



DIMENSIONE CLIENTE 2014

Dal web alla filiale: l'engagement dei Clienti e della Rete

GIUSEPPE D'ANTONIO

Responsabile Canali Diretti UBI Banca

Roma, 9 Aprile 2014

UBI  **Banca**

Il mondo sta cambiando in fretta

60%

degli italiani che possiede un cellulare ha uno smartphone



15%

degli italiani possiede un tablet



17%

aumento annuo degli utenti attivi sul web tramite mobile



74%

italiani che utilizzano il web lo usa per confrontare i prezzi



60%

italiani che individuano sul web i punti fisici dove fare l'acquisto



Il percorso di UBI Banca: dalla filiale al web...

Da un modello filiale-centrico...

...a un modello "misto"



ACQUISTA QUI
i nostri prodotti, anche con
**Firma Digitale Remota: senza carta
e senza andare in filiale!**



E' facile, comodo e conveniente!

ACQUISTA ONLINE ▶

Il 20.10.11 il Gruppo UBI Banca ha aperto la sua piattaforma di **Remote Selling**, accessibile da ubibanca.com e dall'area riservata dell'internet banking

| Filiati in Italia | | 1.732 | | | |
|--|-----|--|-----|----------------------------------|----|
| UBI Banca Spa | 3 | Banca Popolare Commercio e Industria Spa | 219 | Banca di Valle Camonica Spa | 66 |
| Banca Popolare di Bergamo Spa | 358 | Banca Regionale Europea Spa | 256 | UBI Banca Private Investment Spa | 25 |
| Banca di Brescia Spa | 322 | Banca Popolare di Ancona Spa | 220 | Centrobanca Spa | 6 |
| Banca Popolare Commercio e Industria Spa | 219 | Banca Carime Spa | 255 | IW Bank Spa | 2 |

...cambiando anche il modo di comunicare!

Dalla comunicazione tradizionale...

MATERIALE
POP

STAMPA

RADIO

TV

AFFISSIONI
E DINAMICA

EVENTI

...al web marketing!

SEM

AFFILIATION

RETARGETING

DISPLAY

RICH MEDIA

VIDEO

FACEBOOK

L'esempio della campagna TV 2013

Dalla comunicazione tradizionale...

...al web marketing!



