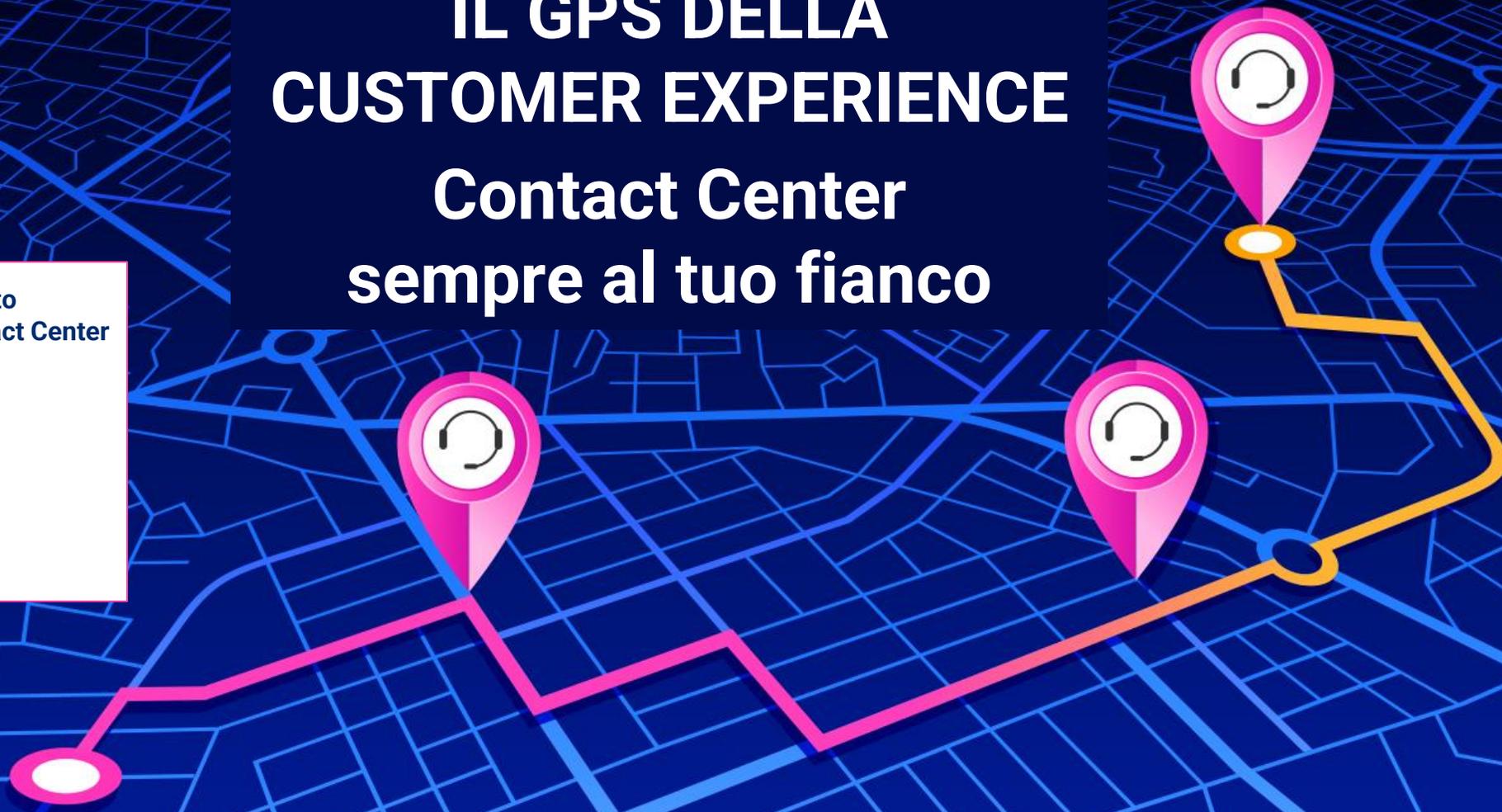


IL GPS DELLA CUSTOMER EXPERIENCE

Contact Center sempre al tuo fianco

Gli analisti di riferimento
dell'Osservatorio Contact Center
Bancari:

- Giulio Murri
g.murri@abilab.it
- Alessia Amiconi
a.amiconi@abilab.it
- Daniela Vitolo
d.vitolo@abi.it



Quando ti perdi a chi chiedi aiuto?

