSOB Slovakia (about 140,000 cards). This was an important rehearsal for the Czech portfolio that will be migrated (1,2 Million of cards). The issuing project saw a consistent involvement of SINSYS and SSB resources: the authoritive developments, the security implementations and the connections with the local providers (in Slovakia) have deeply put under pressure the working teams. But the work is not finished, the next steps in the plan are: the migration of the Czech cards, foreseen to be completed within early October 2006, the K&H Hungarian migration in November 06 and Poland KB migration within February 2007. "In such a complexity this first important migration is even more precious" said Gabriele Boni, Head of Issuing Competence Centre in SINSYS. "The KBC project is one of the most important for SINSYS and for the whole SSB Group as it represents a bridge to acquire new clients in the Eastern Europe".

Complete success in MasterCard tests to evaluate the our platform's reliability

Excellent performances from SSB's authorization procedures, aimed at minimizing the risk of frauds. SSB achieved top marks in the annual test carried out by MasterCard monitoring the SSB authorization traffic in the period between March and April 2006. "We are aiming to offer a quality service, with advanced functionalities, supported by a well-structured organization, in order both to confirm our leadership in the Italian market, and to add to the number of clients who have already chosen our services in Europe", commented Gianluigi Rocca, SSB Marketing Manager, Credit and Prepaid Cards. "Our system, based on leading platforms and international standards, has now achieved full efficiency in all its processes: types of fraud are evolving continuously and our Competence Center enables us to make gradual improvements to the adaptability and functionalities of our platform so we can continue to guarantee security to our clients at a time of maximum awareness concerning the issue of fraud management. With the introduction of our new Fraud Alert function which provides notification via mobile text message of transactions at risk of fraud we have made our system even more effective and aim to support payment card users by checking significant events swiftly to protect the security of their account".

Per segnalazioni,
commenti
e suggerimenti scrivici a

comunicazioni.interne@ssb.it

Le grandi novità di TSP: un hub per servizi di ricarica prepagate, private e ticketing

The latest innovations at TSP: a hub for private prepaid card reloads and ticketing services

La piattaforma Gateway di TSP amplia la sua offerta con nuovi servizi di ricarica e ticketing accessibili presso gli sportelli ATM abilitati a tutti i possessori di una carta Bancomat oltre che agli aderenti ai servizi di home banking. Le prime novità interessano soprattutto gli utenti delle società di servizi voce, internet e digitale terrestre. Oggi TSP consente infatti la ricarica di La7 Cartapiù, l'acquisto di pacchetti La7, la ricarica Eutelia e quella di Fastweb. A breve, si aggiungeranno anche la ricarica Telepass e quella per i servizi offerti da Mediaset Premium. Inoltre, è anche possibile pagare il bollo auto e moto, attraverso una connessione diretta con ACI, così come i biglietti di Trenitalia. Utilizzare i nuovi servizi è semplice: sui terminali ATM è sufficiente inserire la propria carta di pagamento, digitare il PIN, selezionare il servizio richiesto ed accedervi seguendo le istruzioni guidate da un comodo menu. A seconda del servizio scelto, TSP attiva il collegamento con l'erogatore, consentendo la transazione in modo corretto e sicuro. Nel caso dei biglietti ferroviari, sarà sufficiente inserire il numero del codice della prenotazione ottenuto sul sito www.trenitalia.it per pagare il titolo di viaggio elettronico, senza doversi recare in una agenzia o in stazione per il ritiro.

The TSP Gateway platform expands its offering with new reload and ticketing services accessible to all Bancomat cardholders at enabled ATM machines, and to users of home banking services. The initial innovations relate especially to customers of voice, Internet and digital terrestrial service companies. TSP enables them to reload their La7 Cartapiù card, purchase the La7 package, and reload their Eutelia and Fastweb cards. These services will be joined in the near future by reloads of Telepass card and Mediaset Premium card services. It is also possible to pay road tax for cars and motorcycles at ATM machines, via a direct link to ACI, Automobile Club of Italy, and to pay for Trenitalia rail tickets. Using the new service is simple: at ATM terminals consumers simply insert their payment card, enter the PIN number, select the service required following the instructions from a simple menu. According to the service chosen, TSP activates the link with the supplier, allowing the transaction to be performed efficiently and securely. In the case of rail tickets they simply enter their booking code number obtained from the website www.trenitalia.it to pay for the electronic ticket, without going to a travel agency or railroad station.