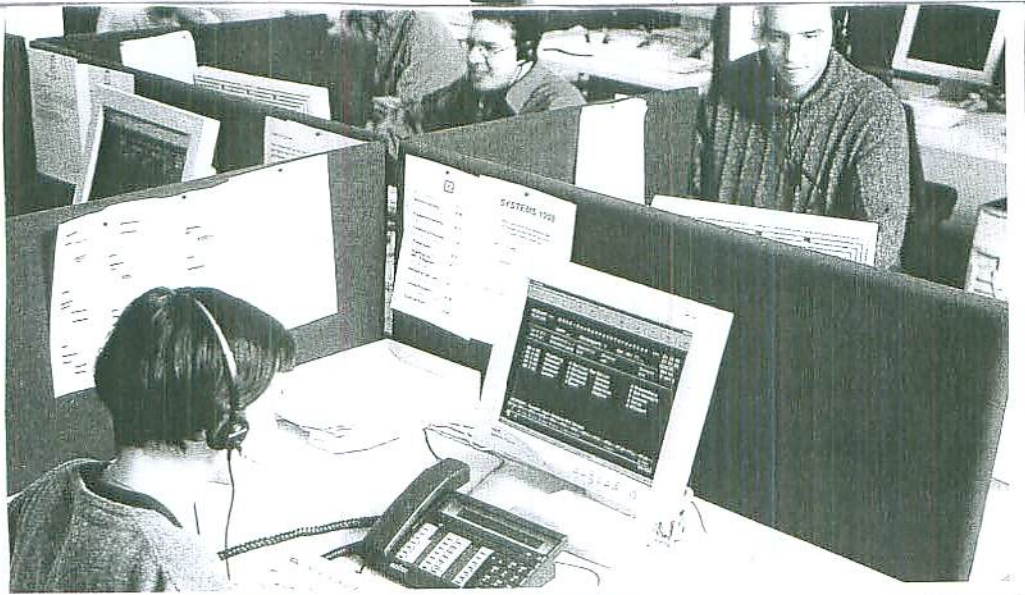


DATA:	Novembre 2005
TESTATA:	Banca Finanza
AUTORE:	Alberto Mazza
TITOLO:	Web Communication/Rapporti con i dipendenti Le nuove frontiere della comunicazione interna – pag. 1 di 3

BANCA FINANZA



WEB COMMUNICATION RAPPORTI CON I DIPENDENTI

Le nuove frontiere della comunicazione interna

Soluzioni per votare in rete. E programmi di messaggistica per essere sempre rintracciabili. Secondo i fornitori, saranno questi strumenti a organizzare i rapporti tra la banca e i suoi dipendenti.

ALBERTO MAZZA

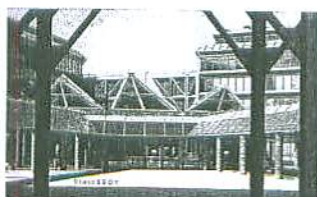
DATA:	Novembre 2005
TESTATA:	Banca Finanza
AUTORE:	Alberto Mazza
TITOLO:	Web Communication/Rapporti con i dipendenti Le nuove frontiere della comunicazione interna - pag. 2 di 3

Le banche si confrontano con le nuove tecnologie di comunicazione virtuale. E i responsabili It si chiedono se adottare le soluzioni più innovative. Riunioni virtuali, passaggio di dati attraverso laser, messaggeria istantanea, possibilità di votare attraverso il computer: le banche riconoscono in queste offerte un nuovo modo per comunicare. E, talvolta, arrivano a dotarsi di alcune tra queste soluzioni. Però, al momento di installarle, rallentano. Per quali motivi? *BancaFinanza* ne ha parlato con alcune aziende informatiche specializzate in comunicazione.

