



DIMENSIONE CLIENTE 2014

Luisa Bajetta



Analisi Gestionali
Direzione Strategie e Mercati Finanziari

Roma, 8 aprile 2014



- 1 Comportamenti multicanali
focus sull'on line
- 2 Internet banking:
quale diffusione ci possiamo
aspettare?
- 3 I canali tendono a specializzarsi



1 Comportamenti multicanali
focus sull'on line

2 Internet banking:
quale diffusione ci possiamo
aspettare?

3 I canali tendono a specializzarsi

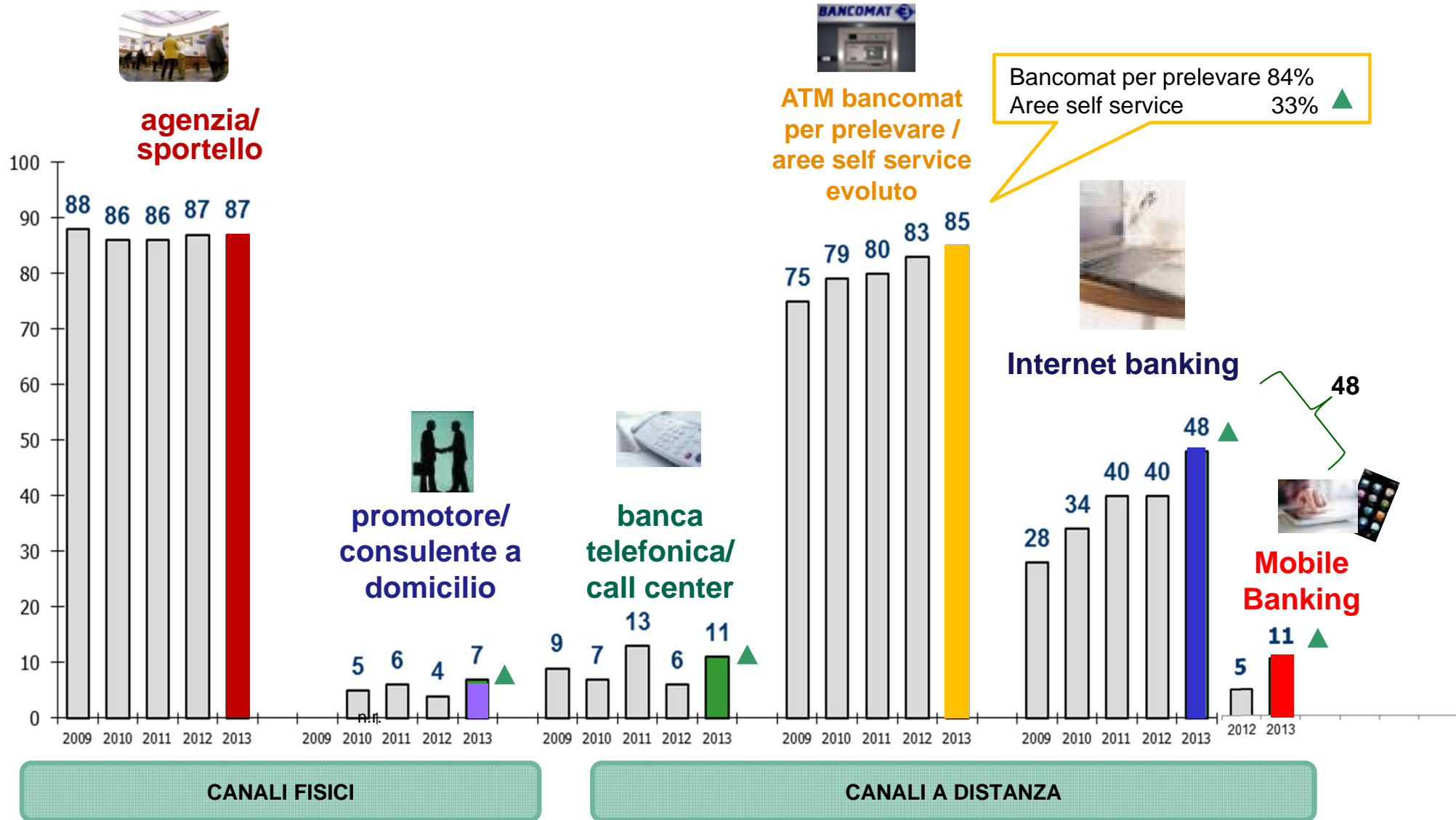