In un mondo in cui la relazione con il cliente è la vera bussola del successo, i contact center bancari si confermano il **GPS della Customer Experience**: precisi, affidabili, sempre pronti a guidare ogni cliente lungo il suo percorso, anche nei momenti più complessi.

Questo report racconta l'evoluzione di un canale che non è più solo un semplice punto di contatto, ma il cuore pulsante della relazione, capace di orientare, assistere, consigliare e vendere. Un canale che si adatta, si trasforma, si integra con il digitale e con la rete fisica, diventando ogni giorno più strategico.

Attraverso dati, analisi e modelli, esploriamo come i contact center stiano diventando alleati proattivi nella costruzione di esperienze coinvolgenti, capaci di unire tecnologia e umanità, efficienza e empatia.

Perché oggi, più che mai, essere al fianco del cliente significa saperlo ascoltare, comprendere e accompagnare. Sempre. Ovunque. Con ogni mezzo.



Il Modello di servizio del Contact Center: leva strategica nella relazione multicanale



IL VENTAGLIO DELLE STRATEGIE

TIPOLOGIA DI MISSION



Il **96%** delle banche ha indicato mission riconducibili alla Macro categoria «Pivot di Multicanalità»

OGNI CONTATTO, UN'OPPORTUNITÀ

L'**89%** del campione realizza vendita diretta

15%
peso dei contatti
outbound sul totale
volumi



78%
realizza **campagne**
outbound **commerciali**
attraverso **lead**
multicanali

Il **55%** del campione ha (o prevede) le figure di **gestore e specialista remoto**

ASSISTENZA & QUALITÀ

47% Offre servizi di assistenza in modo **standard e dedicato**

87% Svolge attività di **assistenza** sui **social network**

50% Realizza **campagne** proattive di **fidelizzazione**

314

GIORNI DI APERTURA CON SERVIZIO ATTIVO NEL 79% DEI CASI IL SABATO E 42% ANCHE LA DOMENICA



LE STRUTTURE ANALIZZATE MISURANO LA QUALITÀ PERCEPITA SU 5,7 CANALI DIVERSI

50,6

SERVIZI DI ASSISTENZA EROGATI TRAMITE OPERATORE

17

CANALI DI CONTATTO DIVERSI PER ENTRARE IN RELAZIONE CON IL CLIENTE

Risorse, innovazione e outsourcing: l'organizzazione al servizio del cliente

RISORSE



Numero FTE in aumento: Dal 2020 al 2024 cresciuti del 17%

6170

Operatori di contact center (in termini di teste)



NUOVI RUOLI:
Il 24% ha introdotto la figura del coach

153

Numero medio ore di formazione in ingresso

AMBITI DI FORMAZIONE:
Competenze digitali 95%
Soft skills 90%



OUTSOURCING

83%

Esternalizza almeno un attività

1552

Numero di FTE in outsourcing



+22%

**TOTALE INBOUND
GESTITO DA OPERATORE
IN OUTSOURCING**
(2024 vs 2023)

Ogni Contact Center si affida in media a 1,9 Outsourcer



INNOVAZIONE TECNOLOGICA



CHAT

CHAT MOBILE APP

54%

MULTI CHAT

63%

ASSISTENTE VIRTUALE O
CHATBOT AI ORIENTED

33%

75%

**REALTÀ CON UNA RIDUZIONE DEI CONTATTI
GESTITI DA OPERATORI GRAZIE ALL'AI**



AI

- ✓ Il **57%** sta già lavorando all'adozione di tecnologie di AI per affiancare gli operatori
- ✓ Il **30%** investirà nei prossimi anni nell'adozione di tecnologie AI per supporto consulenziale all'operatore

ENTRO IL 2025:

