

# La centralità del Pricing per una gestione evoluta della Customer Experience

ABI – Dimensione Cliente 2014

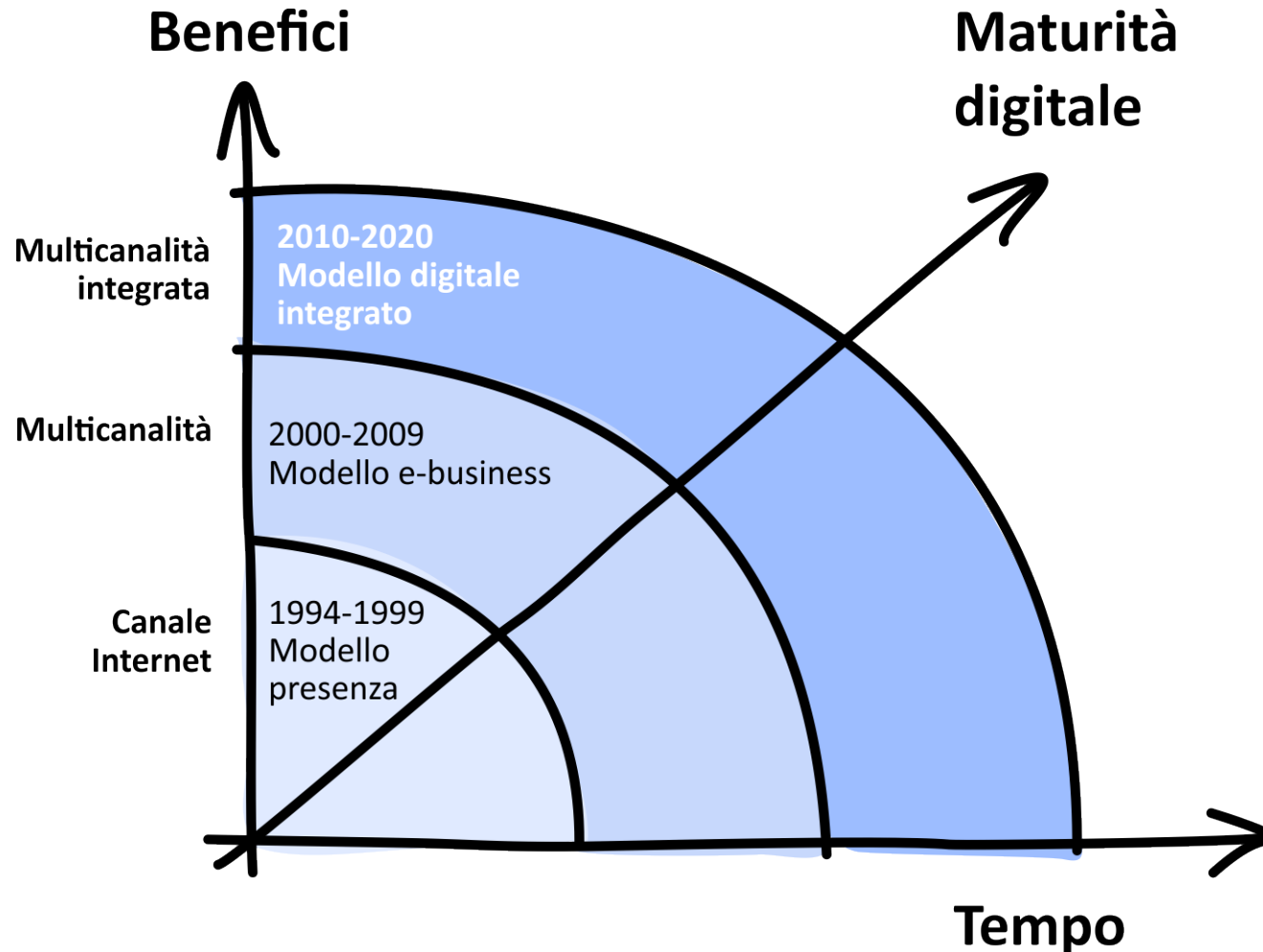
Roma, 8 Aprile 2014

# Agenda

---

- **Il contesto di mercato**
  - La centralità del Pricing
  - Come sfruttare le potenzialità del Pricing

# Lo scenario digitale è cambiato



- Il digitale costituisce il **cuore della relazione** con il Cliente e **della strategia** della banca
- Rinforzo delle capacità esecutive e integrazione delle capacità digitali all'interno della banca



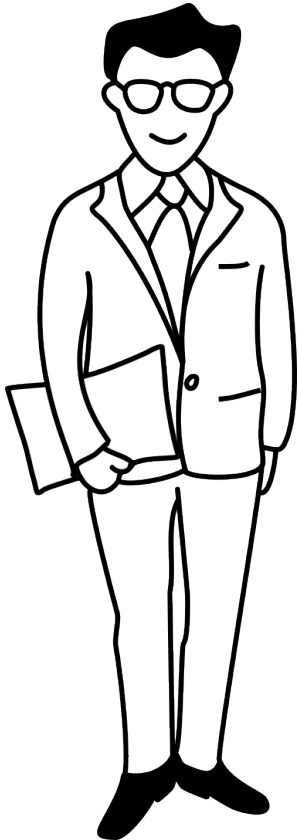
- Strategia digitale chiara e coerente con la strategia globale
- Integrazione dell'organizzazione digitale



- Risposta a questioni di marketing e comunicazione
- Attività gestite in maniera eterogenea all'interno dell'organizzazione

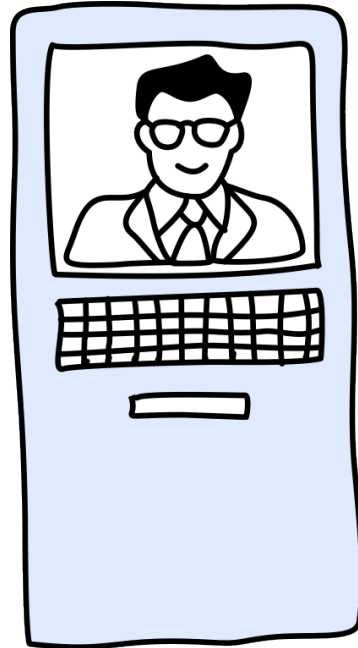
# Si sperimentano nuove forme di Customer Experience

**Filiale**



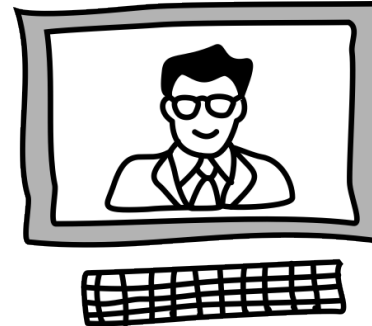
**Lancio di flagship  
e concept store**