L'orientamento della clientela alla multicanalità

L'uso dei canali con la banca principale

EDIZIONE 2013

% di clienti bancarizzati - utilizzo nell'ultimo anno

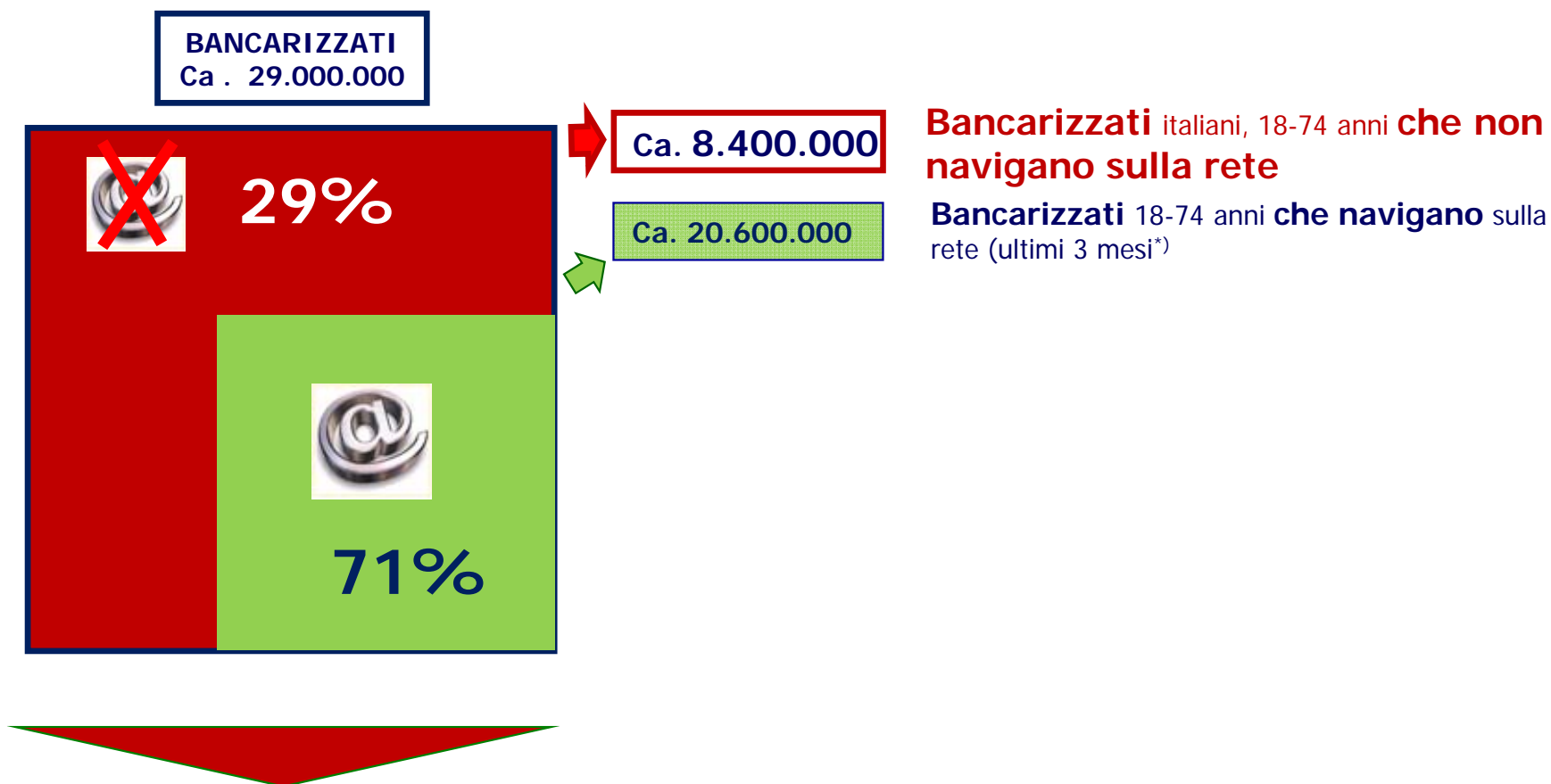




Internet people

Vincoli e potenzialità alla diffusione di Internet Banking

Elaborazioni ABI su dati
Sinottica – GfK Eurisko
Osservatorio ABI-GfK Eurisko CS Retail
2013



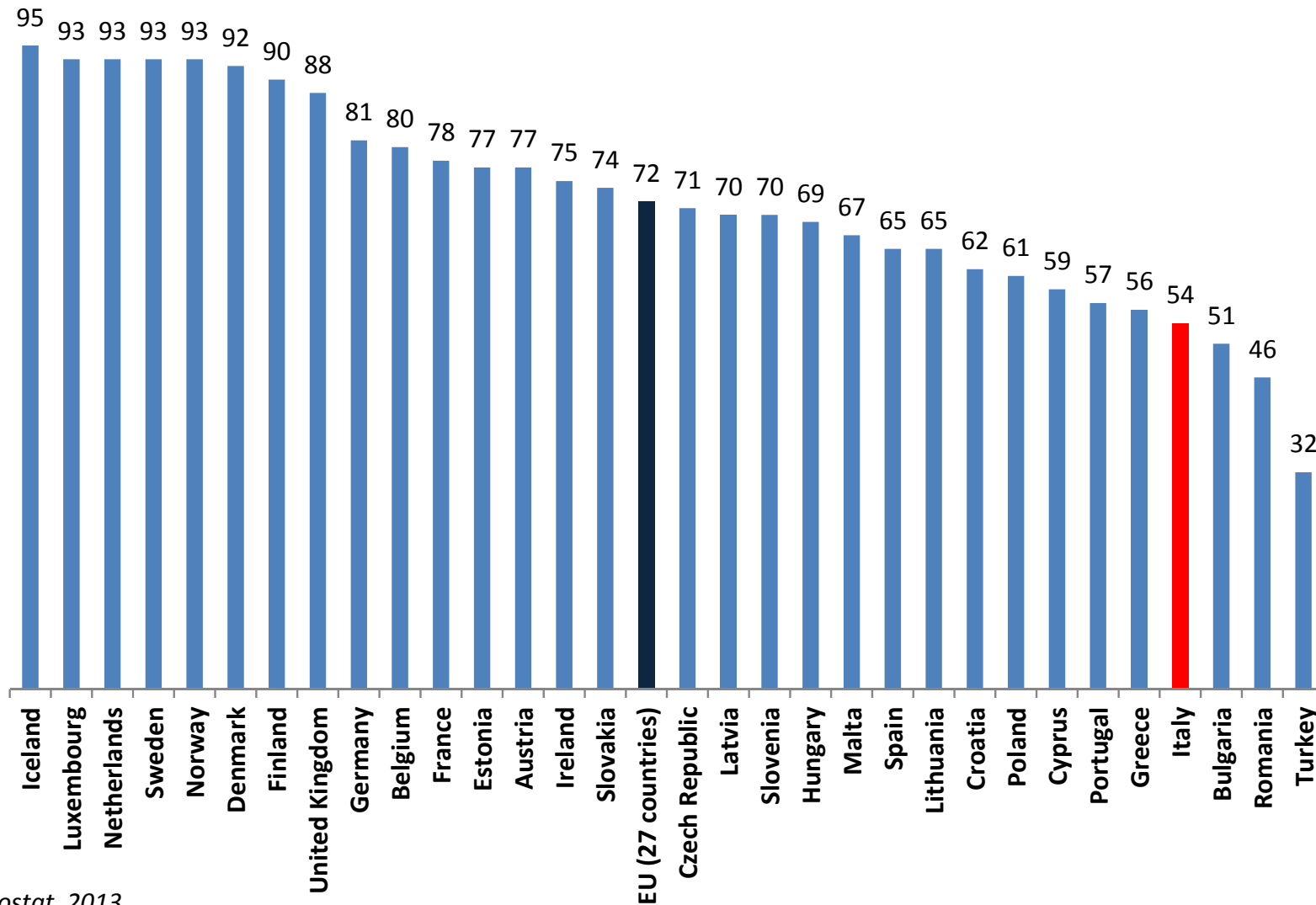
Il 29% dei bancarizzati non naviga in Internet



