

# VISION

experian

**Experian  
Italia News**

N.2 - Marzo 2003

## **CartaSi - Experian: gestire in outsourcing elevati volumi di chiamate con tecnologia VOIP**

CartaSi S.p.A. nasce nel 1985 con il nome Servizi Interbancari e dà inizio alla trasformazione della carta di credito da "status symbol", riservato a pochi, a mezzo di pagamento di uso corrente, alla portata di tutti, destinato a sostituire gradualmente il denaro contante e gli assegni. Oggi, CartaSi è la carta di credito bancaria più diffusa in Italia (7,5 milioni di titolari) ed è accettata in tutto il mondo, grazie al collegamento con i circuiti internazionali Visa e MasterCard. Il marchio CartaSi vanta una notorietà amplissima e per questo Servizi Interbancari ha deciso di assumerlo come corporate name a partire dal 1° gennaio 2003.



Per rispondere alle richieste delle banche aderenti al circuito, CartaSi aveva la necessità di perseguire velocemente obiettivi di maggior flessibilità nell'assistenza telefonica alla clientela: elevando i livelli di servizio e contenendo i costi. A questo fine è stato deciso di associare al call center interno un Outsourcer, che in breve tempo creasse una struttura in grado di accogliere parte sostanziale dei flussi telefonici di CartaSi. In un solo mese, Experian® ha attivato, all'interno del suo Contact Center, 150 postazioni dedicate, che usufruiscono dei sistemi tecnologicamente avanzati di CartaSi grazie all'installazione a tempo record di un software di interfaccia in ognuna delle postazioni. L'impiego di tecnologie IVR di ultima generazione (DTMF e riconoscimento vocale) ha consentito una gestione ottimale del flusso di chiamate ed una sensibile riduzione dei tempi di attesa.

La vera sfida intrapresa è stata quella di gestire con tecnologia VOIP (Voice Over Internet Protocol) un elevato numero di chiamate ovvero la gestione della voce come un dato, soluzione che rivoluzionerà il mercato della telefonia pubblica nei prossimi anni. Questa sfida è stata vinta ed oggi CartaSi è la più grande realtà, in termini di volumi di VOIP nel mondo. Experian è andata oltre le richieste e gli standard producendo nel giro di pochi mesi "Livelli di Servizio" fra i più elevati nel mondo delle carte di credito: attualmente infatti Experian gestisce per conto di CartaSi ben oltre l'80% delle telefonate in entrata entro 20" di attesa, con una percentuale di chiamate perse inferiore al 2%. Il supporto di Experian consente oggi a CartaSi di offrire un Servizio Clienti eccellente, a costi altamente competitivi.

**ABI**  
ASSOCIAZIONE BANCARIA ITALIANA

**ABI Consumer Credit 2003: uno sguardo oltre confine per conoscere meglio il fenomeno frodi. Questo è il tema dell'intervento di Experian.**

L'incontro ABI organizzato in collaborazione con Assofin e dedicato al credito al consumo, si svolgerà a Roma il 26 e 27 Marzo 2003 presso Palazzo Altieri. Il convegno, intitolato "La gestione efficiente del portafoglio di credito al consumo" approfondirà diversi argomenti: dai nuovi intermediari specializzati, ai nuovi servizi e alle nuove strategie di fidelizzazione della clientela, ai nuovi approcci di marketing orientati al mantenimento del rapporto con il cliente anche dopo l'estinzione dell'operazione. La seconda giornata sarà dedicata al tema delle frodi ed al recupero crediti. Per Experian interverrà Fabio Tortora, direttore Marketing Strategico, che esaminerà il fenomeno frodi nel settore del credito al consumo, in un'ottica internazionale. Alla luce dell'esperienza acquisita da Experian, l'intervento evidenzierà come il successo nella lotta alle frodi sia determinato principalmente dalla condivisione delle informazioni e dall'adozione di strumenti preventivi all'avanguardia.

”La partnership con Experian - afferma il Responsabile del Contact Centre di CartaSi, Vittorio Papetti - ci ha consentito di ottenere, in tempi brevi, un netto miglioramento nei livelli di servizio, in termini di efficienza e di rapidità nella risposta. Un ottimo risultato, reso possibile anche grazie ai rapporti instaurati con i nostri partner. Il grande spirito di collaborazione e l’empatia, che caratterizzano il rapporto CartaSi/Experian, ci hanno infatti permesso di affrontare con entusiasmo, e superare, anche gli ostacoli che sembravano insormontabili. Uno spirito di squadra che ci permetterà di far fronte senza problemi a qualsiasi sfida.”