**ATM**



**Lancio di ATM  
interattivi in  
videoconferenze  
con Gestori**

**Social Media**



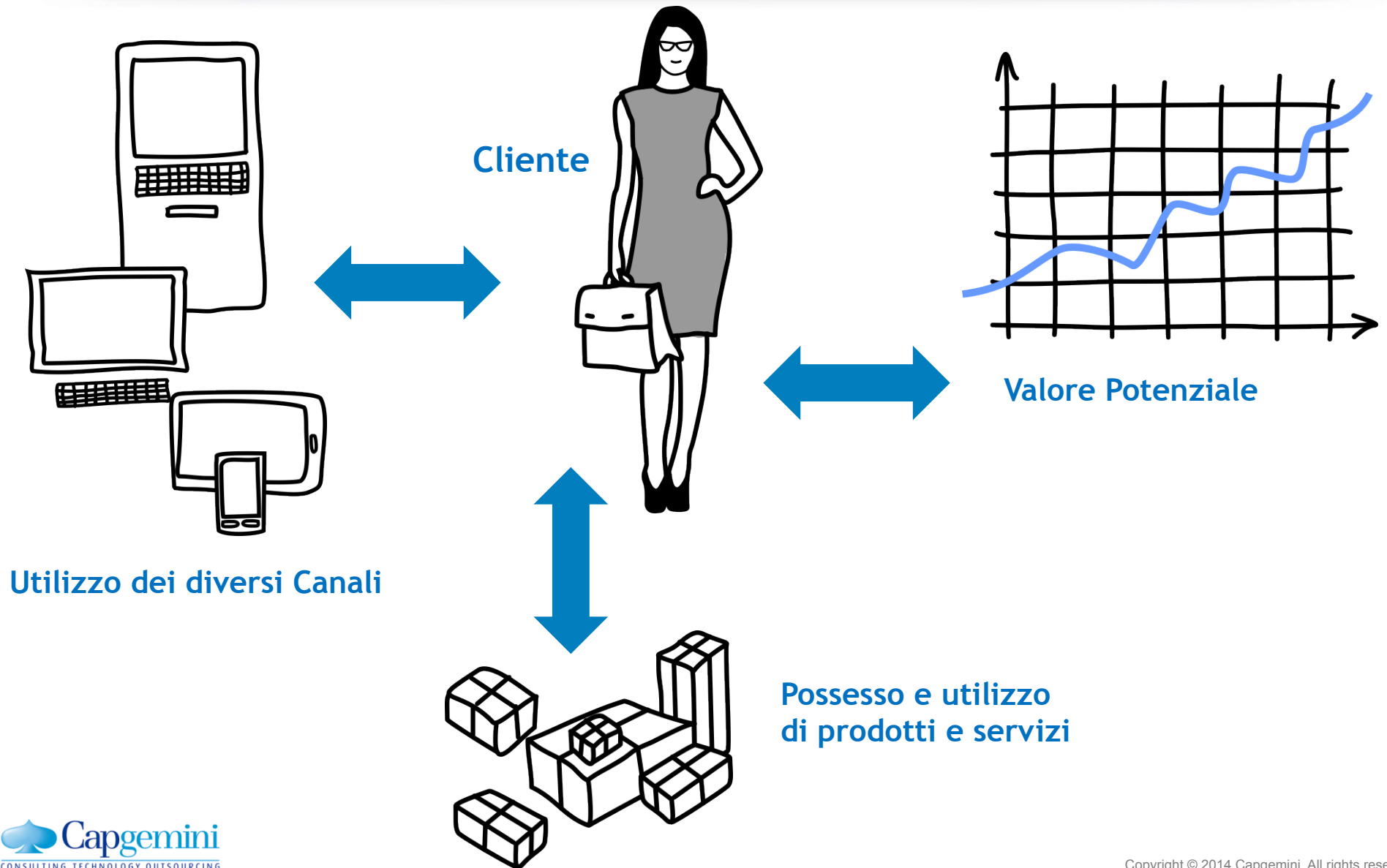
**Sviluppo di  
strumenti di  
comunicazione  
dedicati a ciascun  
target**

**Mobile**



**Lancio di nuovi  
servizi mobile per  
sviluppare la  
relazione con il  
Cliente**

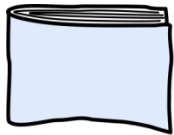
# Nuovi modelli di relazione indentificano le esigenze del cliente



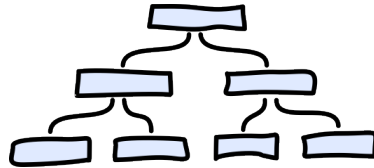
# La multicanalità, da sola, non è sufficiente...il Pricing è centrale



**Offerta personalizzata  
per le esigenze del cliente**



**Pricing tailorizzato alle caratteristiche  
del consumatore e market-oriented**



**Processi di gestione del prezzo  
snelli ed efficienti**



**Monitoraggio dei risultati  
ed adeguamento delle logiche**



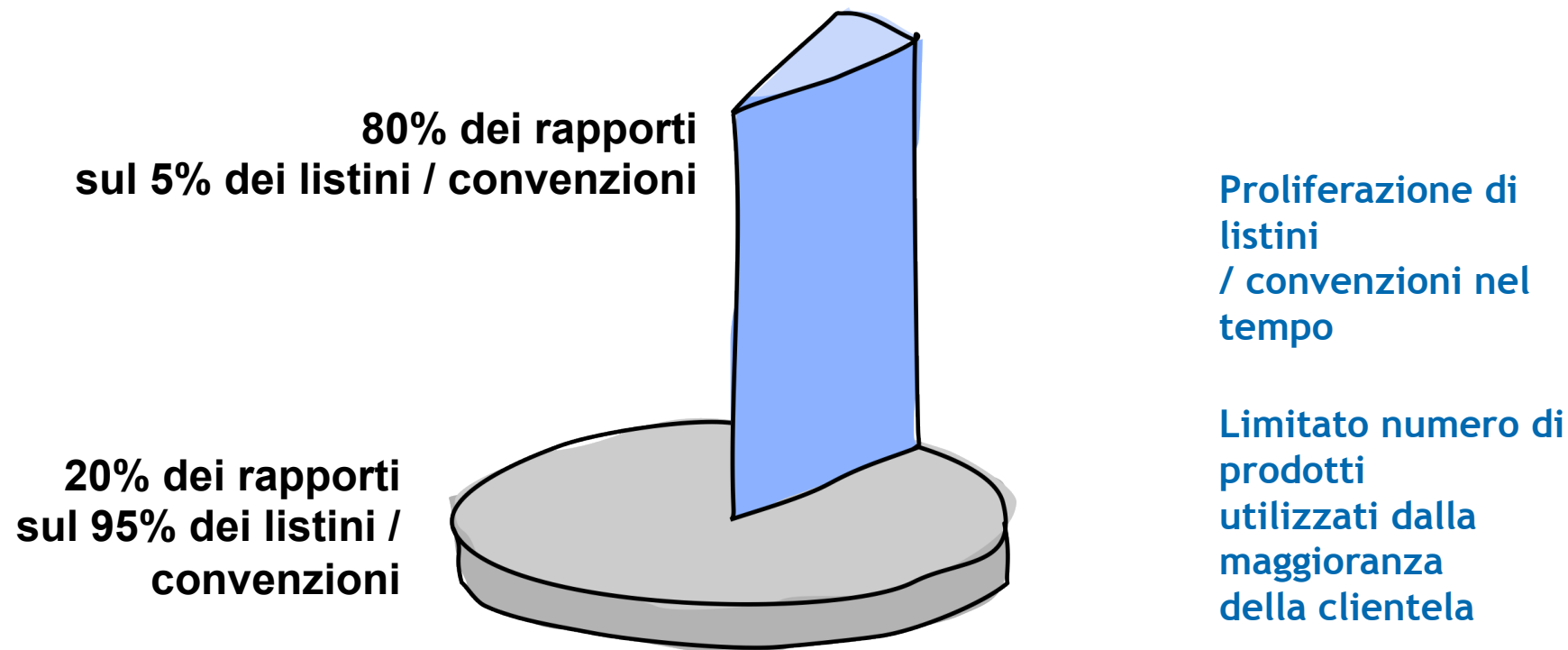
**Diventa centrale distinguersi nell'offerta del prezzo attraverso tecnologie e strategie,  
al fine di generare valore per Banca e Cliente**