Allestimento filiali



3.500 spot TV, nazionali e locali



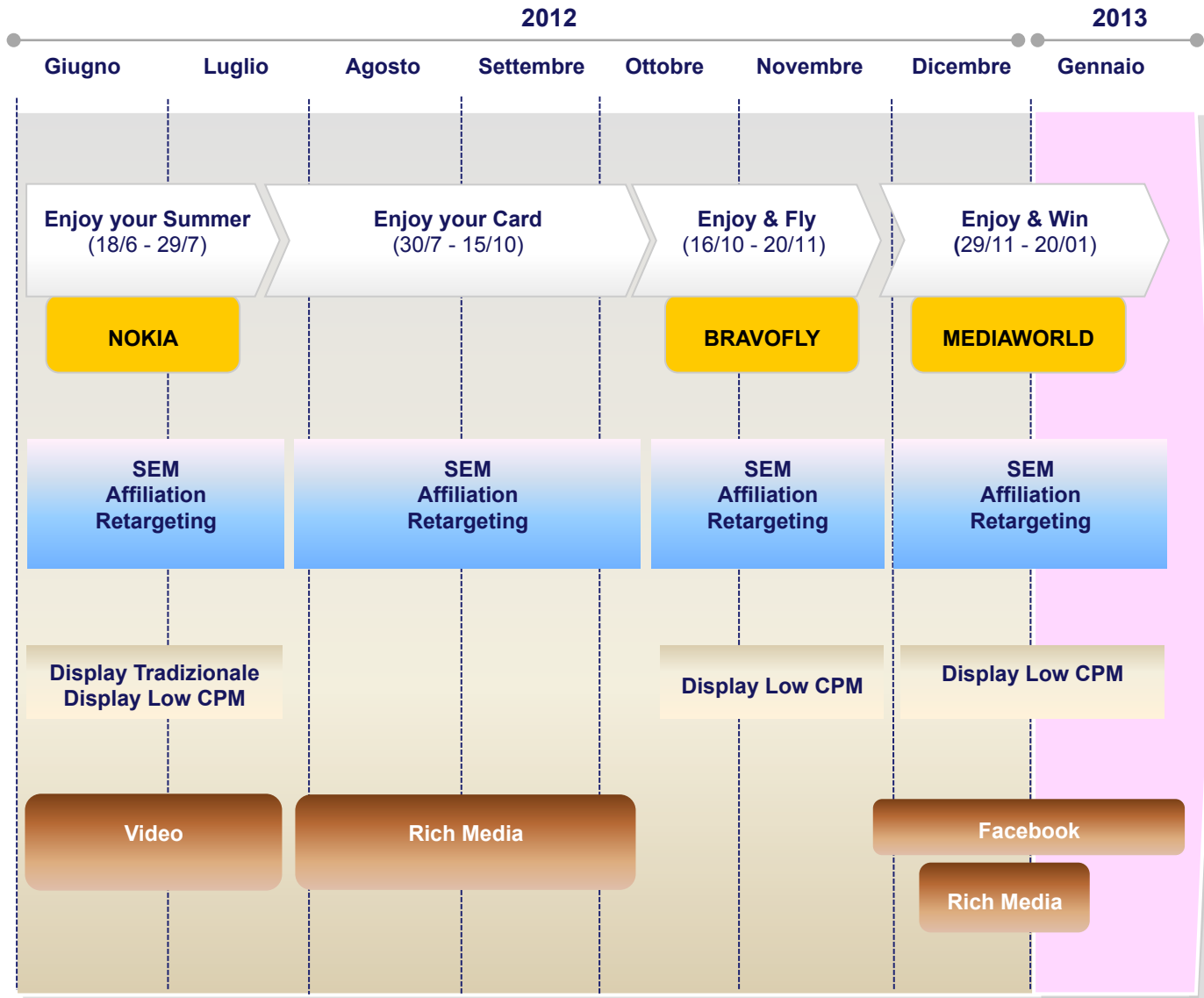
ca 700 spot radio



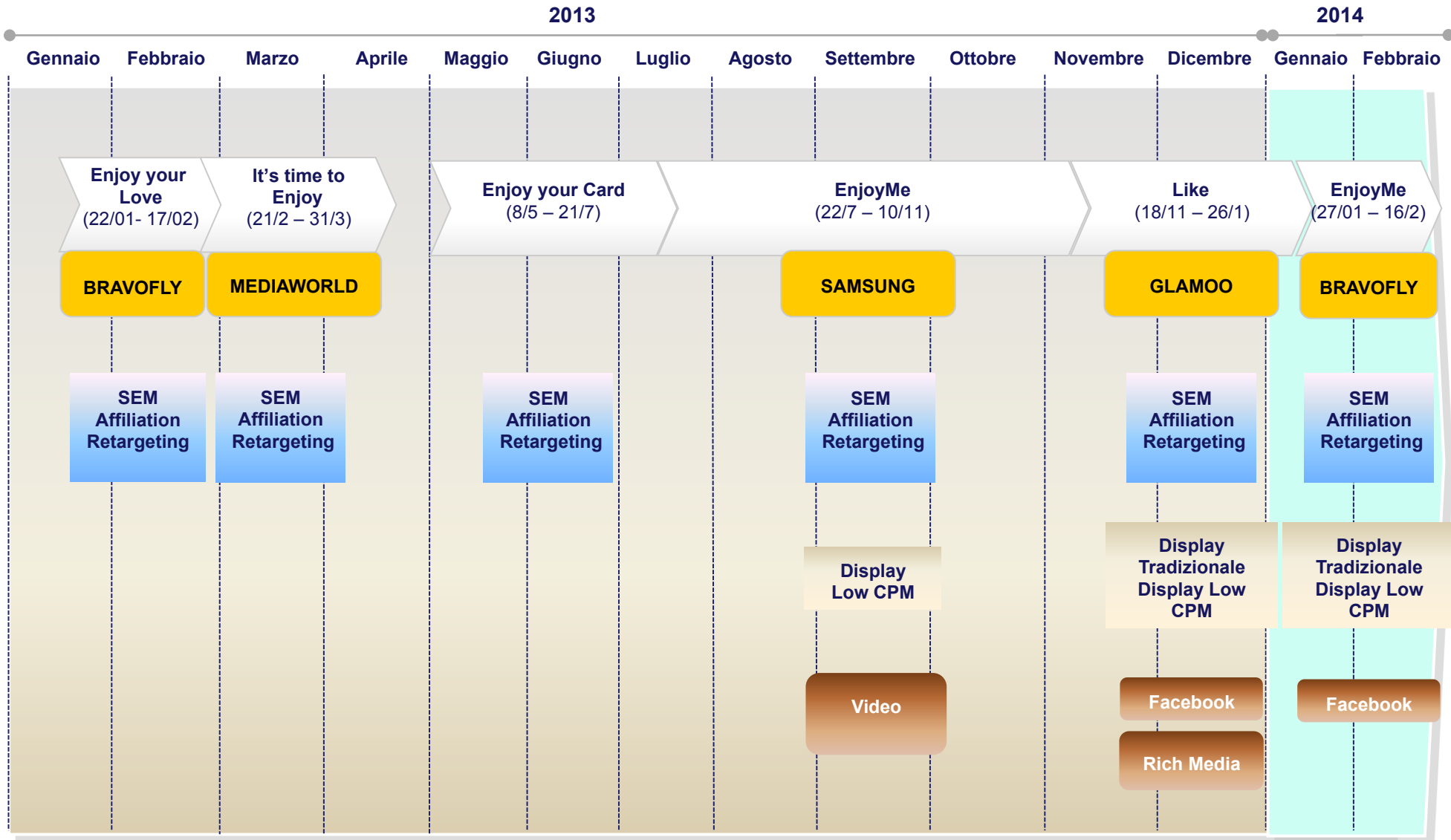
120 annunci



Il web marketing a supporto del Remote Selling (1 di 2)



Il web marketing a supporto del Remote Selling (2 di 2)



Un mood pensato per il web: dinamico, accattivante, giovane...

2012

2013

2014

Giu Lug Ago Set Ott Nov Dic

Gen Feb Mar Apr Mag

Giu Lug Ago Set Ott Nov Dic

Gen Feb

1

Enjoy Your Summer!

SOTTOSCRIVI ONLINE CARTA ENJOY A CONDIZIONI ESCLUSIVE!

- Zero € per la quota di emissione
- Zero € per il canone mensile fino al 31.12.2013
- Zero € per il canone mensile dell'Internet banking Qui UBI
- 1.000 punti Formula UBI
- Partecipi al concorso per vincere un Nokia Lumia 910

RICHIEDILA SUBITO

1

Enjoy your love

SCEGLI CARTA ENJOY... E VINCI UN ROMANTICO WEEKEND CON IL TUO AMORE!

Richiedi carta Enjoy online entro il 17 febbraio: valida per le condizioni esclusive! In più, partecipi all'estrazione di 100 romantici weekend in una città a scelta fra Parigi, Praga, Roma, Venezia o Vienna!

RICHIEDILA SUBITO

3

Enjoy Your Card!

Prenota online con carta Enjoy!

RICHIEDILA SUBITO

2

Enjoy Your Card!

Prenota online con carta Enjoy!

RICHIEDILA SUBITO

3

ENJOY & FLY

Con carta Enjoy puoi vincere un favoloso WEEKEND IN UNA CITTÀ EUROPEA!

RICHIEDILA SUBITO

2

It's time to Enjoy!

