



ISYBANK: UN DISASTRO NON RICHIESTO

La nascita della nuova banca digitale del gruppo Intesa Sanpaolo prevede il passaggio di più di 2 milioni di correntisti alla nuova Isybank.

I primi effetti di questa manovra unilaterale non sono virtuali ma concreti: allo scadere dei termini per comunicare il proprio dissenso, al contrario di quanto dichiarato dai vertici della Banca, molta parte della clientela interessata sta intasando le linee telefoniche del servizio clienti e si presenta nelle filiali per contrastare il passaggio.

I messaggi inviati su app, spesso passati sottotraccia poiché inoltrati nel periodo estivo come da migliore tradizione, erano rivolti a clienti individuati sulle basi di caratteristiche di operatività in self tramite canali digitali e sono stati seguiti da una mail (a ridosso della scadenza della possibilità di esprimere il diniego o in data immediatamente successiva) che semplicemente invitava i suddetti clienti a scaricare l'applicazione della loro nuova banca.

Qualcuno quindi se n'è accorto così, qualcun altro bazzicando sui social, qualcuno con il passaparola di amici. Superiamo però i metodi di comunicazione, seppur di importanza primaria per una Banca che fa proclami sulla "cura delle persone e della relazione" come obiettivo centrale per la crescita dell'azienda e del tessuto socioeconomico nel quale opera.

Entrando nel merito della selezione della clientela destinata alla nuova banca digitale si rileva la presenza di conti correnti intestati a più soggetti, di cui magari uno solo è assiduo utilizzatore dei canali online, laddove la possibilità di aprire un conto cointestato in Isybank non esiste per una coppia di potenziali clienti che non provengano da Intesa Sanpaolo.

Inoltre, a fronte di un passaggio che avverrà a marzo del 2024, il cliente ha avuto tempo per negare il passaggio solo fino al 30 settembre 2023. Si prospetta quindi un periodo limbo di sei mesi, durante il quale alcune operazioni verranno progressivamente inibite, creando inevitabili disservizi.

Parallelamente, le pressioni di vendita su questi clienti sono completamente cessate, non per magnanimità, ma banalmente perché non si sa come potrà essere gestito un prodotto non ricompreso nella gamma dei servizi di Isybank.

Sono cominciate però altre pressioni, dirette ai dipendenti, colpevoli di non manifestare sufficiente entusiasmo per un progetto insensato: il verbo calato dall'alto invita ad accompagnare i clienti verso il loro destino senza frapporre ostacoli od esprimere dubbi.

Le istruzioni pervenute alle filiali sono transitorie e in continuo aggiornamento, tanto che dare risposte certe e definitive è affare da maghi e indovini più che da bancari.

Questo esaspera il dialogo con una clientela che si sente “scaricata” da una banca che, sul proprio sito vetrina, pubblicizza ancora un conto a zero spese per i giovani e propone a chi ha più di 35 anni un forte sconto per l’apertura di un nuovo conto.

Il messaggio è fortemente contraddittorio: mentre si accredita come banca inclusiva e attenta ai criteri etici, all’avanguardia nel contrasto alle discriminazioni, l’azienda non fa altro che segmentare la clientela, tra una serie A meritevole di consulenza diretta e gestione personalizzata ed una serie B abbandonata al fai da te perché poco redditizia.

I colleghi, intanto, si arrabbatano come possono: fioriscono così iniziative fantasiose per chiudere i rapporti oggetto di trasferimento e riaprire nuovamente il conto Intesa Sanpaolo, semplicemente cambiando IBAN e mantenendo le condizioni economiche per il cliente tutto sommato invariate.

Come sempre chi è in prima linea si spende nel gestire l’exasperazione della clientela, a fronte di queste iniziative manageriali perniciose: ne va della tenuta della banca e della sua credibilità. Il peso di questo lavoro aggiuntivo ricade però sulle solite filiali superstiti, in crisi per la mancanza di adeguate risorse e bistrattate per il loro anacronismo rispetto alla BANCA DEL FUTURO.

C.U.B.-S.A.L.L.C.A. Gruppo Intesa Sanpaolo

www.sallcacub.org

sallca.cub@sallcacub.org

<http://www.facebook.com/SALLCACUB>

f.i.p. 12.10.2023