

# Una Banca che piace

**P**ersonale eccellente, clima familiare, competenza, capacità di ascolto e attenzione al territorio, fiducia nell'istituzione, valutazione positiva sulla fusione, atteso ulteriore miglioramento nei servizi offerti. È questo il quadro, lusinghiero, della nostra Banca che emerge dall'indagine condotta dagli stagisti dell'Università di Bergamo, che lo scorso mese di giugno hanno intervistato la clientela allo sportello di nove tra sedi e filiali del nostro istituto.

Vediamo in breve quanto è emerso sugli aspetti di maggiore significatività, che hanno posto in risalto risultati particolarmente apprezzabili.

## Personale

La valutazione espressa dalla clientela rispetto al personale è risultata eccel-

lente e molto al di là delle aspettative, considerando lo scarso apprezzamento che di solito le banche riscuotono presso i media e tra la gente. Di fatto, è stato reso evidente, quando mai ve ne fosse stata necessità, che il personale rappresenta oggi il fattore critico di successo della Banca.

In particolare gli stagisti hanno rilevato che ciò che la clientela apprezza di più nella relazione è il clima familiare con cui viene accolta nelle nostre Filiali. Clima che contribuisce a mettere a proprio agio e, conseguentemente, a capirsi meglio, aspetto particolarmente importante quando si toccano temi a volte ostici, a volte delicati.

Su tutti gli ambiti indagati il risultato si è posizionato nella fascia alta di punteggio (vedi tabella 1).

Anche sul fronte delle competenze

la percezione dei clienti è positiva, aspetto di particolare rilievo se si considerano la crescente complessità e la costante modifica delle condizioni operative delle banche (vedi tabella 2).

## Banca

Anche l'indagine sull'immagine della Banca è stata nel complesso positiva in tutti gli ambiti esaminati.

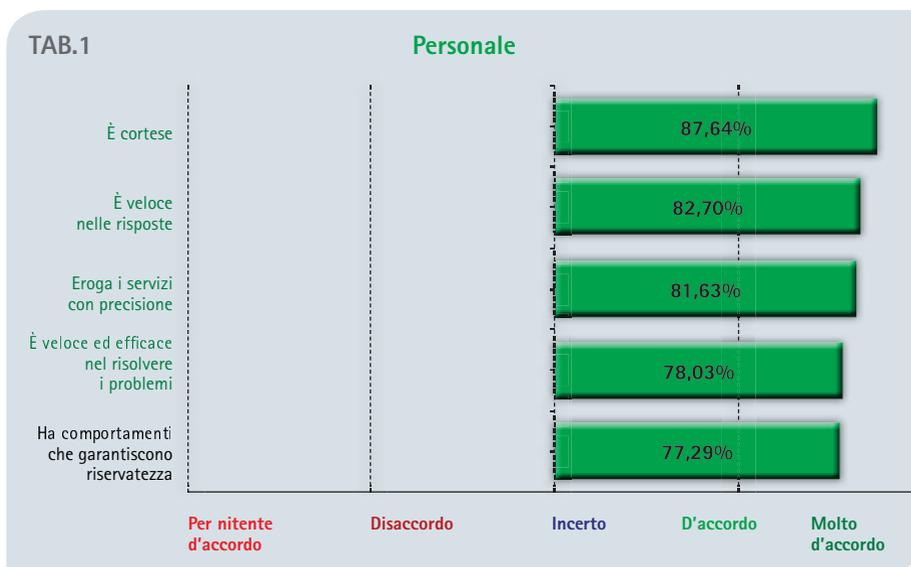
Sono due i fattori di positività particolarmente significativi:

- la capacità di ascolto e di comprensione delle esigenze della clientela, che in certa misura si ritiene strettamente legato alle caratteristiche del personale che lavora nella nostra Bcc, come è stato sottolineato in precedenza;
- il riconoscimento del contributo al territorio che - in aggiunta al personale - rappresenta il secondo pilastro distintivo di una buona banca di credito cooperativo rispetto a banche di credito ordinario.

