



LA BANCA SUI SOCIAL prima, però...

Filippo Giotto
Social Media Manager

@bancamediolanum

#dimensionesocial

PORSI LA DOMANDA GIUSTA

Perché?

DARSI LA RISPOSTA GIUSTA

«perché ci sono tutti»

DARSI LA RISPOSTA GIUSTA

«perché non possiamo non esserci»

DARSI LA RISPOSTA GIUSTA

«per raggiungere nuovi prospect»

DARSI LA RISPOSTA GIUSTA

«per fare data collection»

DARSI LA RISPOSTA GIUSTA

«...»

DARSI LA RISPOSTA GIUSTA

Il brand è già sui social media:

nelle conversazioni delle persone
nei commenti
nei racconti delle esperienze
nella ricerca di opinioni
nelle pagine e profili *fake*
nei gruppi creati dai collaboratori

DARSI LA RISPOSTA GIUSTA

La domanda non è più
SE
attivare il brand sui social media.

DARSI LA RISPOSTA GIUSTA

La domanda è
COME
lo vogliamo fare.

APPROCCIO STRATEGICO

Social Media Strategy

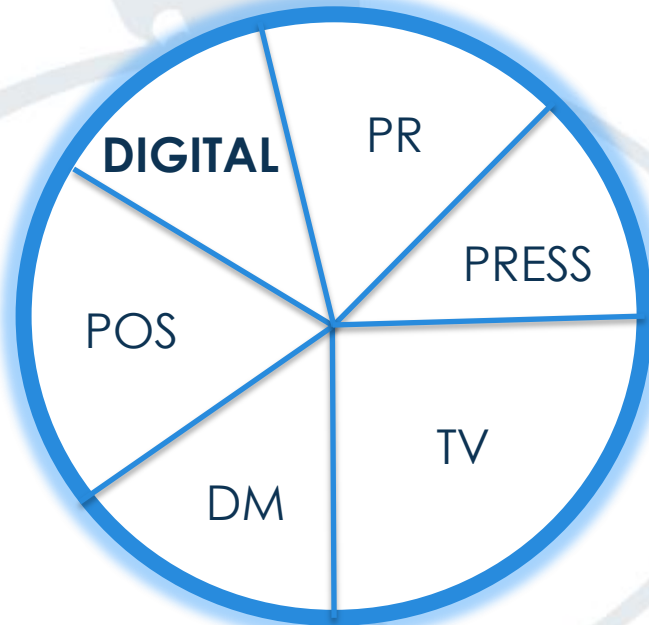
APPROCCIO STRATEGICO

Social Media Strategy

Come si inserisce all'interno della
Digital Strategy?

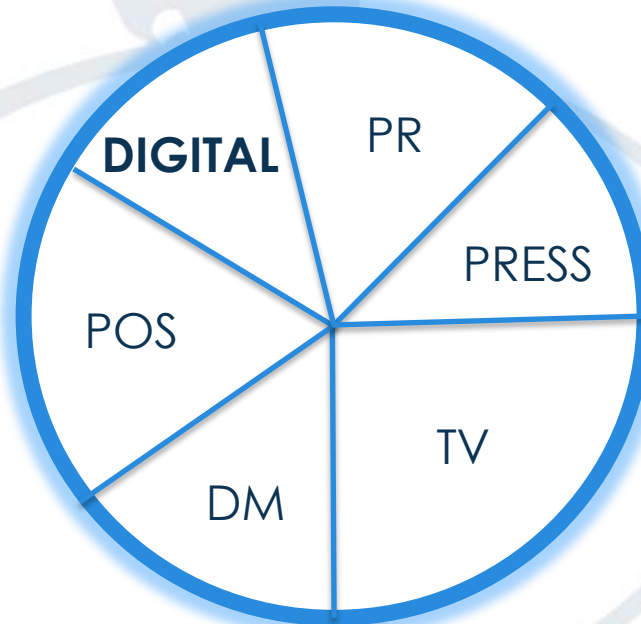
APPROCCIO STRATEGICO

digital come un canale



APPROCCIO STRATEGICO

digital come un canale



digital come un layer
(trasversale a tutti i media)



DEFINIRE GLI OBIETTIVI

Quali sono i KPI fondamentali?

