

## **Umpqua Bank**

*Scritto da Fabrizio Valente e Neil Stern*

Una banca americana in stile flagship store

*Per gentile concessione di [www.mymarketing.net](http://www.mymarketing.net)*

Una banca fortemente legata al territorio lancia un flagship store che usa sistemi high tech, include un internet café dove scaricare musica e offre anche l'acquisto di raffinati oggetti e accessori

Umpqua Bank è una banca americana che punta sulla creazione di un forte legame con le comunità locali. Non a caso si è scelta come nome quello di una delle tribù degli Indiani d'America della zona, e molte iniziative sono dedicate al territorio (come Local Hero, pagina web dedicata a personaggi locali nominati affettuosamente "eroi" per il modello positivo che rappresentano). Il gruppo bancario, che ha oltre 130 filiali in 3 stati, sta sperimentando con successo un progetto fortemente innovativo: la filiale che diviene una vera e propria area Retail a tutto tondo, in cui si offrono prodotti e servizi finanziari e assicurativi in ambienti che richiamano l'atmosfera dei coffee-bar, vivacizzata da numerose iniziative sociali e culturali.

Un'area è anche dedicata alla vendita di raffinati oggetti e accessori, spesso di fornitori locali, oltre che prodotti a marca Umpqua. L'assortimento viene rinnovato ogni tre mesi per rendere dinamico l'ambiente e legarsi alla stagionalità. Ad esempio a Natale sono offerti buoni regalo in partnership con Visa. Umpqua ha affidato la progettazione del suo flagship store allo stesso studio che ha progettato la sede di Nike, il Thompson Vaivoda & Associates. Il design fresco e accattivante, con una grafica ed espositori molto più vicini al mondo Retail che a quello bancario, oltre a ricevere il riconoscimento dell'Industrial Design Excellence Award, ha valorizzato lo spazio a tal punto da spingere i clienti a entrare e soffermarsi in banca piuttosto che utilizzare gli sportelli automatici anche per le operazioni più banali.

L'ingresso ricorda più la hall di un hotel che un istituto finanziario, e si affaccia sull'area Internet Café, con connessione wireless per poter effettuare operazioni mentre si sorseggia un caffè di marca Umpqua e si sfoglia una rivista seduti in una poltrona. L'area è dotata anche di schermi al plasma per vedere gli andamenti finanziari, ma anche restare informati sugli eventi e le iniziative della comunità. Sotto il profilo tecnologico Umpqua Bank sta sperimentando con Microsoft soluzioni tecnologiche che possano potenziare il nuovo concept rendendo più fluida l'esperienza dei clienti. Ad esempio è possibile far inviare dal proprio palmare o dal cellulare un messaggio al momento dell'ingresso, di modo che gli impiegati possano già cominciare ad aprire la schermata del conto del cliente, velocizzando procedure di accesso e operazioni.

L'innovazione del concept si è sviluppata in parallelo con una forte segmentazione dell'offerta di pacchetti rivolti a target specifici (giovani, terza età...) che però superano la struttura dei tipici servizi bancari includendo proposte come serate gratuite al cinema, corsi di yoga, corsi di perfezionamento per i lavori casalinghi.

La banca consente anche l'uso dei suoi spazi oltre l'orario di chiusura per incontri legati sia all'ambito finanziario (incontri tra investitori, seminari su come comprare l'arte, ecc.) sia a eventi culturali (letture di poesie, ecc.). Grazie al programma Discover Local Music (Scopri la Musica Locale) ogni nuovo cliente può scaricare alcune canzoni da un ampio catalogo di band locali e creare su CD la propria compilation. Inoltre il programma aggiorna i clienti di Portland sui concerti in programma in città attraverso l'uso di uno schermo all'interno della banca.

Il successo della banca sta facendo accelerare il piano di nuove aperture, e per i piccoli centri è stato recentemente lanciato un nuovo format, più piccolo, flessibile, veloce da costruire (45 giorni invece di 120).



Fonte foto: Umpqua Bank e McMillan Doolittle, per gentile concessione mymarketing.net

*Fabrizio Valente: Partner Kiki Lab*  
*Neil Stern: Partner McMillan Doolittle*