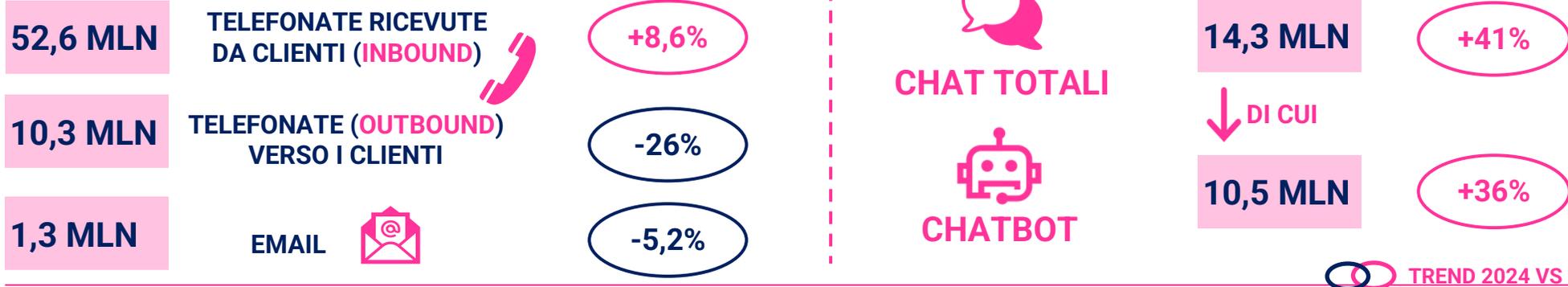


GEN AI

- ✓ Il **37%** adotterà la GEN AI come supporto per l'operatore nella relazione con il cliente
- ✓ Il **34%** utilizzerà la GEN AI per la costruzione di knowledge management

I numeri della relazione con il cliente: tra voce, chat e chatbot

CONTATTI



PILLOLE DI PERFORMANCE



REACTIVE INBOUND EFFETTUATO DA METÀ DEL CAMPIONE

FUNNEL COMMERCIALE

81% reactive inbound come canale di vendita diretta

39% dei contatti reactive va a buon fine



il 16% si conclude con una vendita diretta

Sotto la lente: uno sguardo alle caratteristiche dei cluster 2025

Proattivi

Focalizzato sulla **vendita**, con **complessità elevata** ma **volumi contenuti** e bassa presenza sui canali digitali.

67% usa il canale social per generare lead (media 30%)

Robusti

Forte su tutti gli assi (volumi, digital, assistenza e vendita), con strutture molto sviluppate.

206 ore di formazione in ingresso/su nuovo task e **152** ore di formazione ricorrente (153 e 82 in media)

Smart Caring

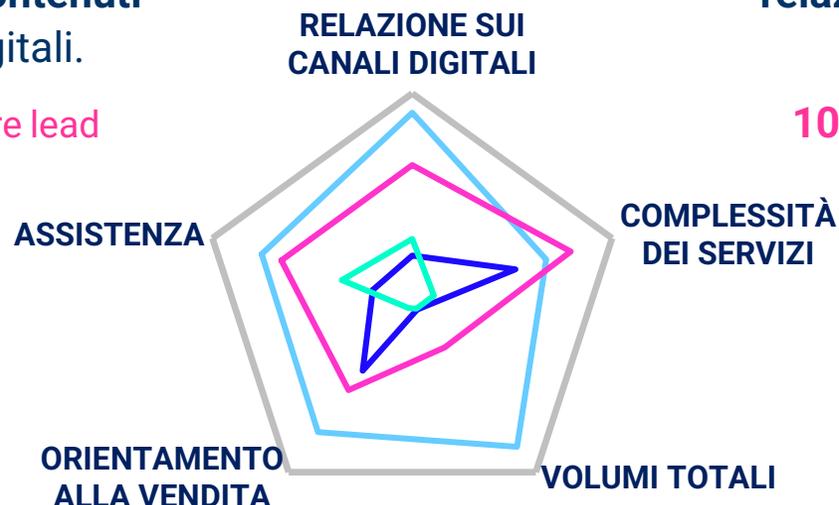
Orientato all'**assistenza e alla relazione digitale**, meno complessi e con volumi contenuti.

100% aperti il sabato con operatore e **60%** anche la domenica (media 79% e 42%)

Complessi

Alta complessità e orientamento sia alla vendita che all'assistenza, ma con **digitalizzazione e volumi intermedi**.