Tutto questo si traduce in un ottimo giudizio di sintesi di fiducia e reputazione della Banca che, come detto, considerando come oggi le banche sono additate all'opinione pubblica, a questo livello di apprezzamento si può affermare che il risultato è stato non inatteso ma sicuramente superiore alle aspettative (vedi tabella 3).

## Fusione

La questione riguardante l'operazione di fusione viene distinta nella ricerca





in due ambiti. Il primo è riferito al ruolo e all'identità della Banca, il secondo ai prodotti e servizi offerti.

### 1° ambito

#### Ruolo e identità della Banca

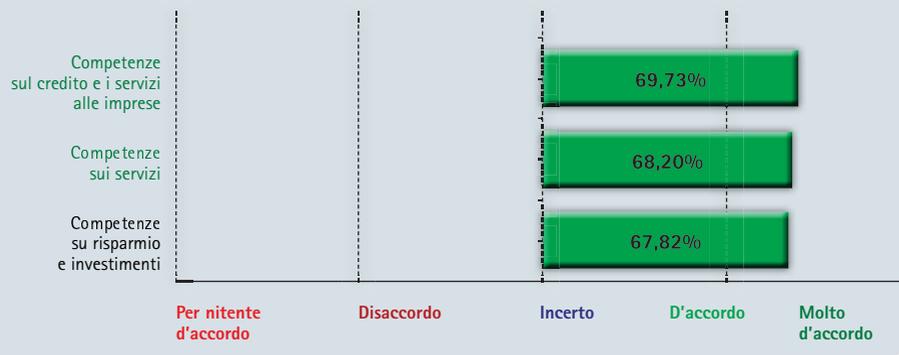
Esaminando i primi tre fattori di positività emerge come la clientela abbia

ben compreso come l'operazione di fusione realizzata, oggi sia necessaria per poter affrontare adeguatamente le nuove sfide del mercato. È inoltre chiaro che non solo l'operazione non indebolirà la banca, ma al contrario la rafforzerà, rendendola in grado di rinsaldare il legame con il proprio territorio.

Al penultimo posto - seppure rimanendo nel contesto di una valutazione positiva - i soci e i clienti hanno comunque posto particolare attenzione circa il rischio di una perdita di identità territoriale che emerge in eguale misura sia sul fronte ex Sorisole e Lepreno sia ex Valle Seriana.

TAB.2

### Competenze





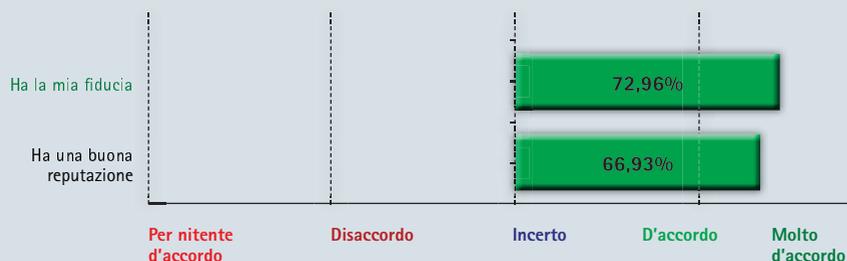
Importante considerare che l'attenzione a questo aspetto è al primo posto sia del Consiglio - emanazione delle due realtà territoriali - così come

della Direzione generale della Banca, che con l'istituzione del neo costituito "Ufficio soci e territorio" ha come obiettivo prioritario proprio quello