RICHIEDI ONLINE CARTA ENJOY FINO AL 31 MARZO 2013 IN PALLO PER TE BUONI ACQUISTI!

RICHIEDILA SUBITO

5

do you like?

Like: la carta prepagata che piace!

RICHIEDILA SUBITO

2

Enjoy Your Card!

Prenota online con carta Enjoy!

RICHIEDILA SUBITO

4

Enjoy & Win

CARTA ENJOY FA PIÙ REGALO IL TUO NATALE! Richiedi online carta Enjoy e ricevi un buono acquisto MandoWorld da 25€!

RICHIEDILA SUBITO

4

EnjoyMe: i tuoi ricordi più belli sempre con te!

RICHIEDILA ONLINE E PARTECIPA AL CONCORSO

1

EnjoyMe: porta il tuo amore sempre con te!

Solo online -50%

per San Valentino

RICHIEDILA SUBITO ONLINE E PARTECIPA AL CONCORSO!

...strizzando l'occhio a Facebook, in attesa del "grande passo"!

facebook UBI Banca

Enjoy & Win

Scopri come si gioca

Gioca con carta Enjoy e scopri subito se hai vinto!

CLAUDIA

I MIEI AMICI

GIANNI MATERA

SILVIA BEBER

MARCO GELMETTI

DANIELA CIATTAGLIA

VUOI AUMENTARE I TUOI BONUS? INVITA I TUOI AMICI!

RIEPILOGO GIOCO

BONUS PACCO REGALO: 2

BONUS AMICI INVITATI: 1

PARTITE GIORNALIERE: 5

PARTITE DA GIOCARE: 7

In palio per te buoni acquisto **Media World** da 25 € e un super premio finale per chi apre più pacchi!
E se richiedi carta **Enjoy online**, hai condizioni esclusive fino al 31.12.2013 e ricevi altri 25 € in buoni acquisto **Media World**

CLASSIFICA DEI PACCHI APERTI

SCOPRI I VINCITORI

Come richiedere carta Enjoy | Regolamento

facebook

do you like?