# Agenda

---

- Il contesto di mercato
- **La centralità del Pricing**
- Come sfruttare le potenzialità del Pricing

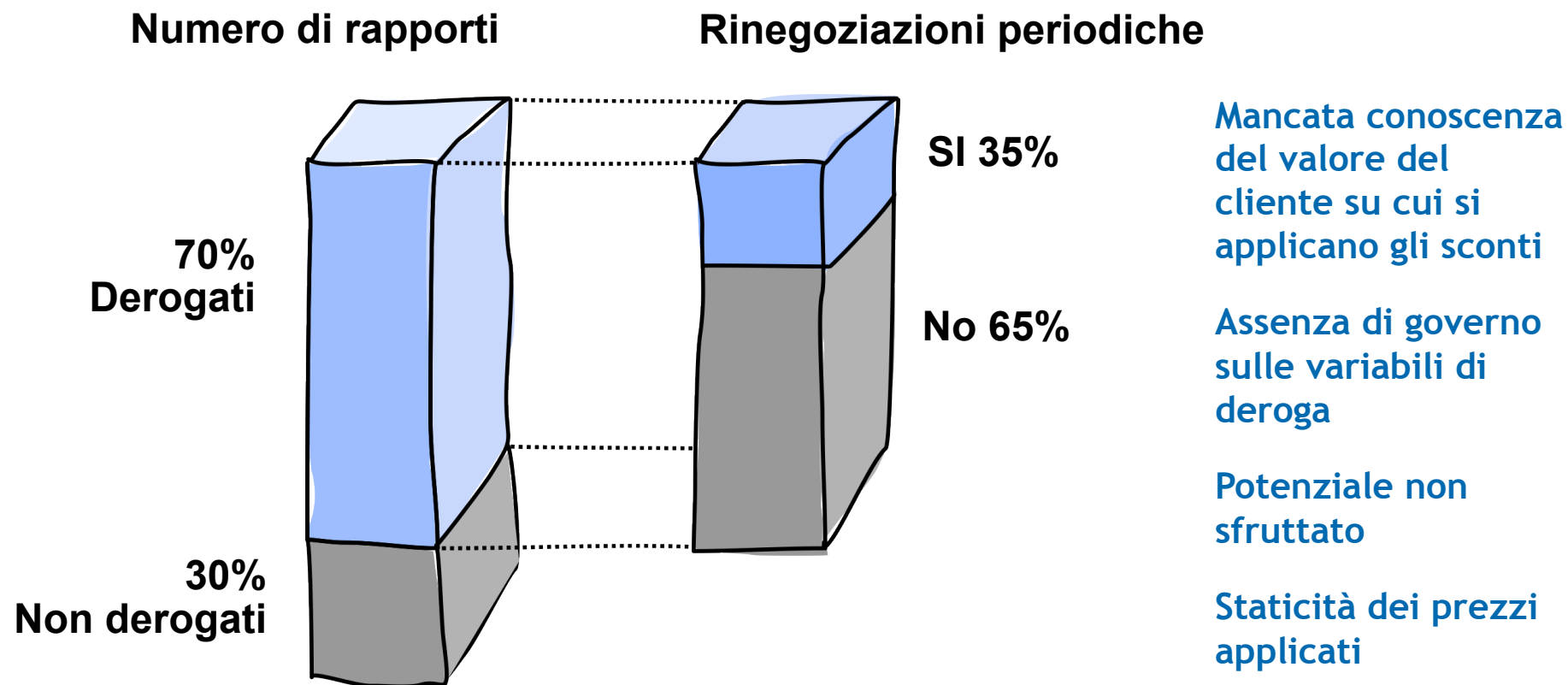
## Un limitato numero di prodotti contiene la maggioranza dei rapporti