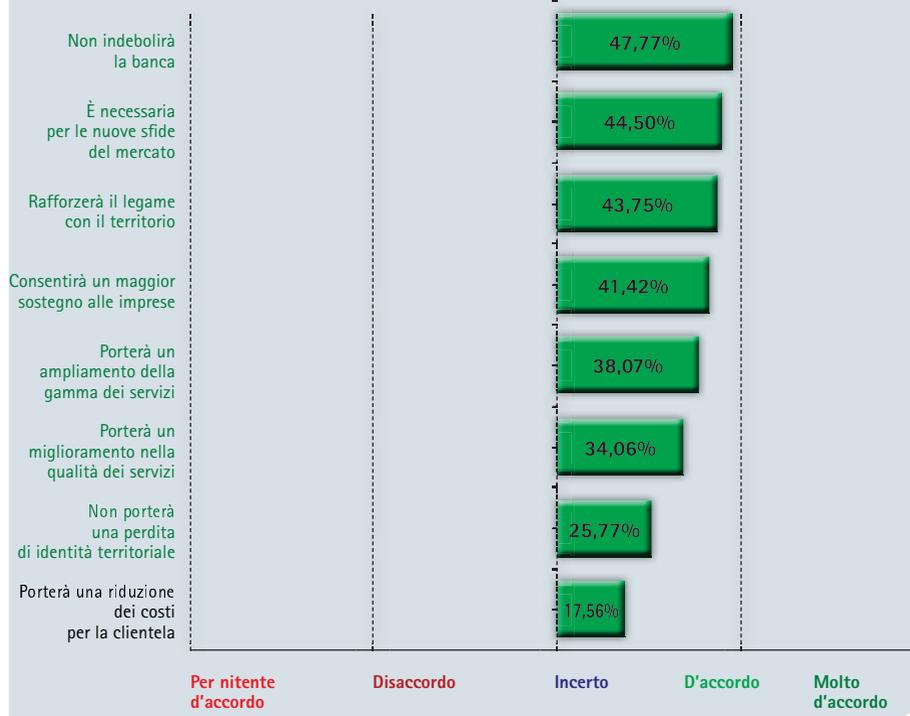
rafforzare i legami già esistenti nei due territori con istituzioni, associazionismo, volontariato e parrocchie e di svilupparne di nuovi grazie alle potenzialità della nuova struttura della Banca (vedi tabella 4).

TAB.3

## Immagine della Banca

2° ambitoProdotti, servizi e costi

La clientela manifesta positive attese sul fatto che il rafforzamento della Banca porterà miglioramenti nella gamma e nella qualità dei servizi offerti, mentre si esprime più cautamente sui costi. Ma la Banca - già con il nuovo "Portafoglio conti correnti" con cui ha presentato alla propria clientela



la neonata Bcc Bergamo e Valli - si è posizionata tra le migliori nelle offerte di mercato.

Infine una nota di curiosità: è emerso che la clientela operativa allo sportello utilizza pochissimo l'App Relaxbanking per smartphone, semplicemente perché non ne conosce l'esistenza. Ma quei pochi che la usano l'apprezzano moltissimo per semplicità, chiarezza, modernità e assenza di costo. Questa ricerca e questo articolo sono un'occasione per portarla all'attenzione della nostra clientela. ■

Foto sotto, da sinistra: Mara Agazzi, Elisa Manzoni, Luca Colombo, Viviana Marchi, Nicola Bonetti e Arianna Buonpane

## L'indagine degli stagisti

La nostra Banca da tempo collabora con l'Università di Bergamo per lo svolgimento di stage che vede studenti laureandi impegnati in vere e proprie attività di ricerca e analisi, in collaborazione con i funzionari del nostro istituto, specialisti per le diverse tematiche trattate. Nello scorso mese di giugno, otto laureandi della Facoltà di Economia hanno svolto un'indagine di "customer satisfaction" (cioè sul grado di soddisfazione della clientela) su alcuni temi. In particolare, l'inchiesta ha riguardato le impressioni relative all'accoglienza nelle filiali (ambienti fisici), i servizi erogati (qualità e prezzo), il personale (competenze, cortesia, disponibilità). Inoltre, agli intervistati sono state poste domande concernenti la Banca (immagine, etica) e l'operazione di fusione che ha portato alla nascita della Bcc Bergamo e Valli. L'indagine ha coinvolto la clientela di sportello ed ha



visto impegnati gli stagisti in nove filiali (cinque facenti riferimento alla Bcc Sorisole e Lepreno, sede di Sorisole compresa; quattro facenti capo alla Bcc Valle Seriana, ivi inclusa la sede di Pradalunga).