Dicci cosa ti piace e scopri subito che tipo sei: nerd? Shopping addicted? Traveller? Trendsetter?

Scopri con il game più cool di Facebook!

Inizia il test!

Pensi di sapere come sono i tuoi o invitati e scopri subito!

62.596 persone consigliano questo. Sei il primo a

facebook UBI Banca

EnjoyMe: porta il tuo amore sempre con te!

A San Valentino gioca con EnjoyMe!
Scopri le coppie affini e sfida i tuoi amici!

CLAUDIA

I MIEI AMICI

GIANNI MATERA

SILVIA BEBER

MARCO GELMETTI

DANIELA CIATTAGLIA

VUOI AUMENTARE I TUOI BONUS? INVITA I TUOI AMICI!

RIEPILOGO GIOCO

BONUS PACCO AMORE: 2

BONUS AMICI INVITATI: 5

PARTITE GIORNALIERE: 1

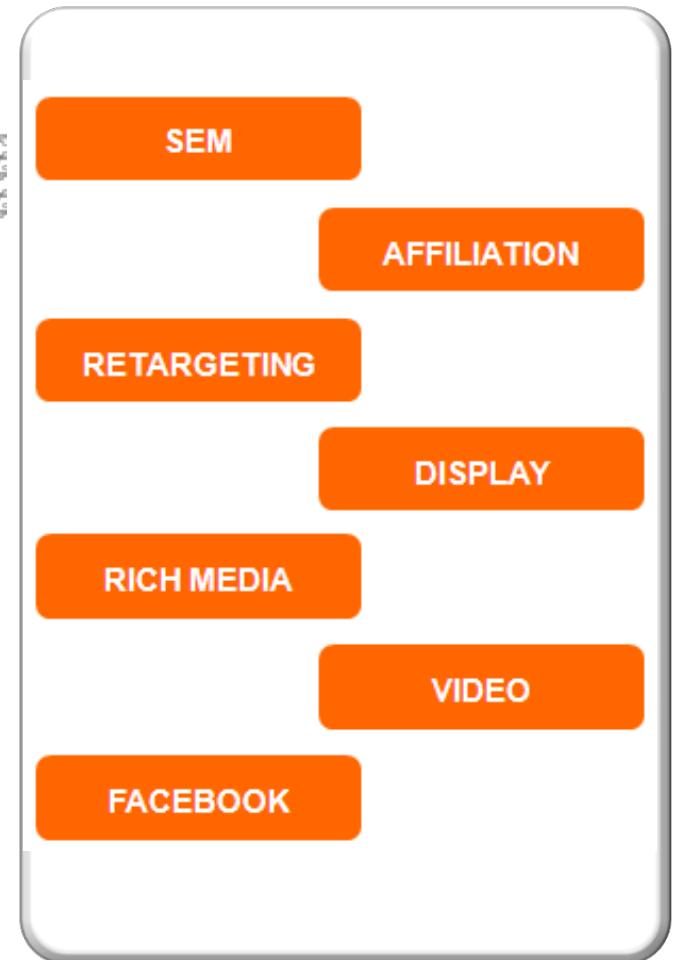
PARTITE DA GIOCARE: 8

Guarda la classifica

Vuoi vincere un fantastico weekend in una capitale europea? Scopri come fare!



Dal web alla filiale...come ottimizzare la filiera? (1 di 2)



Dal web alla filiale...come ottimizzare la filiera? (2 di 2)



Punti di forza

- Completezza offerta
- Performance servizi
- Semplicità dell'utilizzo
- Supporto Clienti (chat e n. verde)
- User experience innovativa
- Grafica distintiva
- Efficaci iniziative promozionali profilate



Ambiti di miglioramento

- Ulteriore arricchimento funzionale
- Valorizzazione funzioni di sicurezza
- **Rete poco informata e diffidente**

La formazione e il coinvolgimento della forza vendita diventano quindi un **fattore strategico di successo!**

Ecco perché il Gruppo ha lanciato nel 2013 due importanti iniziative per valorizzare la Banca Multicanale e la Monetica del Gruppo:

1

ROADSHOW

2

PROMOTER

Il Roadshow Multicanalità & Monetica: obiettivi



Il Roadshow ha rappresentato un importante momento di **formazione, condivisione e valorizzazione** con la Rete dei temi della Multicanalità e della Monetica allo scopo di:

- **condividere il modello** strategico di Banca Multicanale UBI Banca;
- **consolidare awareness/engagement** sugli obiettivi della Banca Multicanale;
- **formare la filiera** commerciale per una costante, solida e maggiormente proattiva proposizione commerciale ai Clienti di tutti i servizi/prodotti della Banca Multicanale;
- **sfatare alcuni falsi miti** sulla Multicanalità (es. la “virtualizzazione” della relazione impoverisce il ruolo della filiale,...);
- **raccogliere feedback** circa eventuali ambiti di miglioramento percepiti dalla Rete nel confronto quotidiano con i Clienti.