Per ulteriori informazioni rivolgersi a: [direzione.clienti@experian.it](mailto:direzione.clienti@experian.it)

## Constant Review versione web: un sistema di monitoraggio "user friendly"

La semplicità d’uso del web valorizza anche Constant Review, il prodotto a valore aggiunto creato da Experian per dare supporto ad attività di monitoraggio, nell’ottica della tutela del rischio di credito. Constant Review è recentemente approdato sul sito Experian dedicato ai servizi web e, in questa nuova versione, è stato già adottato da aziende clienti di vari settori, che ne hanno apprezzato la facilità d’utilizzo.

Il sito, protetto da sofisticati sistemi di sicurezza, è visibile solo ai clienti abilitati che dispongono di un accesso internet riservato. Constant Review, nella sua versione web, semplifica ulteriormente la gestione degli eventi segnalati dalle procedure di monitoraggio, rendendo i dati estratti graficamente più leggibili, efficaci ed immediati. L’accesso via web consente infatti una gestione dinamica e flessibile del servizio: i dati vengono visualizzati in un formato maggiormente user friendly (Microsoft Excel) e possono essere facilmente selezionati e stampati. Una serie di filtri di ricerca permette all’utente di effettuare selezioni avanzate tra le informazioni estratte, visualizzando i risultati ottenuti, sempre in formato Excel. Il sistema prevede inoltre la possibilità di copiare i dati estratti direttamente sul PC dell’utente, facilitando il processo di integrazione nel sistema informativo dell’azienda cliente. Se siete già utenti di Constant Review basterà richiedere al vostro Account di essere abilitati alla visualizzazione dei dati via web, nel caso non foste ancora utenti del servizio, potrete acquistarlo direttamente nella sua nuova versione.

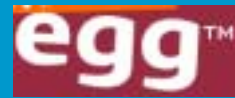
Per ulteriori informazioni rivolgersi a: [direzione.clienti@experian.it](mailto:direzione.clienti@experian.it)

## Identikit di una Loyalty Card? Ve lo disegna Experian Research

*Conoscenza del settore finanziario, esperienza nel direct marketing delle carte di credito, una struttura di ricerca per studiare le potenzialità di una carta di credito con servizi aggiuntivi*

Sempre più spesso le strategie aziendali si legano a programmi di fidelizzazione della clientela: anche le Utilities guardano alle carte di servizi come strumento strategico di customer loyalty. Un’importante azienda del settore sta valutando l’opportunità di ampliare la propria offerta e fidelizzare la clientela attraverso una carta a cui associare una serie di servizi a valore aggiunto. Dall’incontro di Experian Research con l’Azienda Cliente è nata l’idea di misurare le potenzialità della nuova offerta presso la clientela e di comprendere i benefici indotti dal servizio ipotizzato. La ricerca ha valutato le diverse opportunità di mercato in relazione alla gamma di servizi proposti e ai diversi segmenti di clientela, focalizzando l’attenzione sulle possibili configurazioni della nuova offerta e sulle conseguenti strategie di comunicazione e vendita.

## Egg card - Experian: acquisire clienti con le soluzioni integrate di Experian



Dopo un’esperienza di successo in Inghilterra, Experian supporterà ancora Egg, la prima banca online del mondo, per il lancio della carta Egg sul mercato francese. Egg si avvarrà delle soluzioni di credit scoring, application processing e “authorization routing” offerte da Experian, ottimizzando i processi d’acquisizione clienti con l’impiego di griglie di scoring personalizzate e attraverso un’accurata segmentazione del mercato. Experian gestirà inoltre i servizi di back office relativi alla carta attraverso il card processing center di Aix-en-Provence. John Shratz, Direttore Global Card Operation di Egg ha commentato: "Egg si è sempre impegnata per mantenere una posizione di leadership nell’online banking e nell’innovazione di servizio avvalendosi di partnership forti e di tecnologie all’avanguardia. Entrando sul mercato francese grande è stata la nostra soddisfazione nell’aver un partner come Experian. La sua expertise, la flessibilità delle soluzioni, la velocità del servizio, la stretta relazione instaurata sono stati i fattori chiave che ci hanno consentito di lanciare la carta rispettando pienamente la tabella di marcia.”