Internet nel sistema paese

Individui che usano Internet da casa

(in % della popolazione di età compresa tra 16 e 74 anni)



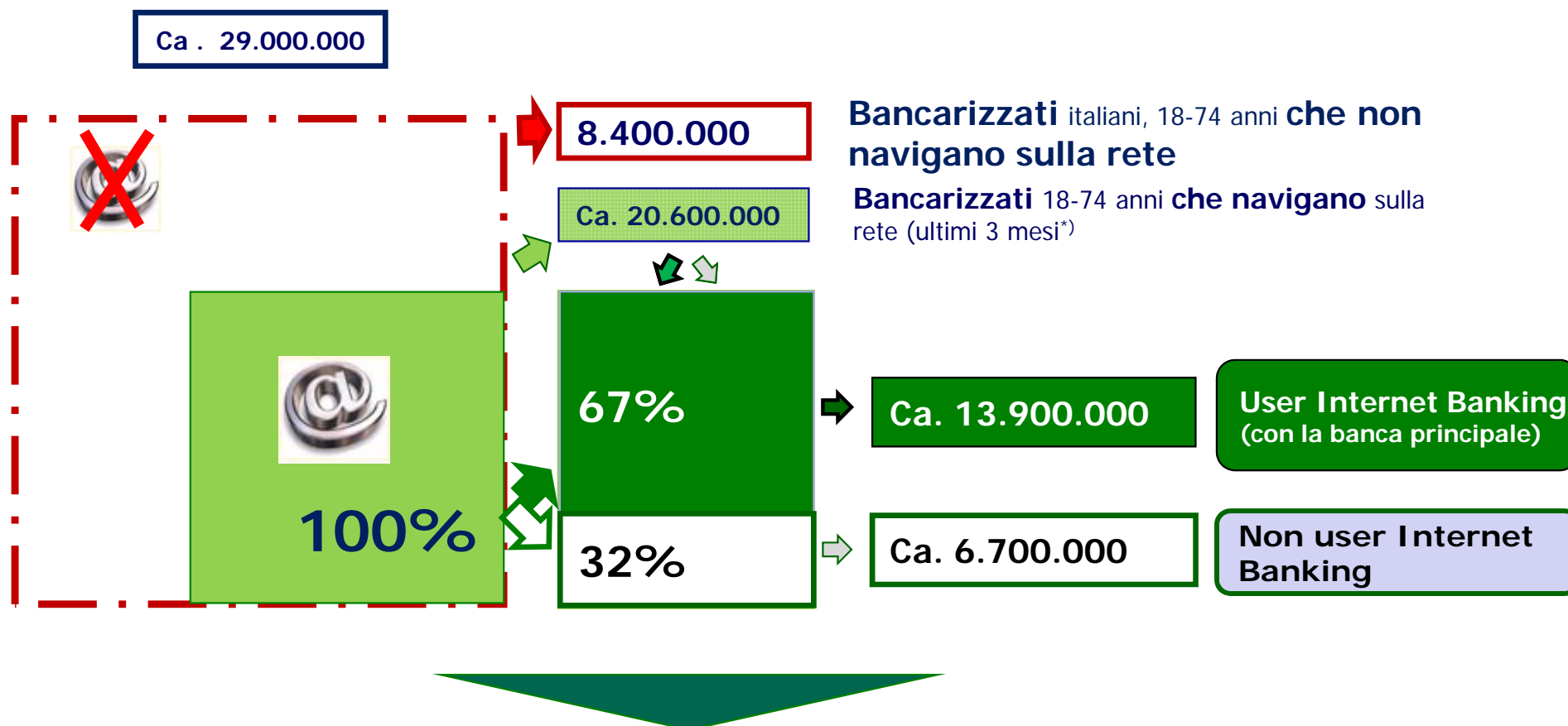
Fonte: Eurostat, 2013



Internet people e Internet banking people

Vincoli e potenzialità alla diffusione di Internet Banking

Elaborazioni ABI su dati
Sinottica – GfK Eurisko
Osservatorio ABI-GfK Eurisko CS Retail
2013

