

ING DIRECT: e ora si può entrare anche dalla porta

Ispirate ai *concept store*, le filiali della zucca puntano su self-service, operazioni gratuite e consulenza.

Milano, 12 settembre 2011 – ING DIRECT, la banca diretta del Gruppo ING attiva via **internet, telefono e mobile banking**, offre un'opportunità di accesso in più ai propri clienti. A partire da fine settembre infatti aprirà circa 25 filiali, con l'obiettivo di avere 10 punti vendita attivi nel 2011 e altri 15 nel 2012. Le prime città interessate saranno Bergamo, Roma, Padova, Venezia, Vicenza, Bologna, Verona, Torino, Milano.

Ma come saranno le **filiali dell'era del Web 3.0**? Decisamente più simili ad un **concept store** che non ad una filiale bancaria in senso classico, innovative non solo per il *visual*, che riprodurrà i tratti salienti del brand ING DIRECT e della nota zucca, ma anche per le funzionalità a disposizione del cliente e il tipo di esperienza che egli vi farà.

Trasparenza, luminosità e accessibilità le caratteristiche che ispireranno la realizzazione architettonica degli **store** e la scelta delle location, tutte in **pieno centro città** per massimizzare l'impatto di **comunicazione e di visibilità del brand**, una delle funzioni principali dei punti vendita. Le strutture si caratterizzeranno per ampie vetrate illuminate anche di notte con accesso attraverso un ingresso privo delle consuete bussole, vissute dai clienti come un'ostacolo e una forma di chiusura nei loro confronti. L'utilizzo del colore arancione, i materiali caldi come il legno e le linee morbide e essenziali rendono il design dei negozi moderno e al contempo molto accogliente e confortevole, per fare fronte ad una dei principali motivi di insoddisfazione degli italiani per le filiali bancarie: il grigiore e la cupezza degli ambienti.

Self-service è la parola-chiave lato funzionalità. Sulla scia di quanto sta già avvenendo nel **Nord-Europa**, la figura del cassiere, colui che fisicamente si occupa di ritirare, depositare e registrare il contante lascerà il posto alle **casse automatiche, novità assoluta per l'Italia**. Con esse i clienti potranno prelevare e depositare contanti e assegni, consultando il proprio conto senza le limitazioni imposte dal circuito bancomat. Avranno inoltre a disposizione **totem interattivi** con cui gestire in autonomia la propria visita attraverso **iPad** e consultare i principali quotidiani nell'attesa di un eventuale incontro con un agente.

Tutte le operazioni tipiche di una filiale potranno essere eseguite o in modalità self-service o attraverso **agenti ING DIRECT**, personale con specifica esperienza e appositamente formato per fornire **spiegazioni e consulenza** di prodotto e servizio, guidando il cliente nella scelta delle soluzioni più adatte a sé, oltre che a prendere dimestichezza con i gli strumenti on line e automatici. Questa formula renderà tra l'altro possibile attivare un conto corrente e le relative carte di pagamento in soli 15 minuti.

I punti vendita ING DIRECT saranno **paper-less**: non ci sarà cioè la necessità di firmare alcun documento cartaceo perché il cliente confermerà tutte le operazioni inserendo le credenziali che usa per accedere al suo conto tramite canali diretti: tutto sarà memorizzato e archiviato in formato elettronico e consegnato al cliente solo in caso di richiesta specifica.

Le **operazioni in filiale** saranno inoltre **completamente gratuite** come consueto con ING DIRECT.

*“In tutta Europa stiamo assistendo ad una progressiva convergenza tra canali bancari on line e canali fisici – afferma **Alfonso Zapata, CEO di ING DIRECT Italia** – Il canale fisico si sta automatizzando e snellendo al massimo facendo proprie le funzionalità e i vantaggi tipici dei modelli on line come self-service, efficienza, low cost e qualità dell’interazione, caratteristiche cruciali per i modelli distributivi del futuro. Il business on line registra d’altro canto importanti benefici da poche innovative presenze territoriali in grado di rassicurare i clienti potenziali della banca diretta”.*

“Con le filiali – prosegue Zapata - vogliamo rafforzare la visibilità del marchio sul territorio e offrire ai clienti un’opportunità in più di accesso in caso di necessità o di consulenza vis-a-vis. Il modello ING DIRECT non cambierà, continuerà ad essere diretto: oggi con i soli canali a distanza abbiamo una capacità di accoglienza di 60.000 persone ogni giorno, pari ad una rete di circa 600 filiali! Non ci attendiamo che queste proporzioni cambino, al contrario prevediamo una crescita ulteriore sui canali diretti proprio grazie alla presenza fisica”.

Nel 2012 le città di apertura degli store ING DIRECT, ancora in fase di conferma, saranno con tutta probabilità: Napoli, Varese, Genova, Brescia, Bari, Roma (2° store), Firenze, Treviso, Palermo, Cagliari.

Il design delle filiali è a cura di Marco Michele Rossi – Newton, la realizzazione è a cura di New Architects srl

ING DIRECT

Silvia Colombo, Head of PR & Communication – 0255226645 - silvia.colombo@ingdirect.it
Sara Cassina, PR & Communication Specialist – 0255226761 - sara.cassina@ingdirect.it
Elisa Pavan, PR & Communication Specialist – 0255226563 - elisa.pavan@ingdirect.it