LE RISTRUTTURAZIONI ORGANIZZATIVE «Nelle banche, la gestione della conoscenza è un'area poco presidiata. Intendiamo: dell'universo-comunicazione se ne occupano più funzioni presenti in banca. Ma, solita-

mente, il gruppo creditizio non riunisce le competenze in un ufficio dedicato con un modello di servizio standard». Secondo **Umberto Larizza**, responsabile solution per i financial services di Ibm, la grande sfida, per le banche, sta tutta lì: nell'organizzare la comunicazione interna. Creando una struttura che si occupi di knowledge management a tempo pieno. «L'esigenza è divenuta più pressante dopo le operazioni straordinarie di cui sono state protagoniste le aziende di credito», ricorda La-

rizza. «Operazioni che hanno creato tre problemi: ridondanze nel patrimonio It; esigenze di ristrutturazione dei processi comunicativi in termini di flusso e di contenuti; difficoltà di utilizzo degli strumenti da parte delle risorse presenti in azienda». Per evitare l'impasse, le banche devono razionalizzare il patrimonio informativo. E ridefinire completamente gli aspetti organizzativi. Accentrando la gestione dei dati e la struttura della comunicazione, che oggi è divisa sotto varie funzioni.



FUSIONI
«Dopo una fusione, la banca deve risolvere tre problemi: ridondanze, riorganizzazione e nuovi tool informatici», dice Umberto Larizza, responsabile solution di Ibm.

Come intervengono i fornitori? «Coprendo, appunto, quest'area non presidiata. E studiando soluzioni in grado di agevolare la formazione di un servizio strutturato di knowledge management». Per giungere a questo risultato, esistono vari sbocchi informatici: da un lato, i metodi tradizionali, come i portali intranet, i call centre e le comunicazioni ormai abituali; dall'altro, le nuove tecnologie di comunicazione. Che le banche, timidamente, iniziano a prendere in considerazione.

L'INSTANT MESSAGING Erano nati per uso domestico, forniti gratuitamente da grandi provider. E ora si sono trasformati in strumenti per sveltire la comunicazione aziendale. Anche in banca. Si tratta dei programmi di instant messaging, soluzioni che, installate in un computer, consentono di controllare se una o più persone sono collegate in rete, e permettono di scambiare messaggi di chat o file.

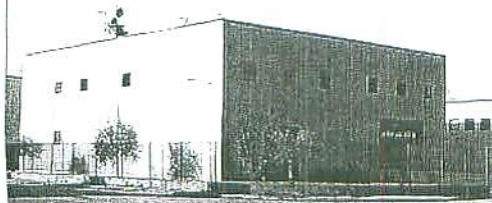
In una struttura aziendale, questa tecnologia potrebbe consentire uno scambio di informazioni in tempo reale, evitando gli inconvenienti che presenta il mezzo telefonico (per esempio, la linea occupata) o la posta elettronica (l'impossibilità di controllare se la persona a cui è destinato il messaggio è collegata). «La necessità di abbattere i costi, ottimizzare i tempi e seguire agevolmente la nuova struttu-

DATA:	Novembre 2005
TESTATA:	Banca Finanza
AUTORE:	Alberto Mazza
TITOLO:	Web Communication/Rapporti con i dipendenti Le nuove frontiere della comunicazione interna - pag. 3 di 3

Tecnologia & Informatica

ra delle organizzazioni bancarie», spiega **Claudia Ambrosini**, responsabile marketing e comunicazione di Feedback interactive systems Italia. «ha convinto le banche a rivolgersi all'esterno, alla ricerca di strumenti che aiutassero nello sviluppo delle proprie attività». Instant messaging. Ma anche tecnologie per organizzare riunioni virtuali, radiovotazioni e televotazioni, «per raggiungere ogni punto della struttura, soprattutto se diffusa in modo capillare su tutto il territorio, e ottimizzare la comunicazione, aumentando il senso di identità aziendale».

I nuovi sistemi di videocomunicazione e instant messaging promettono di diminuire il numero di spostamenti, organizzare corsi di formazione a distanza, organizzare riunioni virtuali. «Le banche hanno ben compreso l'utilità di questi strumenti», concorda Larizza. «E sono ben consapevoli che l'Instant messaging rappresenta il passaggio logico degli ultimi anni. In qualche caso, hanno già acquistato questa tecnologia. Però, non lo utilizzano». Per quale motivo? «È una questione di mentalità», risponde Larizza. «La banca è un ambiente burocratizzato, e assorbe difficilmente le novità».



PONTE LASER
Sice telecomunicazioni (nella foto, la sede) ha predisposto un ponte laser per consentire il passaggio sicuro dei dati tra due strutture di Montepaschi.

I cambiamenti avvengono solo in modalità *top down*. Cioè: quando qualcuno ordina di operarli».