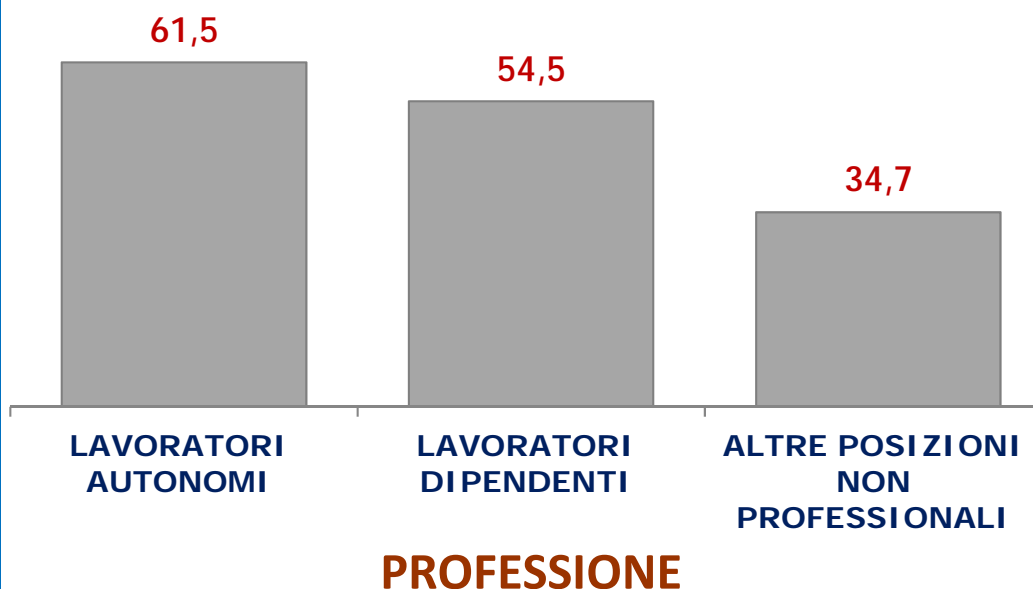
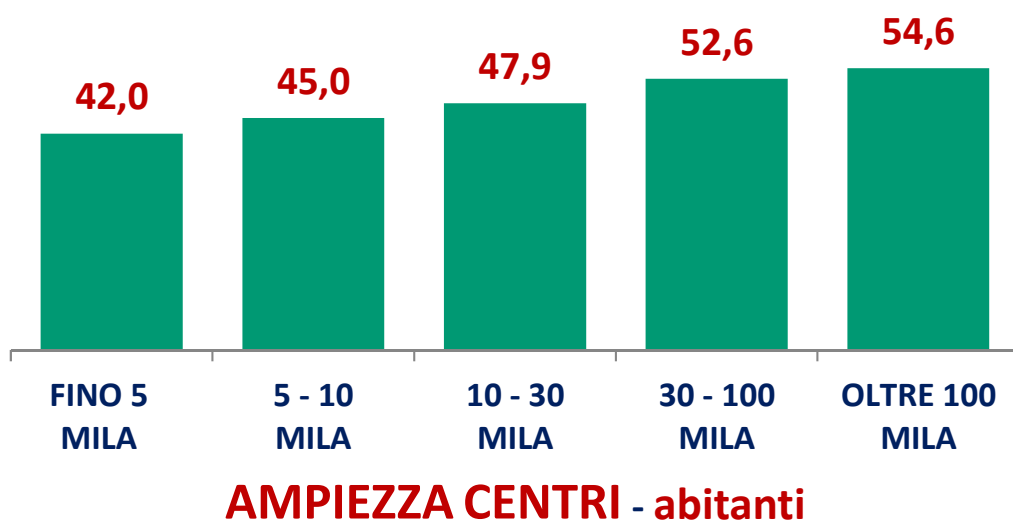
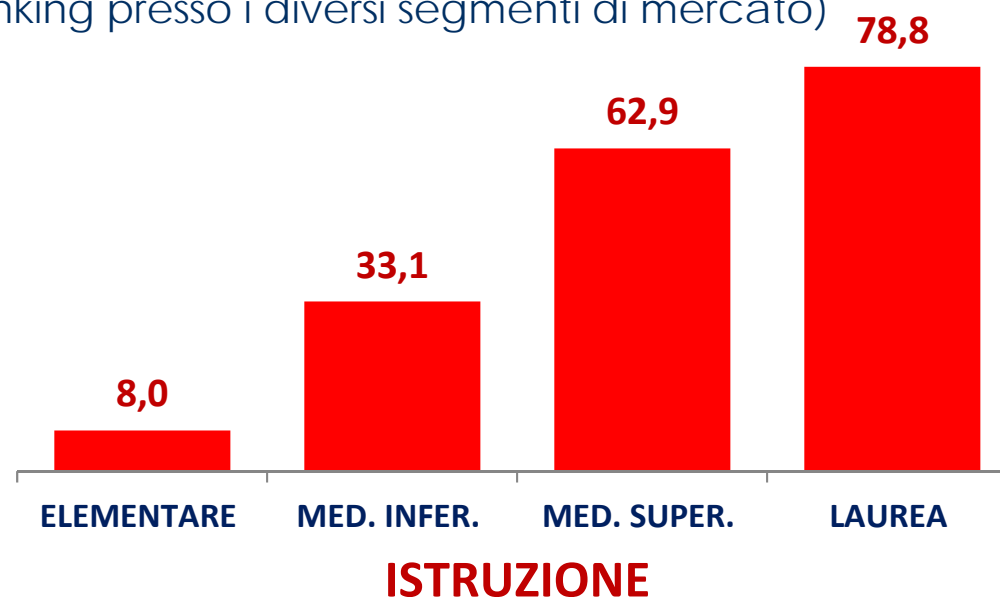
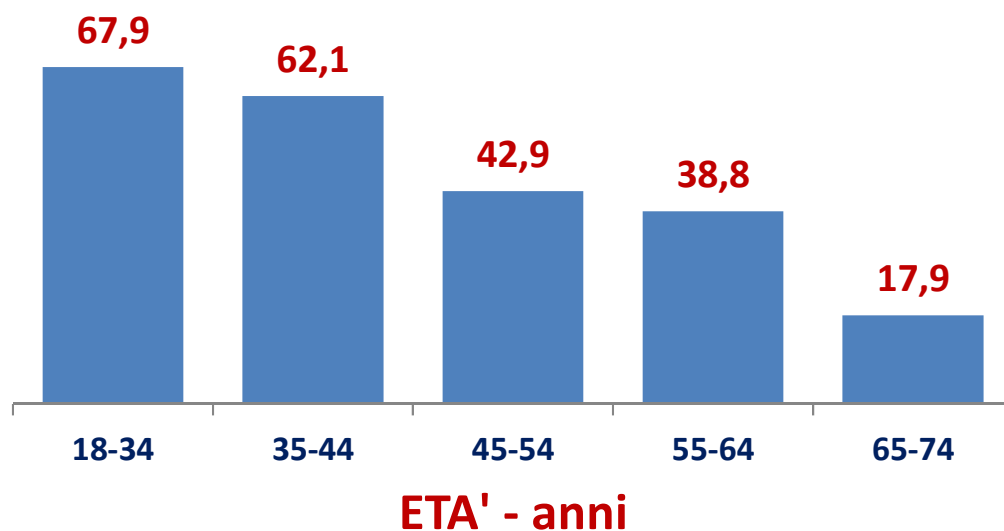