86% effettua campagne di fidelizzazione (media 50%)



- **Il Contact Center conferma l'evoluzione da canale di supporto a leva strategica di business**
È sempre più un pivot dell'omnicanalità (il 96% delle banche indica questa mission) e un abilitatore commerciale (l'89% delle realtà fa vendita diretta).
- **Il modello di servizio si amplia per coprire nuove esigenze dei clienti**
Più di 50 servizi offerti, estensione dell'operatività su fasce orarie e giorni festivi: il Contact Center evolve verso una logica di maggior personalizzazione del servizio offerto e presenza di specialisti e gestori.
- **Le persone sono sempre l'asset vincente**
6.170 operatori, con una crescita del 9% degli FTE dal 2023 al 2024. Tra gli ambiti di formazione, oltre a competenze digitali e approfondimenti su servizi e prodotti, il 90% punta sullo sviluppo delle soft skills, in particolare capacità di risolvere problemi e ascolto/comunicazione efficace con i clienti
- **Cambia la natura dei contatti: il canale si fa più intelligente e proattivo**
I volumi inbound crescono dell'8,6%. Le chat acquisiscono sempre più rilevanza e complessivamente aumentano del 41%; si consolida il «rapporto di forza» a favore dell'automatizzazione: il 73% sono chatbot, il 27% chat con operatore.
- **Si allarga lo spettro di analisi delle performance**
Il 78% delle chiamate trova soluzione nell'arco della sola telefonata (82% per le chat). Il chatbot nell'86% dei casi riesce a comprendere le domande per poter iniziare a rispondere in modo compiuto ai clienti; nel 51% delle volte arriva a una soluzione, circa il 30% delle conversazioni sono trasferite a un operatore.
- **Sempre più AI nei Contact Center**
3 banche su 4 segnalano una riduzione dei contatti gestiti da operatori grazie all'AI. Circa il 40% ha in uso o in corso di realizzazione un chatbot basato su AI. Entro il 2025 la generative AI sarà utilizzata dal 34% delle realtà per knowledge management e dal 37% come affiancamento agli operatori.

L'Osservatorio Contact Center Bancari

OBIETTIVI



L'Osservatorio monitora lo stato dell'arte dei **Contact Center Bancari** attraverso un'ampia rilevazione di settore, promuove il confronto tra i manager dei contact center bancari su **temi organizzativi, operativi e di marketing**, approfondisce le principali **innovazioni tecnologiche** e l'**evoluzione dei paradigmi di interazione tra banca e cliente**



15 EXECUTIVE

- Credito Emiliano
- Intesa Sanpaolo
- Poste Italiane
- BNL - Gruppo BNP Paribas
- Crédit Agricole Italia
- Sinergia
- Banca Popolare di Sondrio
- Banca Popolare Pugliese
- Banca Mediolanum
- BPER Banca
- Banca Sella
- Banco BPM
- Banca di Asti
- UniCredit
- Banca Etica



8 ADERENTI

- Banca Popolare dell'Alto Adige
- Banca 360 FVG
- ING Bank
- Cedacri
- Cassa Centrale Banca
- Sparkasse
- Widiba
- Cassa Rurale AltoGarda - Rovereto



1 AZIENDA SPECIALIST

ASSIST
DIGITAL

FOCUS DI RICERCA



Modelli di servizio



Volumi & Performance



Organizzazione & Tecnologia



Tendenze Evolutive

PRINCIPALI DELIVERABLE



- Realizzazione di un Report annuale in cui sono illustrate dettagliatamente le evidenze dell'attività di ricerca.
- Documento di **feedback personalizzato** per le banche partecipanti al tavolo di lavoro.
- **Workshop** di fine anno con presentazione dei principali risultati del percorso di approfondimento.

ULTERIORI ATTIVITÀ



Visita al Polo



Quick Survey



Riunioni congiunte

Per ulteriori approfondimenti è possibile contattare gli analisti dell'Osservatorio Contact Center Bancari



Giulio Murri
Co-Responsabile Ricerca
ABI Lab

@ g.murri@abilab.it



Alessia Amiconi
Research Analyst
ABI Lab

@ a.amiconi@abilab.it



Daniela Vitolo
Servizio Studi e Regolamentazione
Ufficio Analisi Regolamentazione ABI

@ d.vitolo@abi.it