Come definiamo il ROI dei Social Media?

ATTIVARE I SOCIAL ADEGUATI

Individuare i 'luoghi' in cui attivare il brand considerando che ogni social network ha la propria:

maturità
popolazione
regole di ingaggio
modalità di interazione

POLICY & PROCESSI

Occorre definire **nuove policy** dedicate ai canali social.

Policy che, oltre a normare, rappresentino una **risorsa utile** per la **gestione corretta e tempestiva** degli 'eventi' che coinvolgono le properties della banca.

PROCESSI DI ESCALATION



TASK FORCE

Legal
Compliance
Customer Care
Direzione Marketing
Direzione Commerciale
Risk Management
Reclami
HR
Ispettorato

...

COSA OCCORRE

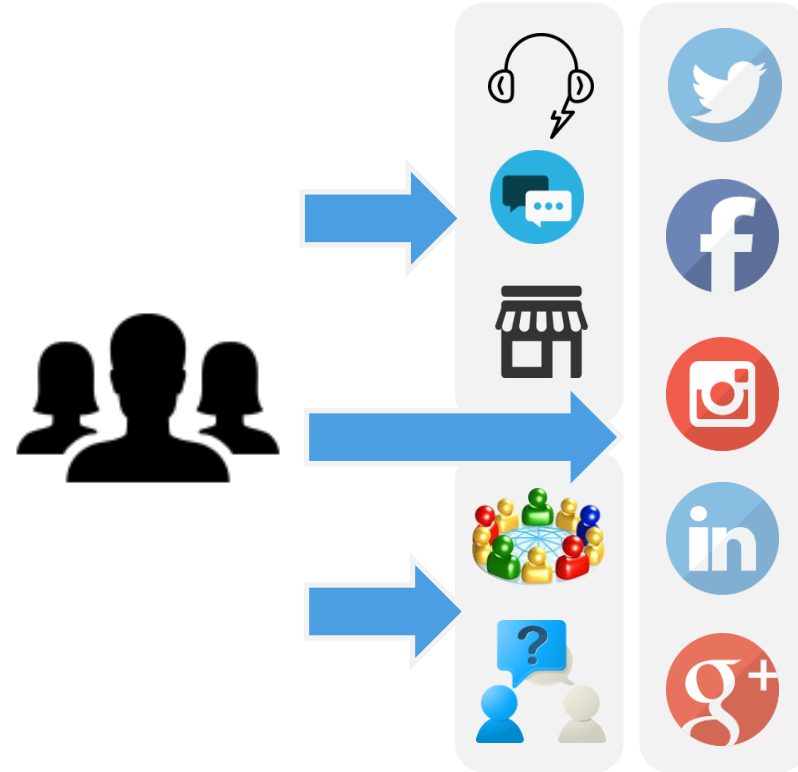
Risk Assessment & Mitigation
Moderazione ed escalation
Definizione del team
Livelli di servizio
Nuove soluzioni tecnologiche
Capacità di ascolto

CARING?

Aprirsi a una
concezione di caring
più ampia

IL CARING VISTO DAL CLIENTE

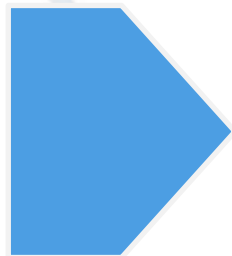
Il **cliente sceglie** il canale, il tempo e la modalità in funzione dei propri **desideri ed esigenze** del momento, anche al di fuori del perimetro definito dall'azienda.



NUOVE DINAMICHE

Cambiano le dinamiche della conversazione
tra azienda e cliente.

PRIVATA
CONTROLLATA
1-TO-1



PUBBLICA
PARTECIPATA
CONDIVISA

NUOVI PERIMETRI

Cambiano anche i perimetri del caring che si ampliano oltre la 'classica' richiesta di informazioni o assistenza.