Circa i due terzi dei bancarizzati internauti operano on line con la banca



Internet Banking people: le caratteristiche

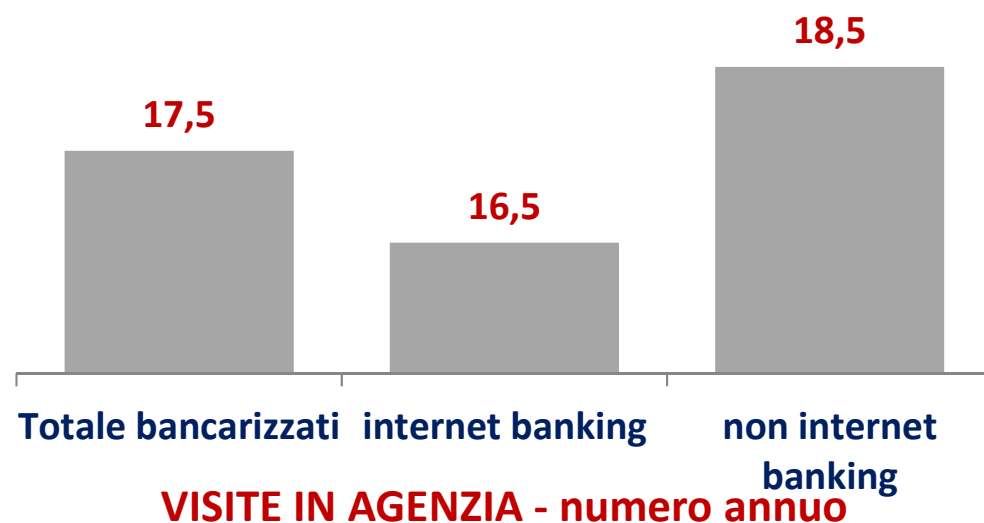
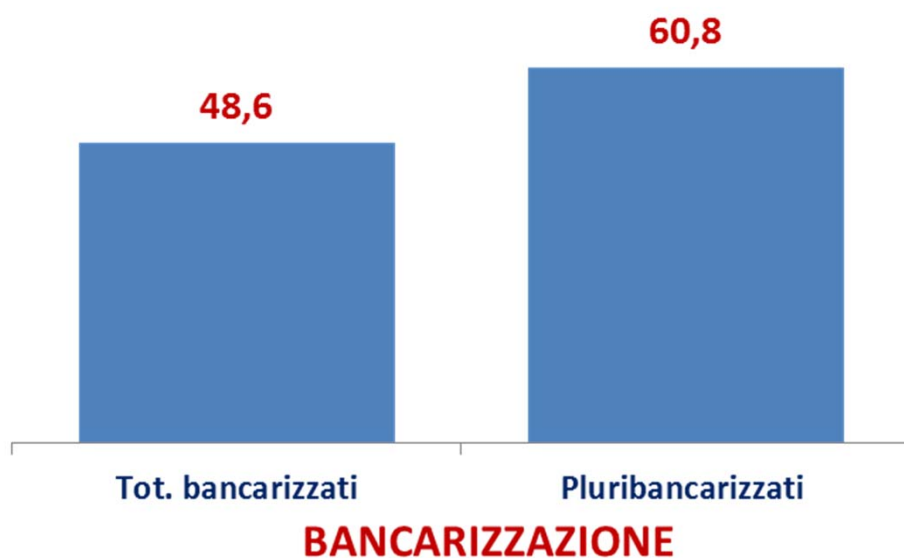
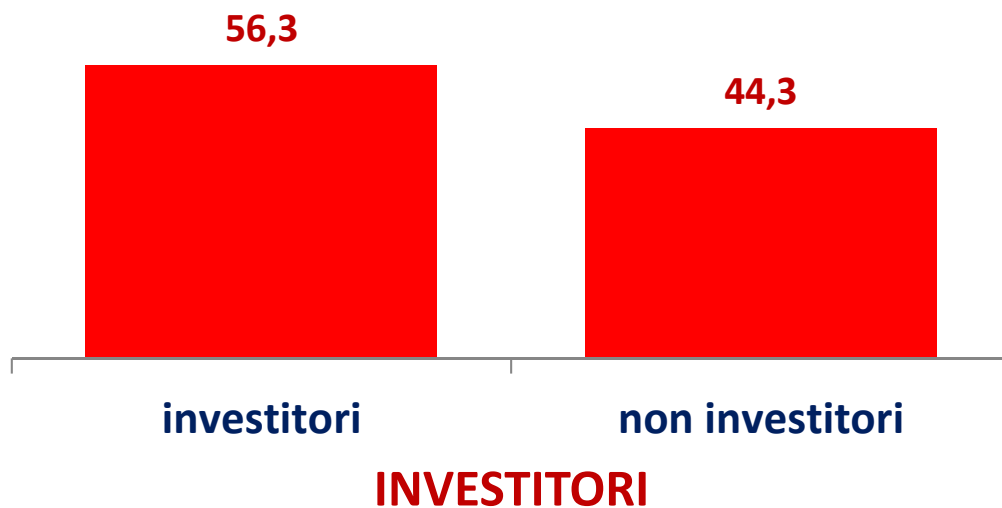
(incidenza % degli utilizzatori di Internet Banking presso i diversi segmenti di mercato)





Internet Banking people: l'uso della banca

(incidenza % degli utilizzatori di Internet Banking presso i diversi target)





1 Comportamenti multicanali

**2 Internet banking:
quale diffusione ci possiamo
aspettare?**

3 I canali tendono a specializzarsi



I trenta anni del Bancomat

Elaborazioni ABI su dati indagini campionarie:

ABI – Demoskopea “L’uso dei servizi bancari in Italia” 1983

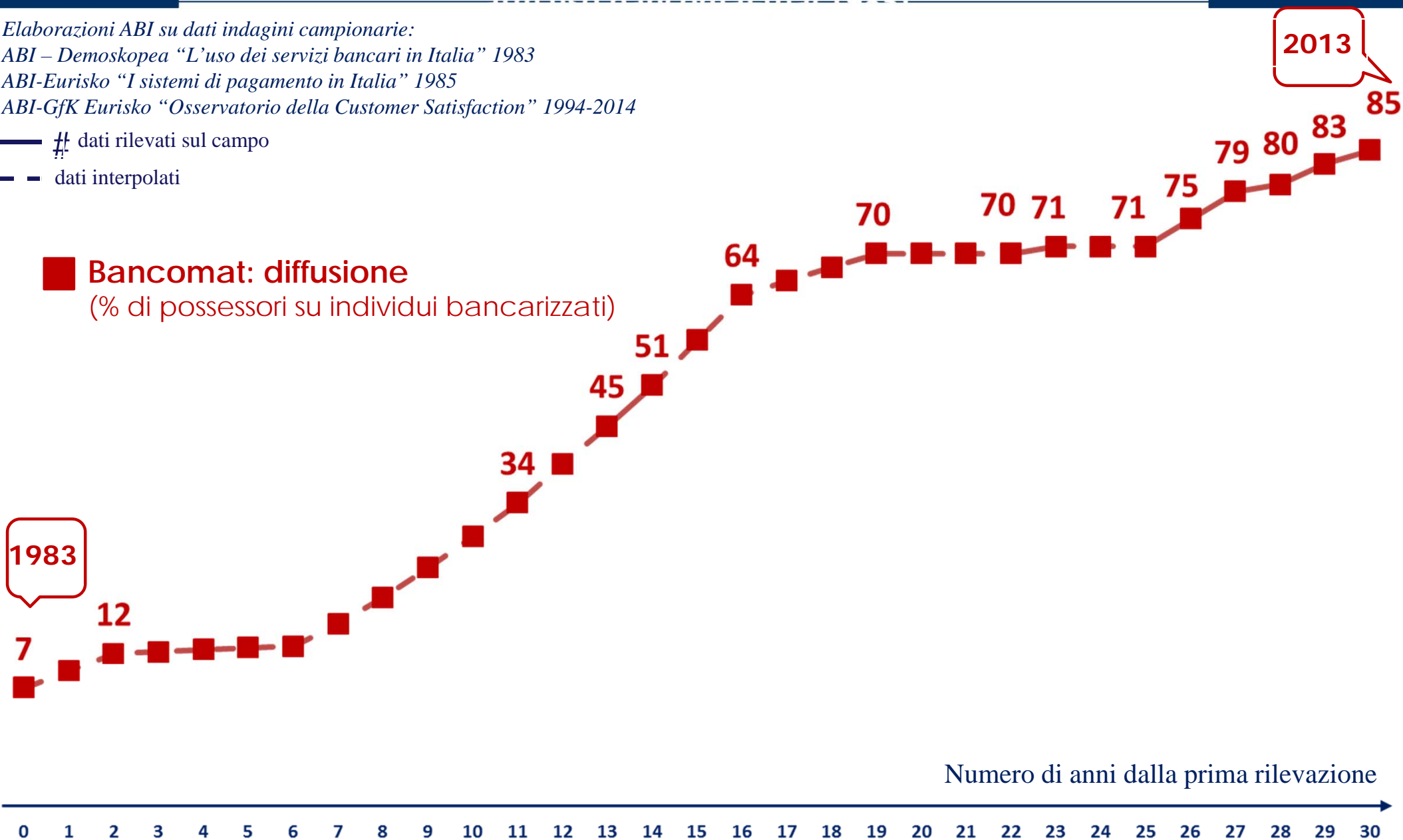
ABI-Eurisko “I sistemi di pagamento in Italia” 1985

ABI-GfK Eurisko “Osservatorio della Customer Satisfaction” 1994-2014

— # dati rilevati sul campo

- - - dati interpolati

Bancomat: diffusione
(% di possessori su individui bancarizzati)



Interpolazione del possesso Bancomat 1986-1993 individui:
ipotesi di andamento coerente con il trend del possesso presso
le famiglie di fonte GfK Eurisko



I trenta anni del Bancomat; Internet banking ieri, oggi e...

Elaborazioni ABI su dati indagini campionarie:

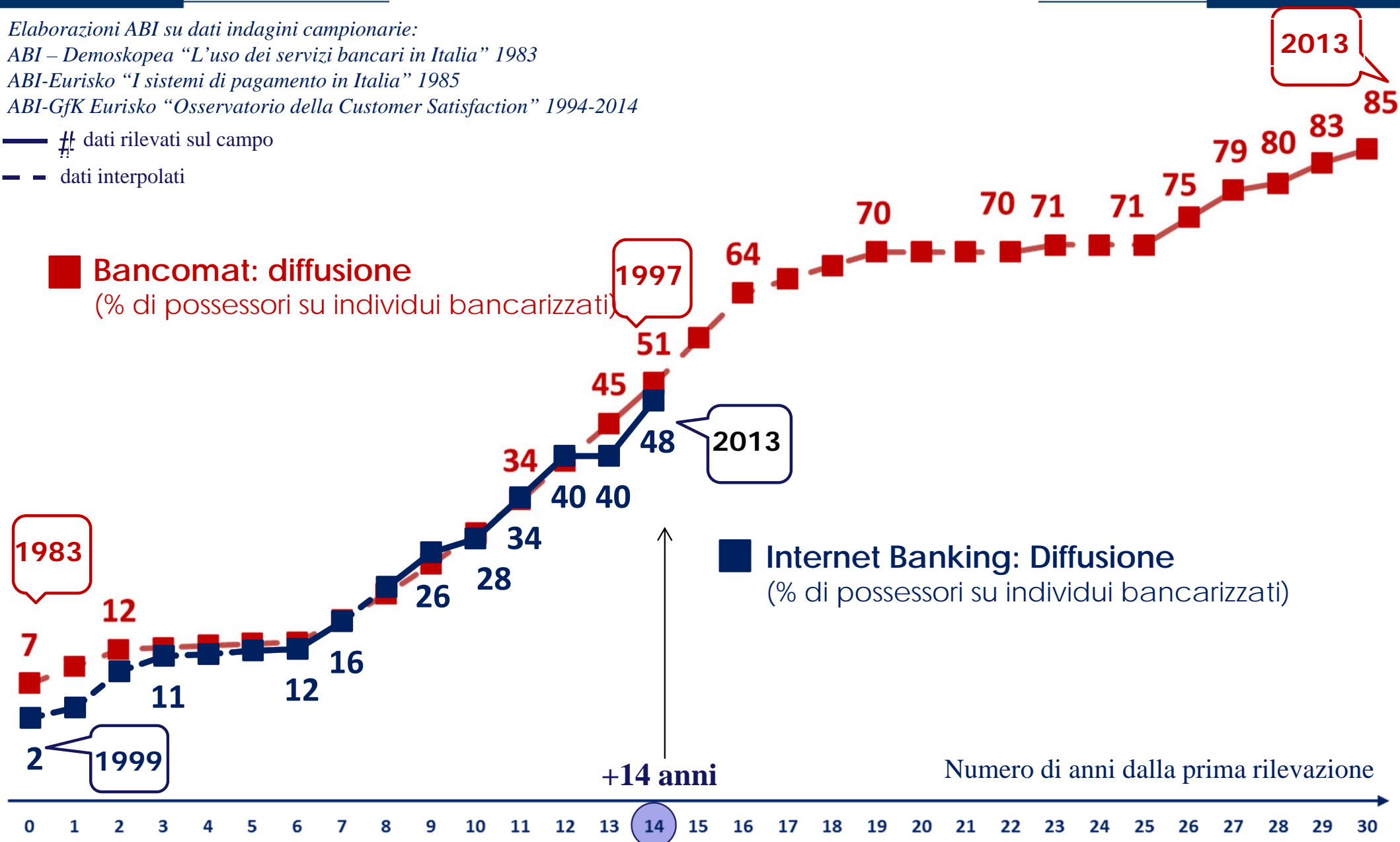
ABI – Demoskopea “L’uso dei servizi bancari in Italia” 1983