**La proliferazione e mancata razionalizzazione dei listini determina elevata complessità di gestione**

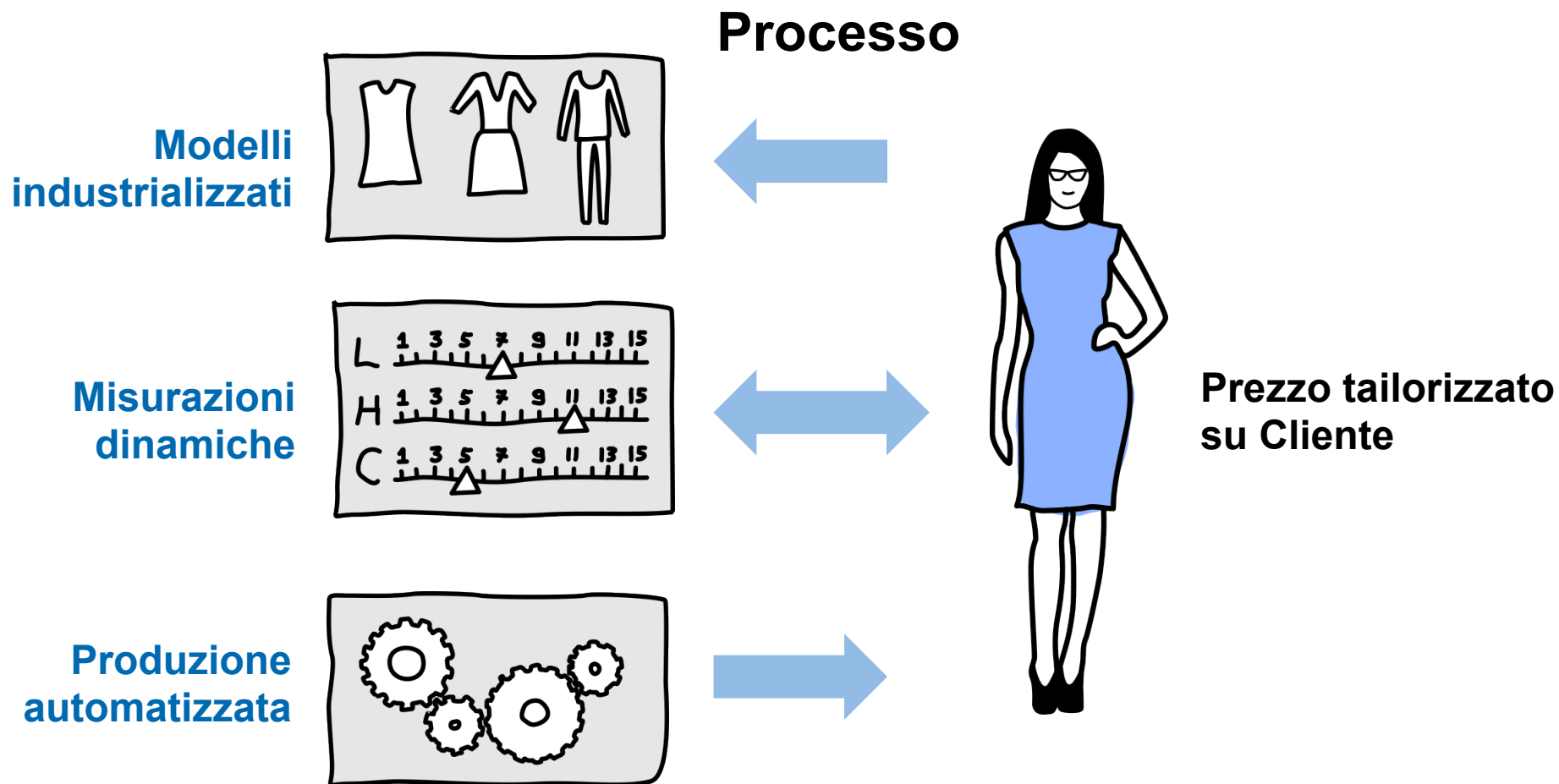


# Una elevata percentuale di rapporti risulta derogata e raramente soggetta a rinegoziazioni periodiche



**Prezzi statici ed assenza di rinegoziazioni causano perdite di redditività**

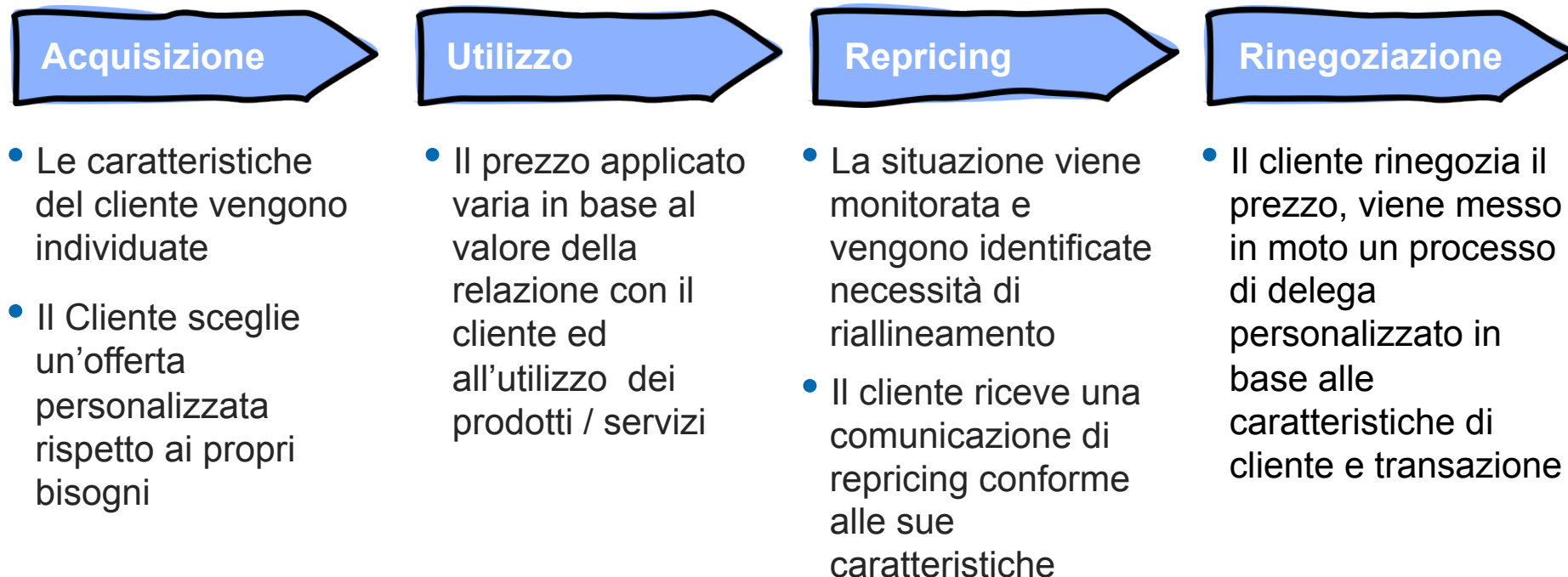
# Standardizzazione dei processi & personalizzazione dei prezzi



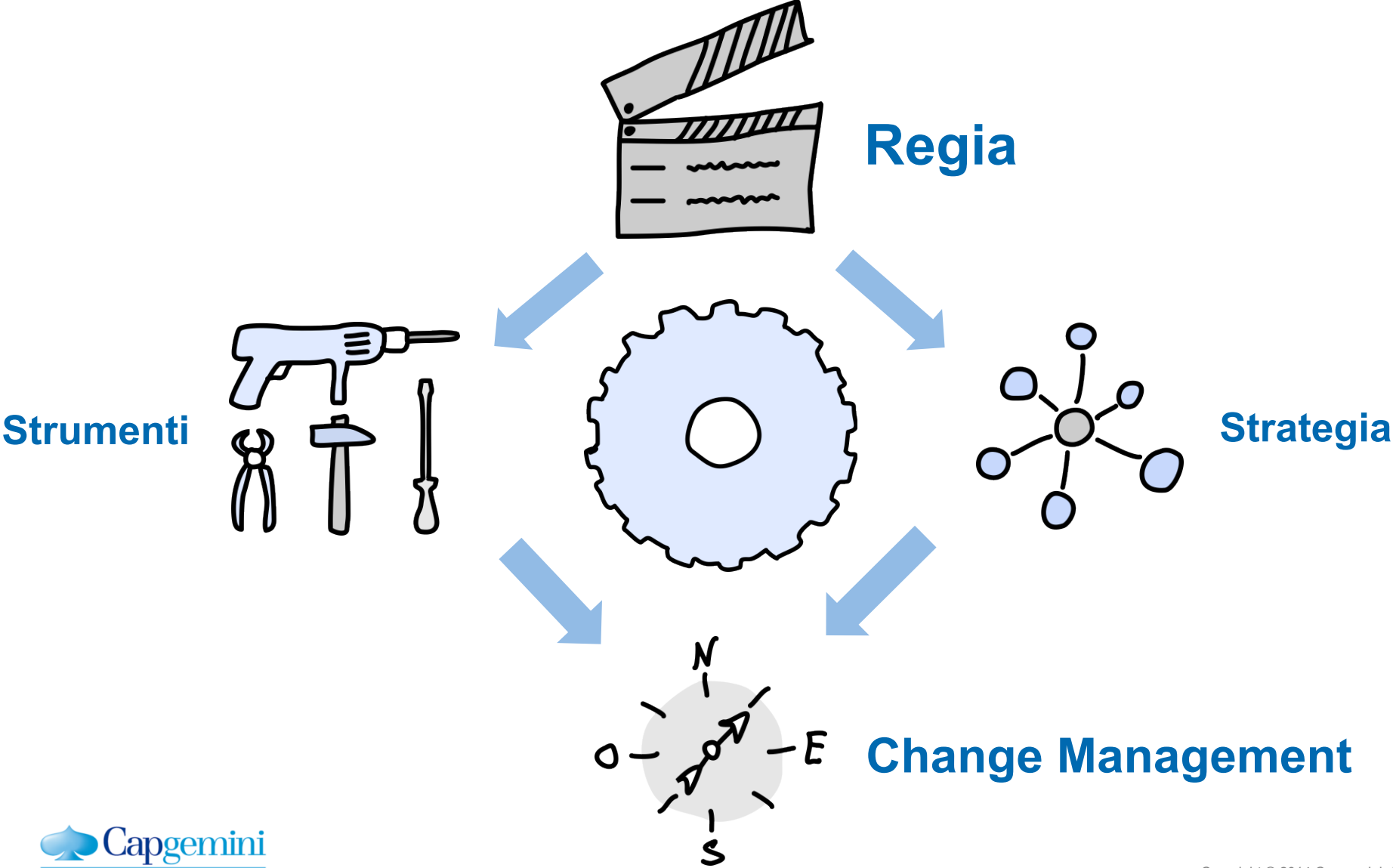
Processo industrializzato per la definizione di prezzi tailorizzati sul cliente