Qui UBI



UBI > Banca

L'iniziativa in sintesi (1 di 2)

1

COSA: sessioni formative e innovative su offerta e servizi di Multicanalità e Monetica (“edu-entertainment”) + e-learning per tutta la Rete + estrazione premi

2

PERCHE': contestualizzazione nuova società “digitale”, diffusione competenze, illustrando l’offerta di prodotti e servizi di Multicanalità e Monetica, “falsi miti” da sfatare

6

CHI: ca 120 persone a evento (tranne a **BG, BS e RO** dove i partecipanti sono stati ca **240 e MI 360**) fra selezione Gestori Retail e componenti MM Team, componenti delle Direzioni Territoriali, Private e Corporate Banker, rappresentanti team Pricing e Pianificazione, Account Retail e Unity

5

COME: 9 eventi (anche cross-Banca) in **location** esterne alla Banca **allestite** con immagine coordinata e supporti audio-visivi (proiezione video/documenti)

4

QUANDO: mesi di **Giugno e Settembre 2013**

3

DOVE: principali città con forte presenza storica del Gruppo:

Bergamo, Brescia, Milano, Roma, Ancona, Torino, Genova, Bari e Cosenza



Il Roadshow in sintesi (2 di 2)



UBI Banca



PROGRAMMA

- 13.30 Accoglienza e Registrazione
- 14.00 Saluto di benvenuto e apertura dei lavori
- Prima Sessione:**
"La trasformazione digitale in atto: una vera rivoluzione!"
"C'era una volta il contante"
"Dove siamo oggi"
"UBI Banca e Mastercard: una partnership di successo"
- 15.30 **Siete pronti per il futuro? Inizia la sfida!**
- 15.45 **Seconda Sessione:**
"L'offerta multicanalità di UBI Banca"
"L'offerta monetica di UBI Banca"
"Banca multicanale e monetica: dove stiamo andando"
- 16.45 **Siete pronti per il futuro? La sfida finale!**
- 17.00 Cocktail



1.800

n. dei colleghi coinvolti nelle tappe del Roadshow



90%

% dei colleghi che ha assegnato un giudizio buono o eccellente



I Promoter Banca Multicanale: obiettivi e modalità di engagement



I promoter hanno il compito di **promuovere con una nuova “modalità disruptive”** in filiale:

- la sottoscrizione e l'utilizzo degli **internet banking** del Gruppo UBI Banca (Qui UBI, Qui UBI Affari, Qui UBI Imprese);
- la sottoscrizione e l'utilizzo di tutte le tipologie di **carte** di debito, credito e prepagate;
- l'utilizzo del **mobile banking** (tablet e smartphone, app e m-site);
- l'utilizzo dell'**ATM Evoluto** (ove presente)



Come?



- **Azione proattiva sui clienti** che entrano con flusso spontaneo in filiale (anche coinvolgimento clientela in coda per operazioni cassa)
- **Sensibilizzazione dei Gestori** affinché invitino il Cliente a rivolgersi al Promoter
- **Contatto telefonico** su clienti target (es. non titolari internet banking e/o carte)
- **Contatto telefonico del Servizio Clienti** su clienti target con obiettivo di fissare appuntamento in filiale (es. a marginalità inferiore del punto precedente)

Promoter Banca Multicanale in sintesi

1

43 Promoter dedicati a proposizione proattiva commerciale Banca Multicanale, 78 Filiali coinvolte in 6 mesi di attività

2

3 giorni di formazione commerciale/tecniche di vendita/motivazionale + 2 giorni stage procedure sottoscrizione prodotti per Promoter

6

Concorso a premi per Clienti instant win + estrazione finale

5

Offerta Commerciale ad hoc su internet banking, carte di debito, prepagate, credito e POS



3

Postazione dedicata, con allestimento cartotecnico/ leaflet/post it in tutta la Filiale

4

Dotazione high tech per ogni Promoter: tablet e laptop

6

prodotti “multicanale” al giorno collocati dai Promoter nei primi cinque mesi di attività (ottobre 2013 – febbraio 2014)

...and the best

is yet to come

(but we have more work to do)