ABI-Eurisko “I sistemi di pagamento in Italia” 1985

ABI-GfK Eurisko “Osservatorio della Customer Satisfaction” 1994-2014

— # dati rilevati sul campo

- - - dati interpolati



Bancomat: diffusione
(% di possessori su individui bancarizzati)

Internet Banking: Diffusione
(% di possessori su individui bancarizzati)

+14 anni

Numero di anni dalla prima rilevazione

Interpolazione del possesso Bancomat 1986-1993 individui:
ipotesi di andamento coerente con il trend del possesso presso
le famiglie di fonte GfK Eurisko



I trenta anni del Bancomat; Internet banking ieri, oggi e... domani?

Elaborazioni ABI su dati indagini campionarie:

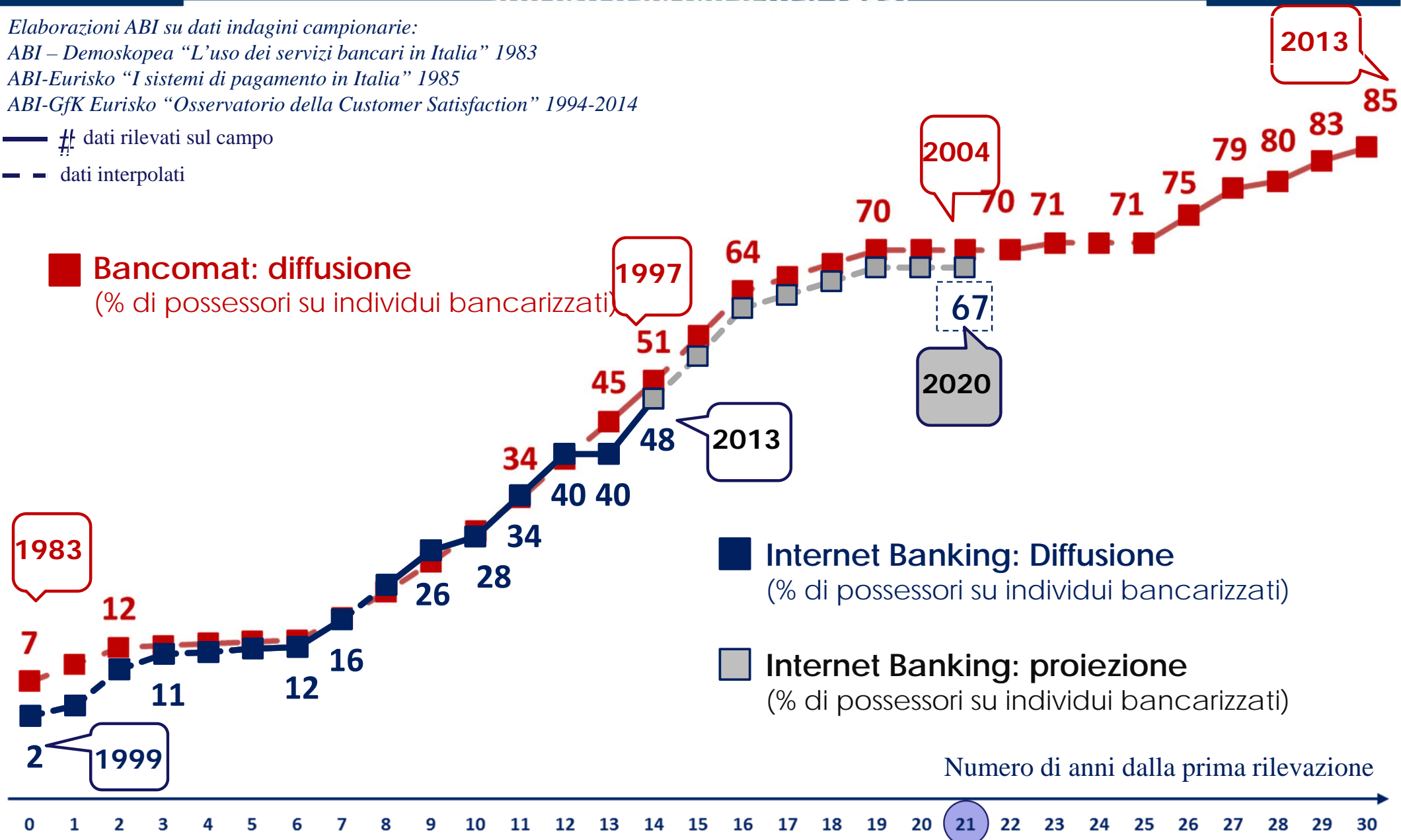
ABI – Demoskopea “L’uso dei servizi bancari in Italia” 1983

ABI-Eurisko “I sistemi di pagamento in Italia” 1985

ABI-GfK Eurisko “Osservatorio della Customer Satisfaction” 1994-2014

— # dati rilevati sul campo

- - - dati interpolati



Interpolazione del possesso Bancomat 1986-1993 individui: ipotesi di andamento coerente con il trend del possesso presso le famiglie di fonte GfK Eurisko