# Gestione del prezzo ottimizzata per l'intero ciclo della relazione con il cliente

## Customer Journey



# Sinergie tra strumenti evoluti di gestione del prezzo e strategie di applicazione



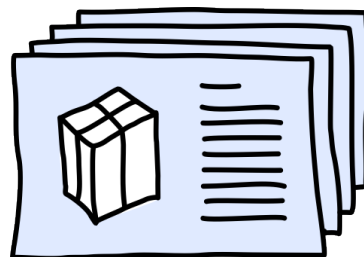
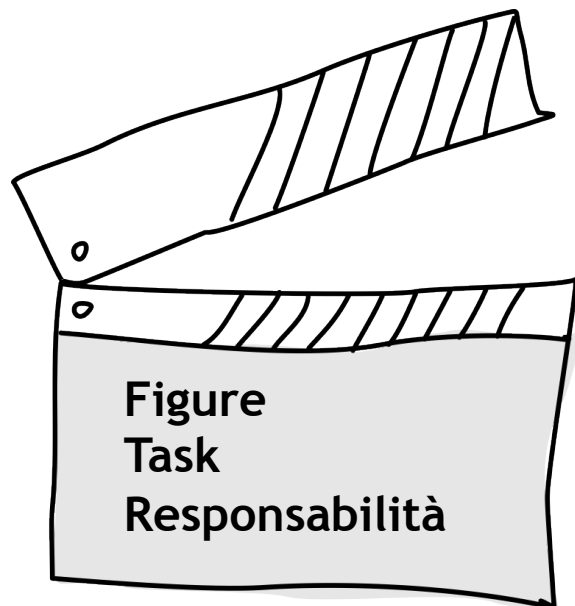
# Agenda

---

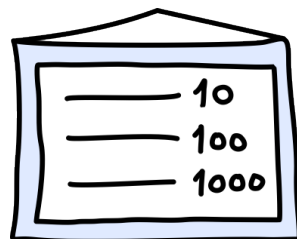
- Il contesto di mercato
- La centralità del Pricing
- **Come sfruttare le potenzialità del Pricing**

# Definizione di una chiara regia per sfruttare la potenzialità del Pricing

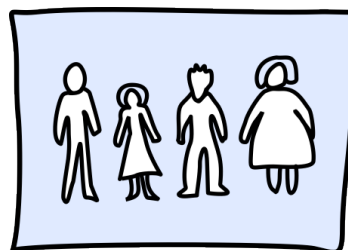
## Regia



Gestione e mantenimento  
del catalogo prodotti



Aggiornamento di condizioni  
e modelli di prezzo



Identificazione di target  
di clientela per tipologia di offerta

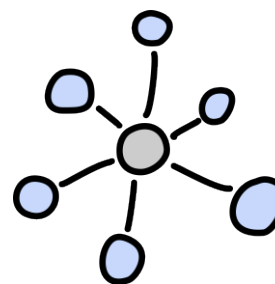
Coordinamento delle attività di gestione del pricing e dell'offerta commerciale,  
per garantire allineamento alle volontà strategiche della Banca

# Un'offerta personalizzata è il fulcro dell'ottimizzazione commerciale



## Strumenti

- Abilitazione di flessibilità e dinamicità nella configurazione e manutenzione dell'offerta
- Supporto ai processi di vendita e post-vendita in linea con le esigenze commerciali e di compliance

