



ALESSANDRO COLAFRANCESCHI
Head of Global Online & Mobile Banking
UniCredit Group

È nato a Roma (Italia) il 25 ottobre 1966. Ha conseguito una laurea in Economia e Commercio presso l'Università "La Sapienza" di Roma. Dottore Commercialista. È sposato con 3 figli.

Ha iniziato la sua carriera in Birra Peroni Industriale, dove ha lavorato per otto anni, dal 1992 al 2000. Nel 1996 è stato nominato Country Manager Italia e messo a capo della filiale con sede a Londra. Nel febbraio 2000 ha lasciato l'area Beni di largo consumo per entrare in Kataweb, la Internet Company del Gruppo Editoriale L'Espresso, dove era responsabile del commercio elettronico e pubblicità. Nel 2002 entra a far parte di Vivacity, l'azienda Internet di UniCredit Banca, di cui è stato nominato Direttore Vendite e Marketing. Due anni dopo, nel 2004, gli fu affidata la responsabilità, come capo dell'Online Banking, per lo sviluppo dei servizi e-retail banking e trading online di UniCredit ed è stato Responsabile dei servizi di Unicredit Group Divisione Retail Italia - UniCredit Banca, UniCredit Banca di Roma e Banco di Sicilia - per i siti e servizi banking on-line e mobile.

Oggi è SVP con responsabilità per l'on-line e mobile banking per la divisione Retail di UniCredit a livello mondiale.

LA GEOLOCALIZZAZIONE PORTA IL MOBILE ANCORA PIÙ VICINO AL CLIENTE UNICREDIT

I temi legati al Mobile e, nello specifico alla geolocalizzazione, diventano sempre più attuali nel mondo in cui viviamo oggi e, soprattutto, per le Aziende che forniscono servizi ad alto valore aggiunto.

Tra questi il settore bancario è uno dei principali attori nello sviluppare e proporre le continue innovazioni offerte oggi dalla tecnologia. La clientela bancaria ha raccolto questa sfida e, sempre più, fruisce dei servizi bancari attraverso i canali digitali, sportelli bancomat, self-banking, internet e mobile.

UniCredit ha oggi circa 2,5 milioni di clienti online e questo numero continua a crescere velocemente, così come cresce la soddisfazione dei clienti 'remoti' - circa il 90% di questi si dice soddisfatto dell'offerta e della 'customer experience' digitale.

I servizi di mobile banking sono gli ultimi nella lunga lista dell'innovazione di UniCredit e subito hanno raccolto l'apprezzamento della clientela. Sono infatti circa 50.000 i clienti che hanno scaricato e abilitato le applicazioni UniCredit per iPhone, BlackBerry e Smartphones nelle prime settimane dal lancio. La Banca via Cellulare (questo è il nome del servizio), così come è stato disegnato in UniCredit Banca, garantisce la fruizione ottimale delle funzionalità di consultazione dei propri conti correnti - a breve anche per Piccole e Medie Imprese - in termini di saldo e movimenti ma anche per attività dispositive quali il bonifico Italia e le ricariche delle carte prepagate e delle carte SIM dei cellulari.

Questi servizi permettono l'accesso e l'operatività al proprio conto corrente ovunque e a qualsiasi giorno/orario, con un click ed in massima sicurezza.

L'offerta di servizi su cellulare di UniCredit ha avuto una lunga incubazione, fatta di un disegno attento e implementazione accurata, con rilascio ai clienti graduale e solo dopo lunghi test. Abbiamo iniziato con la banca via SMS, prima con i servizi informati-

vi Premium e poi con le disposizioni via SMS, per ricariche di cellulari e di carte prepagate. Nel frattempo è stata disegnata da zero la proposta di Mobile Banking, in forma di applicazione scaricabile e di sito ottimizzato per la navigazione da cellulare. Al centro del nuovo disegno sono state poste la facilità d'uso e la sicurezza. Si è preferito limitare il numero di funzioni disponibili alle più comunemente usate, in modo da mantenere un'interfaccia pulita e semplice da utilizzare, anche su schermi piccoli. Si sono integrate le Operazioni Veloci (operazioni pre-autorizzate che non richiedono l'inserimento di password) e la sicurezza (Mobile Token) nell'applicazione, in modo da rendere i clienti completamente autonomi quando vogliono operare dal cellulare.

La geolocalizzazione è una caratteristica propria e unica del Mobile e lo porta ancora più vicino al cliente UniCredit Banca e con servizi più efficienti.

La geolocalizzazione potrà permettere infatti una migliore fruizione di questi servizi ed anche dei servizi non direttamente collegati ad Internet ed al Mobile. Un esempio: un cliente UniCredit che cerca un bancomat per prelevare contanti potrà collegarsi tramite il proprio telefono cellulare all'applicativo della Banca e, automaticamente, visualizzare il Bancomat o l'agenzia UniCredit più vicini con la distanza, il percorso ed il tempo per raggiungerli. In alternativa la stessa persona andrebbe al Bancomat più vicino, non sempre della propria Banca, pagando le commissioni per l'operazione.

In questo caso, mobile e geolocalizzazione, hanno permesso un beneficio concreto in termini di fruizione di un servizio e di minori costi.

La Banca del futuro - non poi tanto lontano - sarà una Banca multicanale, aperta 24 ore su 24, facile ed accessibile.

UniCredit Banca è oggi leader - secondo la società Nielsen infatti UniCredit ha una quota del 26% del mercato online nel 2010 - con oltre due milioni di clienti 'retail' attivi online. L'offerta internet della Banca è sul sito www.unicredit.it e www.unicredit.banca.it.