## Con il Consumer Bureau irlandese, si espande la rete dei Bureau Experian nel mondo



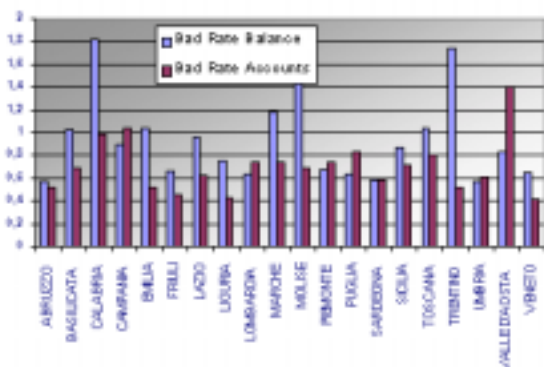
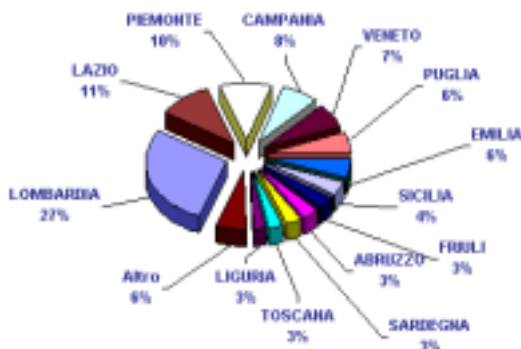
Experian ha recentemente lanciato sul mercato irlandese un nuovo Consumer Bureau, proponendosi come referente per aziende nazionali ed internazionali che intendono espandersi in Irlanda.

L'esperienza ed il know-how Experian nel Datamining e nel Modelling, hanno inoltre consentito di far interagire i dati di ricerca con altre informazioni su comportamenti e consumi, già presenti in azienda. Dall'integrazione dell'intero patrimonio informativo sono scaturiti indicatori sintetici relativi all'interesse e alla propensione verso la nuova offerta, che hanno contribuito a costruire un sistema informativo di marketing per "microaree". Il nuovo sistema informativo costituirà lo strumento di riferimento per lo sviluppo di azioni di direct marketing. Il progetto ha visto lavorare a stretto contatto il Management dell'Azienda Cliente ed esperti Experian del mondo finanziario, del direct marketing nonché la struttura operativa che ha sviluppato la ricerca quantitativa.

Per ulteriori informazioni rivolgersi a: [direzione.clienti@experian.it](mailto:direzione.clienti@experian.it)

## Prodotti Revolving: geodistribuzione e tasso di insolvenza dal Credit Bureau Experian

Vi illustriamo, di seguito, uno spaccato della distribuzione sul territorio nazionale relativa ai prodotti revolving erogati tra il 1999 ed il 2002. I grafici sono stati elaborati sulla base dei dati contenuti nel Credit Bureau di Experian ed evidenziano anche l'andamento delle insolvenze nelle varie regioni italiane. Bad Rate Balance e Bad Rate Accounts sono indici che mostrano rispettivamente il tasso d'insolvenza in relazione agli euro finanziati ed il tasso d'insolvenza relativo al numero di contratti accesi. Il mercato dei prodotti revolving è in una fase di costante e rapida espansione, infatti differentemente dal classico prestito personale o finalizzato, il revolving estende il ciclo di vita del contratto, vincolando il cliente per un periodo di tempo potenzialmente indeterminato. Per gestire in modo profittevole un prodotto revolving è necessario avvalersi di strumenti e metodologie che consentano di beneficiare dei vantaggi del finanziamento rotativo, limitando contemporaneamente il rischio di insolvenza. Anche in questo campo Experian è in grado di fornire una vasta gamma di soluzioni capaci di ottimizzare le attività di accettazione (Delphi) e i processi di monitoraggio (Constant Review e Mida).



Per ulteriori informazioni rivolgersi a: [direzione.clienti@experian.it](mailto:direzione.clienti@experian.it)

Il nuovo Bureau, oltre a dare accesso ad un'ampia gamma di informazioni sui consumatori, sarà integrato con strumenti di scoring e supporti decisionali Experian. Tra le numerose fonti informative: liste elettorali, protesti, dati pregiudizievole, fallimenti, connessioni ad indirizzi, ecc. Experian ha infatti incrementato la capacità di incrociare e verificare indirizzi attraverso l'introduzione di files contenenti informazioni georeferenziate. Società di credito immobiliare, banche, aziende del settore retail, compagnie che commerciano in internet e finanziarie usufruiranno delle informazioni del Consumer Bureau per supportare i loro processi decisionali. Richard Fiddis, Chief Operating Officer di Experian e Chairman di Experian Irlanda commenta: "Il lancio del Consumer Bureau irlandese costituisce un importante passo avanti nel mercato internazionale del credito al consumo e sottolinea il nostro impegno nel perseguire una strategia di investimenti che contribuiscano ad un'espansione globale del nostro business legato al credito".