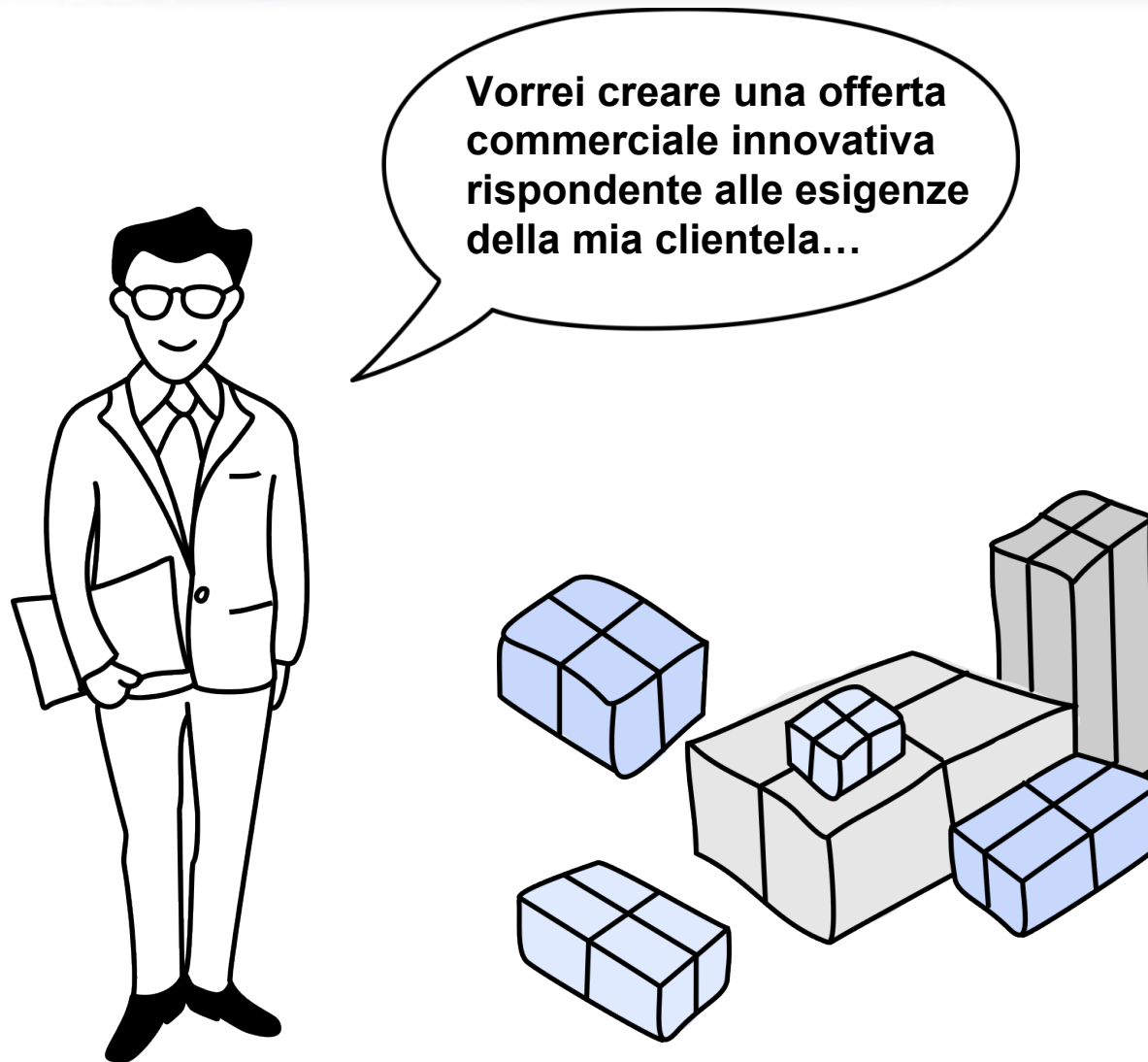


## Strategia

- Definizione delle componenti di prodotto, dei modelli e dei livelli di prezzo applicabili all'offerta
- Analisi dei possibili meccanismi di sconto e loyalty dell'offerta

Creazione di una proposizione commerciale in linea con le esigenze della clientela, che ottimizzi la redditività e l'acquisizione di clienti

# Le prime offerte modulari per il mercato bancario...



Realizzazione di un sistema di offering modulare end-to-end

Possibilità per i clienti di scegliere i prodotti che compongono l'offerta ed il pacchetto di utilizzo più adeguato in funzione delle esigenze

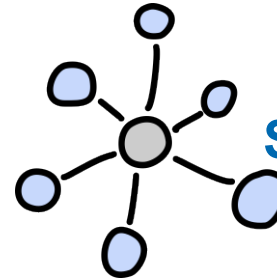


# Una adeguata profilazione della clientela permette di identificare l'offerta ottimale per essa



## Strumenti

- Realizzazione di questionari strutturati e personalizzabili per profilare la clientela
- Configurazione di una offerta commerciale componibile e personalizzabile in base alle caratteristiche dei clienti

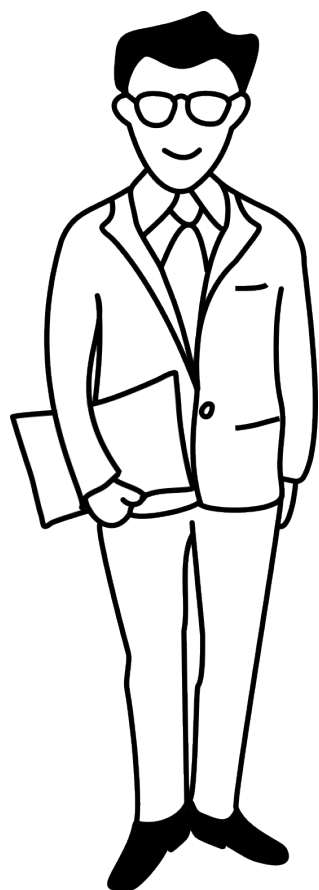


## Strategia

- Definizione di domande e percorsi per una adeguata profilazione sia in termini commerciali, che di compliance
- Identificazione di configurazioni di offerta che consentano di rispondere all'operatività dei clienti

Estrazione di valore dalla clientela in funzione del proprio profilo,  
aumentando cross-selling ed up-selling

## Percorsi di profilazione della clientela e configurazione di offerte ottime...



Vorrei migliorare la capacità di ingaggio della mia clientela tramite una chiara identificazione delle caratteristiche e l'offerta della soluzione a loro più adatta...



La mia azienda

OK, ma...

Questa è la mia pensione

È troppo!

È poco!

E il mutuo?

Perché?

Ho 25 anni

Definizione di un sistema di vendita guidata per la Rete

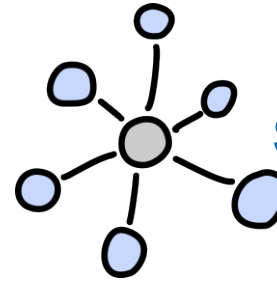
Identificazione di un portafoglio ottimale per ciascun profilo di clientela che consenta di agevolare il governo dell'offerta commerciale

# Regole di prezzo dinamiche permettono di adeguarsi ai mutamenti del mercato e di operatività dei clienti



## Strumenti

- Definizione di regole di pricing dinamico agendo su:
  - Prezzi
  - Driver
  - Logiche
- Realizzazione di modelli di prezzo differenziati in funzione di esigenze / strategie

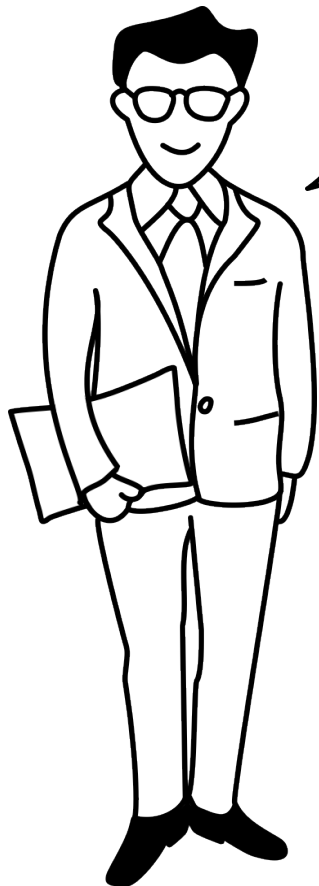


## Strategia

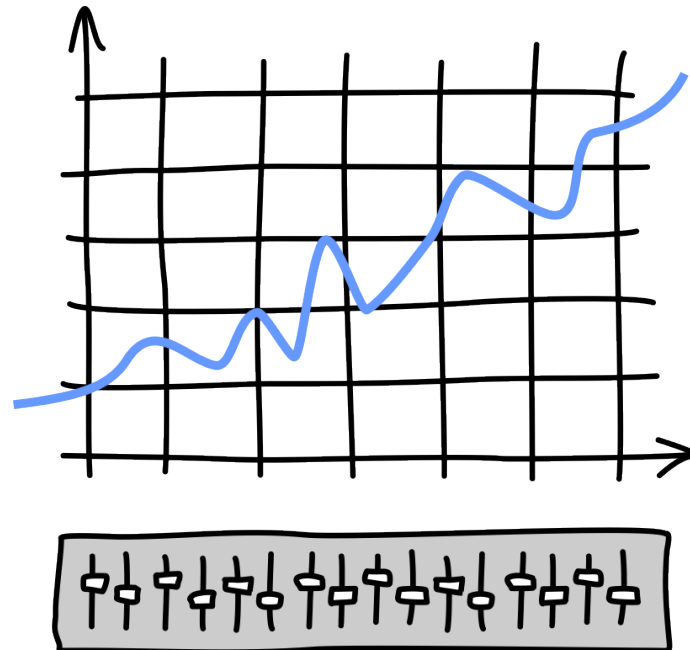
- Identificazione dei drivers e delle relazioni nell'influenza del prezzo per i differenti prodotti e segmenti
- Analisi di sensitivity delle variazioni economiche e del comportamento della clientela al cambiare di livelli e modelli di prezzo

Definizione di regole di prezzo dinamiche allineate alla strategia commerciale ed alle variazioni del mercato

# Realizzazione di modelli di pricing dinamico che legano l'andamento a caratteristiche di relazione e transazione...



Vorrei poter negoziare  
prezzi variabili in base  
all'andamento di parametri  
condivisi con il cliente...