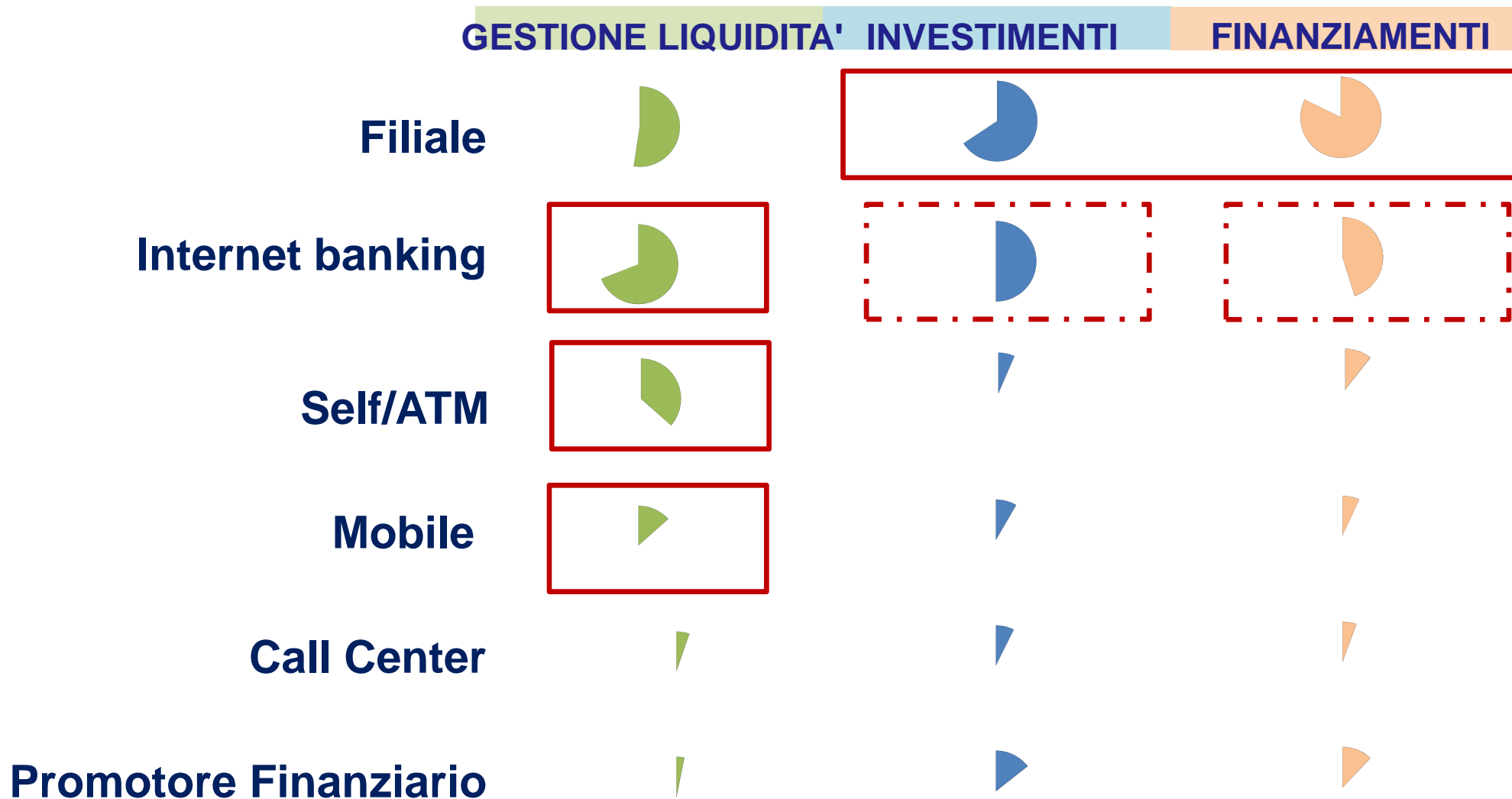
- 1 Comportamenti multicanali
focus sull'on line
- 2 Internet banking:
quale diffusione ci possiamo
aspettare?
- 3 I canali tendono a specializzarsi



I diversi canali come risposta alle diverse esigenze della clientela

L'uso dei canali e i bisogni dei clienti

(base: % di bancarizzati navigatori in Internet- clienti evoluti)



Fonte: Elaborazioni ABI su dati Doxametrics-Duepuntozero per ABI -2013; panel bancarizzati navigatori in Internet



La nuova fisionomia dello sportello bancario

Gli sportelli del futuro saranno....

PIU' SNELLI

- Sportelli **mediamente più piccoli** perché liberati dal back office
- Con **nuovi assetti organizzativi di rete**

PIU' APERTI VERSO IL PUBBLICO

- Con iniziative di **sviluppo della frequentazione dei clienti** soprattutto potenziali (per es. estensione degli orari, eventi e iniziative benefiche)

PIU' PROATTIVI

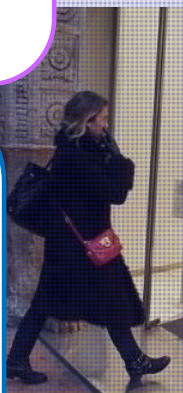
- Hanno un maggiore **orientamento alla proattività e alla vendita**
- Si avvalgono di **sviluppatori mobili** sul territorio

PIU' INNOVATIVI

- Sportelli arricchiti con **self service** evoluto
- Sportelli specificamente dedicati alla consulenza
- Sportelli con **nuovi concept e formati**

PIU' ORIENTATI A RELAZIONE E CONSULENZA

- Dotati di **personale e spazi riservati per la consulenza**
- Con **tool innovativi per i gestori** per servire meglio il cliente



Fonte: Indagine ABI-Università di Parma, L'evoluzione dei modelli di servizio in banca, aprile 2013 – tendenze a 2-3 anni



DIMENSIONE CLIENTE 2014

Luisa Bajetta



Analisi Gestionali
Direzione Strategie e Mercati Finanziari

Roma, 8 aprile 2014