Ecco i nominativi dei laureandi che si sono impegnati nella ricerca: **Mara Agazzi, Nicola Bonetti, Arianna Buonpane, Luca Colombo, Alberto Elia Denti, Elisa Manzoni, Viviana Marchi e Kimberly Salac.** ■

# “Finalmente una banca vicino alla sua gente”

**“**Il progetto di ricerca intrapreso per Bcc Bergamo e Valli - precisano gli stagisti dell'Università di Bergamo - si è svolto in un contesto critico, in cui numerose aziende si sono trovate nella condizione di respingere le candidature di tirocinio presentate da studenti dell'Università, costrette dall'attuale crisi economica a cercare di risparmiare su ogni fronte della loro attività.

In questa realtà è pervenuta la proposta della Bcc Bergamo e Valli, intermedia dalla Università, per intraprendere un'esperienza di tirocinio diversa dal consueto stage curricolare. Si è trattato di una ricerca di mercato nella quale abbiamo collaborato per la creazione di un questionario che è poi stato sottoposto alla clientela della Banca, al fine di rilevare il livello di soddisfazione dei servizi della stessa. Infine i dati raccolti sono stati elaborati e inseriti in un report finale.”

“Intraprendere questo lavoro di ricerca, iniziato a metà giugno e durato un mese - commentano gli otto studenti impegnati nello stage - si è rivelato un compito del tutto diverso dagli esami. Ha infatti richiesto diversi compiti e abilità nelle varie fasi della sua realizzazione, ma al tempo stesso è stato gratificante. Inoltre per noi studenti è stato molto interessante entrare in contatto con la realtà del credito co-

*“Abbiamo avuto il piacere di capire le finalità e gli sforzi che queste banche mettono in campo per il benessere del loro territorio e dei loro cittadini e abbiamo anche potuto ammirare la fedeltà e la riconoscenza degli stessi cittadini verso questi istituti”.*

**Luca**

*“Il rapporto con i dipendenti delle filiali si è rivelato molto positivo e stimolante, così come il rapporto avuto con i colleghi universitari. Un'ulteriore abilità sviluppata è infatti sicuramente quella della capacità di lavorare in gruppo, organizzando il lavoro in modo da poter trarre beneficio dalle competenze di ognuno”.*

**Mara**

*“È stato curioso osservare le più semplici operazioni allo sportello stando dall'altra parte, conoscere le persone che rendono ciò che diamo per scontato possibile. È stato davvero un onore lavorare, seppur per un brevissimo periodo, al fianco di persone tanto accoglienti quanto competenti”.*

**Alberto**

*operativo. Dalle interazioni avute con i clienti siamo stati piacevolmente sorpresi che la maggior parte di essi fosse, non solo soddisfatta della qualità dei servizi, ma anche affezionata alla propria banca e avesse addirittura instaurato dei legami personali con i dipendenti. Un altro elemento che ci ha colpito è che abbiamo percepito dei rapporti di forte fiducia tra i clienti e la propria banca, nonostante ci aspettassimo di riscontrare un leggero clima di scetticismo e sfiducia nel sistema bancario. Grazie all'impegno che Bcc Bergamo e Valli dimostra nella partecipazione attiva per il benessere del territorio, i clienti si dimostrano riconoscenti nei confronti di questo istituto, perché, a differenza di altre banche, anche i piccoli imprenditori e le ditte individuali assumono una certa rilevanza nel contesto locale.*

*Sicuramente non immaginavamo che in una banca si potesse respirare un clima così accogliente e familiare come quello in cui abbiamo avuto l'occasione di lavorare per alcune settimane. Questa esperienza ci ha fatto capire che ancor prima dei prodotti e dei tassi vantaggiosi non ci sono clienti, ma ci sono persone e curare i rapporti con esse e considerarne il lato umano, oltre che economico, è una strategia che si dimostrerà sicuramente vincente”. ■*