Realizzazione di un  
sistema di pricing  
dinamico basato  
sull'utilizzo di parametri  
e regole  
personalizzabili

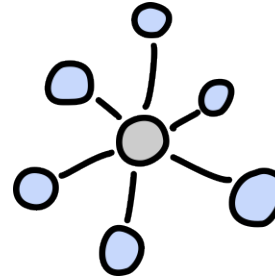
Definizione di modelli  
di prezzo che tengono  
in considerazione il  
valore della relazione e  
della transazione

# L'allocazione dei costi sostenuti permette di identificare margini di ottimizzazione



## Strumenti

- Gestione, aggiornamento e storicizzazione di voci di costo:
  - Di diverse tipologie
  - Con diversi livelli di dettaglio
- Allocazione dei costi sui prodotti secondo diverse metodologie personalizzabili



## Strategia

- Definizione delle logiche di allocazione più consone alla distribuzione dei costi sul livello di dettaglio desiderato
- Calcolo del margine di ciascun prodotto / segmento e derivazione di modalità di intervento commerciale

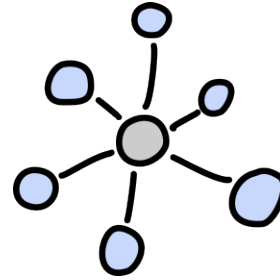
**Creazione di un conto economico di prodotto / segmento ed identificazione di modalità di intervento a livello di prezzo**

# Un monitoraggio continuativo del prezzo consente di verificare e calibrare le logiche di pricing



## Strumenti

- Monitoraggio di redditività, prezzi e deroghe nel tempo
- Confronto delle differenze economiche tra situazione reale ed attesa
- Produzione di reportistica personalizzata per tutti i livelli Banca



## Strategia

- Identificazione delle metriche di monitoraggio e definizione di KPI di performance
- Revisione di logiche e processi in ottica di riallineamento degli scostamenti alla situazione attesa

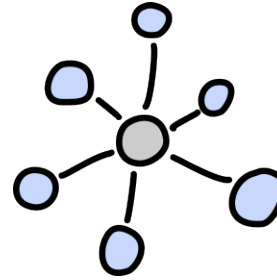
**Controllo delle performance e rapido adeguamento delle logiche di pricing per consentire il raggiungimento degli obiettivi della Banca**

# Automatizzazione delle attività di simulazione di strategie di prezzo per velocizzare la risposta alle esigenze di adeguamento



## Strumenti

- Automatizzazione delle attività di simulazione di manovre massive ed interventi su un determinato target di clienti
- Stima dell'impatto economico degli interventi e realizzazione di scenari di simulazione secondo le esigenze o sulla base di dati storici

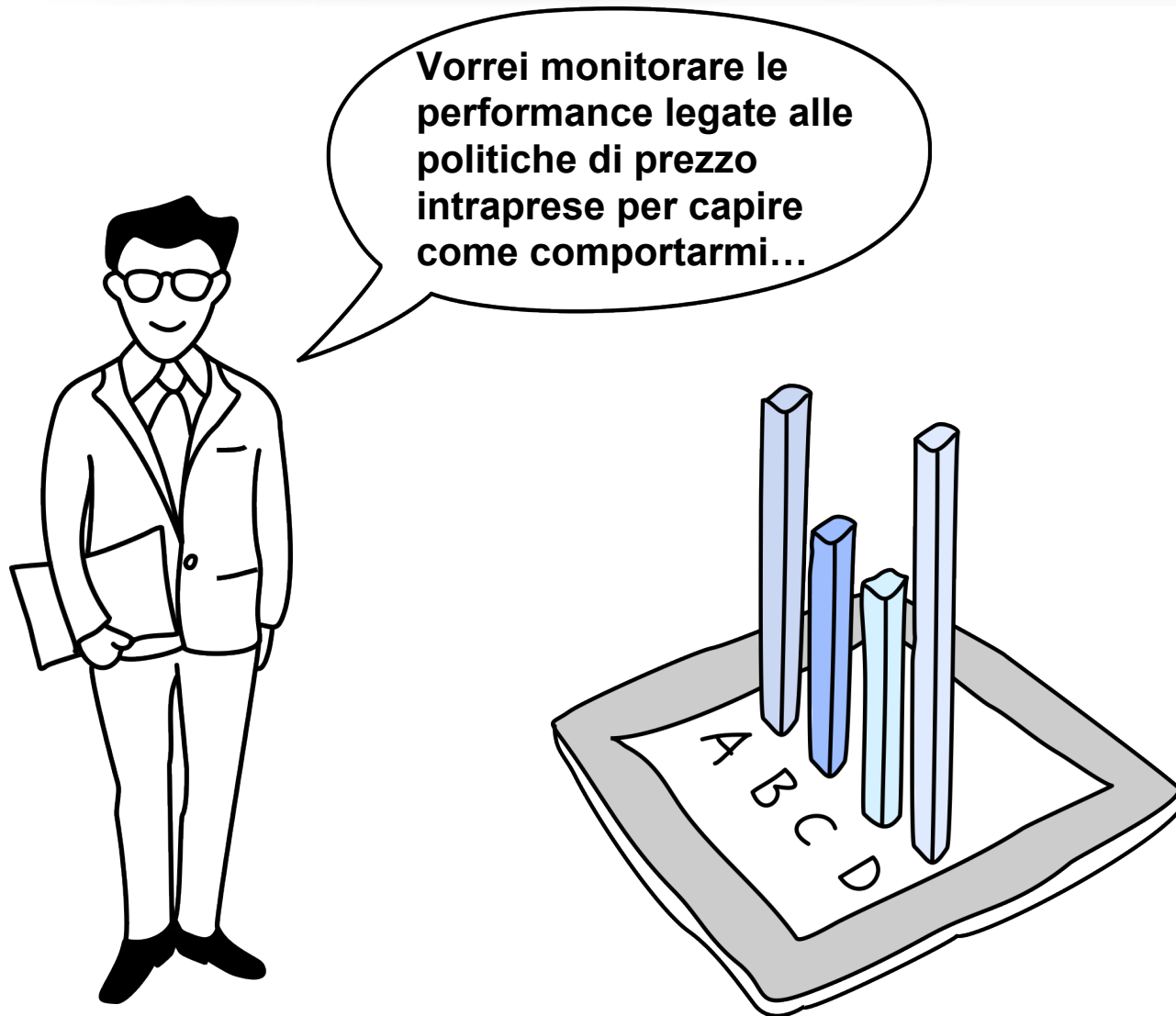


## Strategia

- Identificazione di situazioni che richiedono interventi di repricing
- Definizione di condizioni su cui intervenire e regole in base a cui applicare le variazioni di prezzo
- Realizzazione di modelli previsionali di risposta della clientela