La fase di stasi potrebbe essere superata da un momento all'altro, «se il mercato lo richiederà», afferma Larizza. «Infatti, a muovere le decisioni che rovesciano una mentalità consolidata delle banche sono due elementi: il mercato, appunto, o le normative». Intanto, gli istituti di credito si accontentano di un primo passo verso una nuova communication policy: la profilazione in community, attraverso il sito intranet della banca. «Con questo strumento», spiega Larizza, «l'istituto verifica attraverso l'it il comportamento organizzativo dei dipendenti».

ARCHIVIO
«Le banche esprimono l'esigenza di costituire un sistema di archiviazione centralizzato», dice **Claudia Ambrosini**, responsabile comunicazione di Feedback Italia.

E pianifica eventuali comunicazioni a gruppi omogenei di bancari».

LA SICUREZZA DEL PASSAGGIO DATI «È vero, il settore bancario ha accolto le nuove tecnologie con una minima diffidenza iniziale», spiega Ambrosini. «Gli istituti hanno espresso il timore di trovarsi di fronte ad applicazioni difficili e di uso poco abituale. E poi c'è un punto su cui si avverte l'intransigenza delle banche». Quale? «La segretezza delle informazioni», dice Ambrosini. «Ma l'innovazione tecnologica ha pensato anche a questo: e cioè a permettere un trasferimento criptato dei dati, che accresca il senso di sicurezza dell'utente finale».

C'è chi, per assicurare l'inviolabilità nella trasmissione di dati, ha scelto il laser. Si tratta del gruppo Montepaschi che, per collegare due capannoni situati a Calenzano (Fi) e divisi dall'autostrada, si è affidato a Laserlink, soluzione elaborata da Sice telecomunicazioni per il trasferimento di



VERSO UN CANALE INTEGRATO? Le nuove tecnologie di comunicazione interna potrebbero soppiantare intranet e il cosiddetto canale tradizionale? «Forse, soppiantare no. Ma non è così lontano dalla realtà pensare allo sviluppo di un canale integrato», afferma Ambrosini. «La comunicazione interna potrebbe basarsi sulla partecipazione attiva e interattiva del dipendente ai diversi contenuti forniti dall'azienda». Un'area personalizzabile, dove ogni bancario potrebbe avere l'opportunità di estrarre le informazioni che più gli servono al momento. «Per esempio, il dipendente potrebbe decidere di assistere all'ultimo notiziario o rivedere l'intervista al presidente. Oppure, potrebbe scegliere di accedere alla riunione virtuale piuttosto che approfondire aspetti tecnici di nuovi prodotti. La possibilità di utilizzare solo uno strumento aumenta l'effettivo accesso alle informazioni: l'utente si fidelizza a un particolare sistema, arriva a capirne fino in fondo le potenzialità senza dover sostenere una formazione informatica specifica. Le dinamiche della comunicazione della banca verso il dipendente si rovesciano. E l'istituto di credito ha la possibilità di capire meglio cosa interessa davvero ai dipendenti. Come? Semplicemente osservando i modi e i tempi di accesso alla comunicazione».

Come è possibile evitare che le varie informazioni si sovrappongano? «Organizzando la struttura informatica aziendale per accedere ai dati per nome, parole chiave, contenuto, data di produzione», afferma Ambrosini. «Solo attraverso un sistema di archiviazione generale e centrale si può risolvere quello che è il più grosso dei problemi delle banche: riuscire a trovare l'informazione che serve nel minor tempo possibile ed evitare di perdere tempo nel produrre nuovamente qualcosa che già esiste ma che non si riesce più a trovare». ♦

segnali video, audio e dati tra due postazioni in visibilità ottica. «I capannoni di Montepaschi», dice **Matteo Morriconi**, responsabile dell'ufficio commerciale di Sice, «sono distanti circa un chilometro l'uno dall'altro. E sono stati collegati con un ponte laser in fibra ottica-ethernet, che collega i tetti delle due strutture».

Che livello di sicurezza può assicurare una comunicazione via laser? «Questa tecnologia», sottolinea Morriconi, «è nata in ambito militare, un settore che, per motivi facilmente intuibile, è molto sensibile alla segretezza dei dati. Insomma, il laser nasce sicuro, a prova di hacker: non è intercettabile, e dagli scanner non si può vedere».