TI CHIEDO

INFORMAZIONI
SUPPORTO
OPERATIVITA'



TI DICO

COSA VOGLIO
COSA PENSO DI TE
COSA NON VA

NUOVI PERIMETRI

Cambiano anche i perimetri del caring che si ampliano oltre la 'classica' richiesta di informazioni o assistenza.

TI CHIEDO

INFORMAZIONI
SUPPORTO
OPERATIVITA'



X DICO

COSA VOGLIO
COSA PENSO DI TE
COSA NON VA

NUOVE OPPORTUNITA'

Ascoltando il parlato dei clienti (e non solo) intorno al nostro brand è possibile **intercettare**:

richieste di supporto
problemi nascenti
anomalie diffuse
situazioni di malvenduto
rischi reputazionali
desideri (da esaudire)

PERCHE' TUTTO CIO' ?

83%

dei clienti con una esperienza di caring negativa sui social media **non farà più acquisti** con il brand

PERCHE' TUTTO CIO' ?

93%

dei clienti con una esperienza di caring negativa **lo dirà ad altre 28 persone**

IN ALTRE PAROLE

CUSTOMER SATISFACTION

IN ALTRE PAROLE

CUSTOMER SATISFACTION



```
graph TD; A[CUSTOMER SATISFACTION] --> B[CUSTOMER HAPPINESS]
```

CUSTOMER HAPPINESS

IN ALTRE PAROLE

CLIENTE SODDISFATTO

IN ALTRE PAROLE

CLIENTE SODDISFATTO



AMBASCIATORE

IN ALTRE PAROLE

CLIENTE SODDISFATTO

AMBASCIATORE

DETRATTORE

NUOVI CODICI



Segui

Ho spiegato al signore di
[@BancaMediolanum](#) Ufficio di Soave VR
che quello è un posto per disabili e lui ha
negato

↳ Rispondi ↳ Retweet ☆ Preferito 📧 Buffer ⬅️ Scoop.it ⋮ Altro



NUOVI CODICI

  [Segui](#)

Ho spiegato al signore di [@BancaMediolanum](#) Ufficio di Soave VR che quello è un posto per disabili e lui ha negato

[Rispondi](#) [Retweet](#) [Preferito](#) [Buffer](#) [Scoop.it](#) [Altro](#)



  [Segui](#)

[@Ar](#) [er @BancaMediolanum](#)
Complimenti, se i suoi impiegati negano un evidenza così palese non oso immaginare o contratti proposti...

[Rispondi](#) [Retweet](#) [Preferito](#) [Buffer](#) [Scoop.it](#) [Altro](#)

RETWEET	PREFERITO	
1	1	

17:00 - 25 set 2014

 Rispondi a [@BancaMediolanum](#)

 [64](#) [A](#) [Andreas](#)
[um](#) e non è la prima volta

[Rispondi](#) [Retweet](#) [Preferito](#) [Buffer](#) [Altro](#)

NUOVI CODICI



Banca Mediolanum
@BancaMediolanum



Following

Ciao @A per grazie per la segnalazione, ci dispiace dell'accaduto. L'auto è stata rimossa!

↳ Rispondi ↳ Retweet ★ Preferito ↳ Scoop.it 📧 Buffer *** Altro



RETWEET
1

PREFERITI
2



18:04 - 25 set 2014

Segnala contenuto

NUOVI CODICI

 **Banca Mediolanum**
@BancaMediolanum Following

Ciao @ [redacted] grazie per la segnalazione, ci dispiace dell'accaduto. L'auto è stata rimossa!

↳ Rispondi ↻ Retweet ★ Preferito ↶ Scoop.it ☰ Buffer ⋮ Altro



RETWEET 1 PREFERITI 2

18:04 - 25 set 2014 Segnala contenuto

 [redacted] Segui

@BancaMediolanum grazie per il vostro celere intervento, avete dimostrato molta attenzione e professionalità

↳ Rispondi ↻ Retweet ★ Preferito ↶ Scoop.it ☰ Buffer ⋮ Altro

RETWEET 2 PREFERITO 1

08:48 - 26 set 2014

A faint, light blue background image of a person in a wheelchair, positioned in the upper left and lower left areas of the slide. The person is leaning forward, and the wheelchair is partially visible.

GRAZIE!