Massimizzazione della redditività e allineamento della clientela ai livelli di prezzo / offerta rispondenti alle volontà commerciali

# Indirizzamento delle politiche di pricing tramite sistemi di monitoraggio e simulazione delle performance...



Implementazione di strumenti di simulazione degli effetti economici derivanti dalle politiche di pricing

Costruzione di un sistema di monitoring e reporting che abiliti un controllo costante dei risultati

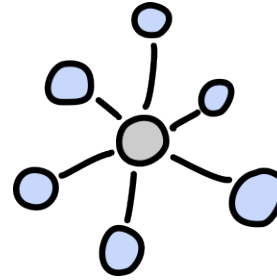


# La personalizzazione dei workflow autorizzativi consente di rispondere rapidamente alle esigenze del mercato



## Strumenti

- Automattizzazione e personalizzazione del workflow di autorizzazione delle deroghe per i diversi prodotti e segmenti
- Monitoraggio dello stato delle pratiche e delle tempistiche di lavorazione



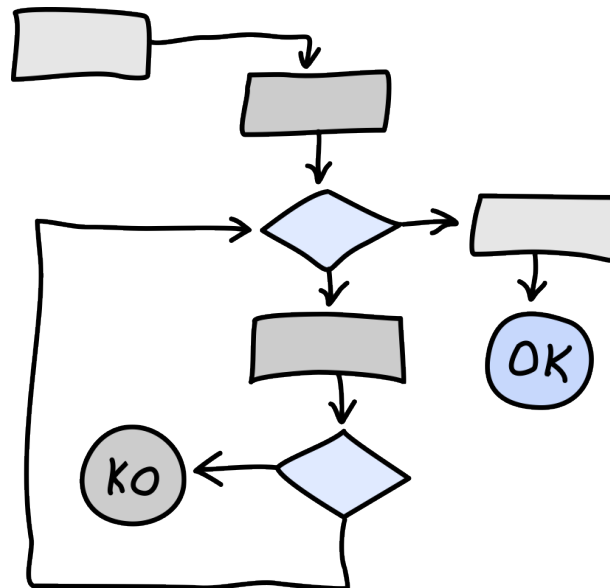
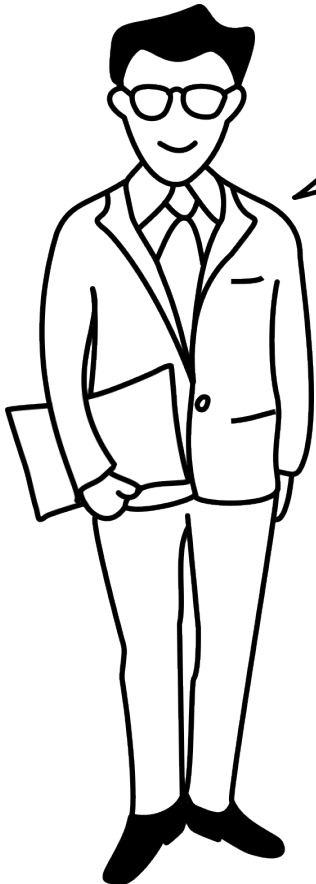
## Strategia

- Definizione delle figure coinvolte nel processo autorizzativo, livelli e poteri di pricing
- Identificazione di drivers, logiche e livelli di soglia per l'escalation ottimizzando workload e gestione delle tempistiche

**Snellimento del processo di autorizzazione, ottimizzazione del workload per ciascun livello coinvolto, riduzione delle tempistiche di risposta**

# Realizzazione di logiche dinamiche e personalizzate di autorizzazione per efficientare i processi...

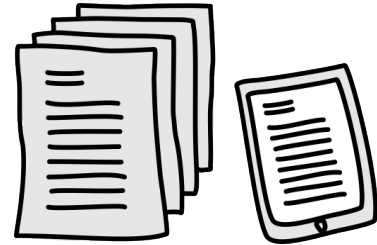
Vorrei definire logiche di escalation basate sul valore effettivo delle deroghe richieste, per una gestione più efficiente del processo...



Definizione di un motore di workflow flessibile ed allineato con la struttura della Banca

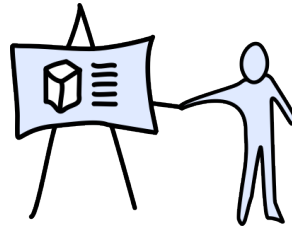
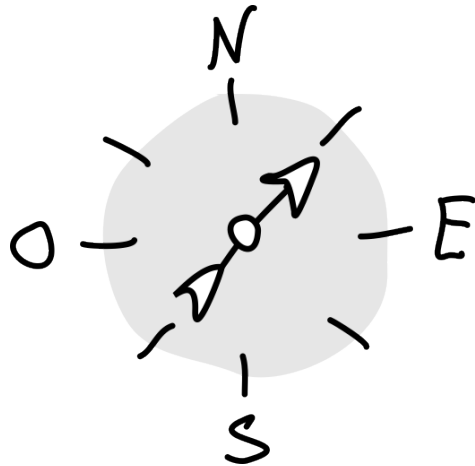
Configurazione di parametri significativi per la definizione delle soglie di escalation

# Attività di Change Management per una corretta valorizzazione delle strategie di Pricing

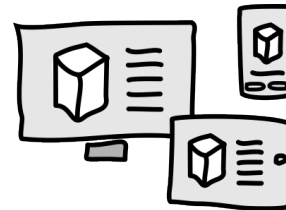


Documentazione in merito a strumenti, nuova offerta e regole di pricing disponibili

## Change Management



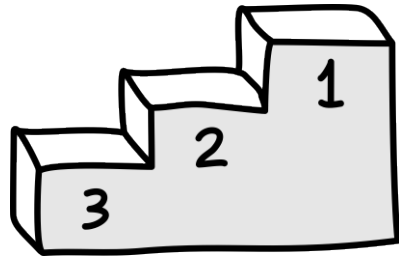
Formazione di Centro e Rete relativamente a strategie, logiche e potenzialità degli strumenti



Strategia di comunicazione in Rete relativa a prodotti e strumenti

Gestione del cambiamento attraverso molteplici metodologie, valorizzando la strategia commerciale e le potenzialità degli strumenti

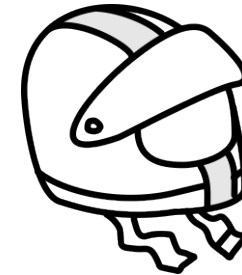
# Una gestione evoluta del Pricing è centrale per l'ottimizzazione delle performance commerciali



Aumento  
della competitività  
sul mercato



Soddisfazione  
delle esigenze della clientela



Copertura  
dei costi operativi  
e del rischio

Adeguamento  
alla variabilità  
del mercato