Ulteriori Informazioni su: [www.experian.com](http://www.experian.com)

## Standard Life Bank: potenziare i sistemi anti-frode con le soluzioni a valore aggiunto di Experian



Standard Life Bank, sussidiaria di Standard Life Assurance Company utilizzerà le soluzioni Experian per potenziare i propri sistemi di prevenzione della frode e customer management in Gran Bretagna. Oltre ai servizi di application processing, scoring e strategy management, Standard Life Bank impiegherà il sistema Detect per identificare in tempo reale le richieste di finanziamento potenzialmente fraudolente.

## Codice Deontologico: una lunga attesa

Sono ormai trascorsi più di due mesi dall'ultimo incontro tra l'ufficio del Garante le Centrali Rischi e le associazioni degli operatori economici e ancora viviamo una fase di attesa col rischio che crescano i dubbi e le preoccupazioni. Ma qual è il corretto atteggiamento in questa fase di transizione? Nella definizione delle modalità di accesso al Credit Bureau Experian il provvedimento è già di per sé pienamente esaustivo sia per ciò che concerne gli ambiti di applicazione, sia per il richiamo al Codice Deontologico che farà chiarezza su tutta una serie di aspetti evidenziati come materia oggetto di regolamentazione a "tutela" del consumatore. Experian ha assolto ai suoi obblighi di risposta puntuale al Garante e di avvio delle attività di adeguamento del servizio e non ha ricevuto alcun tipo di rilievo negativo. In tal senso riteniamo infondata, ad oggi, qualsiasi preoccupazione legata alla possibilità di un utilizzo improprio delle informazioni messe a disposizione degli utenti. Experian sta inoltre monitorando la situazione, mantenendo costante contatto con l'ufficio del Garante, con le Associazioni degli utenti (in particolare Assofin e ABI) e soprattutto fornendo il massimo dell'informazione ai suoi Clienti che, da oggi, potranno anche indirizzare quesiti, suggerimenti e altri tipi di richieste ad un apposito indirizzo e-mail: [codice.deontologico@experian.it](mailto:codice.deontologico@experian.it).

Sul fronte dei rapporti col consumatore, Experian ha provveduto ad implementare una serie di nuovi processi di Customer Service per una gestione efficiente, rapida e in linea con le normative per rispondere delle richieste di chiunque necessiti di informazione relativamente alle modalità di trattamento dei dati personali e di tutela dei diritti in termini di conservazione e circolazione dei dati personali. Il personale di Customer Service gestisce puntualmente ogni richiesta e spesso dialoga direttamente col consumatore soprattutto a tutela e difesa delle Aziende utenti del servizio di Credit Bureau. Cosa c'è dietro l'angolo? Dati i tempi necessari alla convocazione del tavolo di discussione sul Codice Deontologico, c'è da attendersi una conclusione dell'iter non prima dell'estate 2003. Nel frattempo un team di lavoro sta sviluppando una serie di progetti volti ad assicurare che anche a fronte di una versione estremamente restrittiva del Codice Deontologico, tutti i prodotti e servizi di Experian, dal Credit Bureau al Delphi, dal Detect al Mida e via dicendo, rispettino i requisiti di totale affidabilità ed efficacia evitando impatti anche minimali sugli attuali processi di valutazione e prevenzione in uso presso i propri Utenti.

Per informazioni rivolgersi a: [codice.deontologico@experian.it](mailto:codice.deontologico@experian.it).

La newsletter di Experian Italia è edita da  
Direzione Marketing & Communication (T: 06 724221 - F: 06 72422480)  
Questa pubblicazione è destinata esclusivamente alla comunicazione aziendale e non costituisce prodotto editoriale ai sensi della L.62/2001.

Per richiedere l'iscrizione alla newsletter o per cancellare il proprio indirizzo dalla mailing list inviare un'e-mail di richiesta a: [mktg&com@experian.it](mailto:mktg&com@experian.it)

Experian è un marchio registrato sia nei Paesi UE che in altri Paesi ed è proprietà di Experian Ltd e di organizzazioni ad essa associate.

**EXPERIAN THE GLOBAL BUSINESS SOLUTIONS COMPANY**

[www.experian.com](http://www.experian.com); [www.experian.it](http://www.experian.it)