NEWS

Una banca brillante si costruisce su una fiducia preziosa

Perché il consulente più moderno di una banca è un display

10 aprile 2026, Tobias Engl

In un'era in cui lo smartphone è diventato la filiale bancaria principale, gli istituti finanziari fisici affrontano una sfida esistenziale. Le statistiche mostrano che oggi i clienti per oltre l'80 % del tempo non incontrano un consulente in loco, specialmente nelle zone self-service o nelle ore di punta. Qui interviene il digital signage moderno: è molto più di uno schermo alla parete – è il volto digitale della banca, il ponte tra il mondo online anonimo e la competenza professionale personale. Con l'impiego mirato di display intelligenti, ScreenWay trasforma la filiale in uno spazio esperienziale interattivo che rafforza durevolmente il legame con il cliente e aumenta massicciamente l'efficienza in loco.

Il primo punto di contatto comincia spesso già alla vetrina. Display ad alte prestazioni con luminosità estrema attirano i passanti con contenuti dinamici che vanno ben oltre i manifesti statici. Invece di poster di carta superati, le banche presentano qui informazioni in tempo reale: tassi d'interesse attuali, cambi valutari o offerte immobiliari a breve termine vengono aggiornati al secondo. Questa agilità è nel settore finanziario un vantaggio competitivo decisivo. Grazie a interfacce automatizzate e sistemi professionali di gestione dei contenuti, l'onere manuale della sostituzione dei materiali pubblicitari scompare del tutto. Ciò non solo risparmia costi di stampa e rispetta l'ambiente, ma garantisce anche che ogni filiale – sede regionale o quartier generale – comunichi sempre in linea con il marchio e con il diritto vigente.

© ScreenWay | www.screenway.com

Quando il cliente entra in filiale, il digital signage assume il ruolo di padrone di casa smart. I pannelli digitali di benvenuto creano un'atmosfera professionale, mentre i sistemi interattivi di orientamento e le targhette digitali fanno da guida. Soprattutto nelle zone d'attesa la tecnologia dispiega il suo pieno potenziale psicologico: con un mix di infotainment, notizie regionali e prezioso sapere finanziario, il tempo d'attesa percepito si accorcia drasticamente. Invece della frustrazione nascono preziosi punti di contatto per cross-selling e upselling. Brevi e incisivi video esplicativi su prodotti complessi come i mutui casa o la previdenza risvegliano bisogni e preparano al meglio il successivo colloquio di consulenza.

Una pietra miliare tecnica è l'integrazione di intelligenza artificiale e sensoristica. I media player moderni sono oggi in grado di adattare i contenuti in tempo reale in base alla demografia dell'osservatore – in modo del tutto anonimo e conforme alla protezione dei dati. Così il giovane al primo impiego riceve informazioni sul primo deposito titoli, mentre al futuro proprietario di casa vengono presentati i modelli ipotecari attuali. Questa personalizzazione crea rilevanza e mostra che la banca capisce i bisogni individuali dei suoi clienti. Al tempo stesso, chioschi interattivi e terminali self-service offrono la possibilità di approfondire le informazioni autonomamente o prenotare appuntamenti direttamente al touch, il che alleggerisce il personale e promuove la sovranità digitale dei clienti.

Anche la comunicazione interna trae enorme beneficio da questa trasformazione digitale. Nelle aree dei collaboratori, gli schermi fungono da «bacheca digitale» che informa su notizie interne, formazioni o direttive di sicurezza. Al fondo, però, si tratta del bene più prezioso del settore: la fiducia. Con una presentazione coerente, trasparente e moderna delle informazioni, una banca segnala capacità d'innovazione e affidabilità. Con le soluzioni di ScreenWay, gli istituti finanziari puntano su un'infrastruttura sicura e scalabile che, grazie alla memorizzazione locale, resta stabile anche con interruzioni di rete. Così il digital signage diventa strumento irrinunciabile per dare forma alla filiale del futuro – un luogo che informa, entusiasma e completa con valore il contatto personale.

© ScreenWay | www.screenway.com