

# GLI ANALYTICS AL CENTRO DELLA STRATEGIA DI RELAZIONE CON IL CLIENTE



Convegno ABI Dimensione Cliente 2016  
Roma, 7-8 Aprile

**BENIAMINO DE SIMONE**  
REGIONAL DIRECTOR INNOVATION PRACTICE SAS

A young woman with curly brown hair and a yellow beaded necklace is smiling and looking at a smartphone. A young man with long brown hair is leaning in, also smiling and looking at the phone. They appear to be in a casual setting, possibly a cafe or a public space.

# The Unbanked Generation:

## *A Guide to the Financial Habits of Millennials*

The millennial generation — those born between 1981 and 2005 — is the biggest in history, even bigger than one of the most significant generations of our time, the Baby Boomers. It is also the first completely digital generation, living almost entirely on their smartphones. If banks are going to bring these millennials into the fold, they're going to have to meet them halfway — if not more.

**94% dei consumer al di sotto dei 35 anni utilizza principalmente il banking online**



70%

delle esperienze di acquisto  
è determinato dal sentiment



Emozioni

Transazioni

**Per disegnare esperienze significative  
occorre catturare le storie delle persone**

Risparmio

Pagamenti

Attitudine  
al Rischio

Reddito

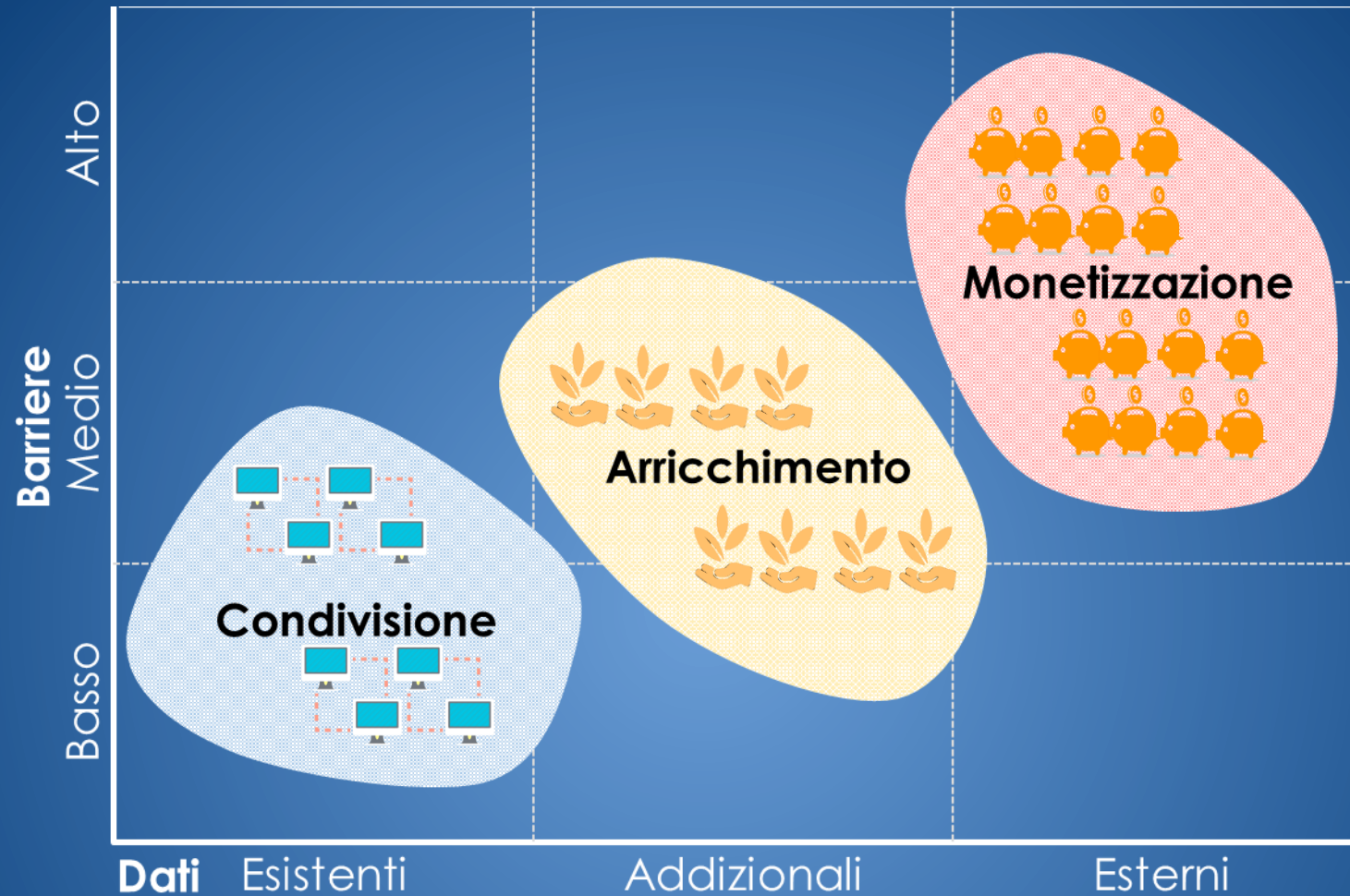
Consumi

Investimento

Life-style

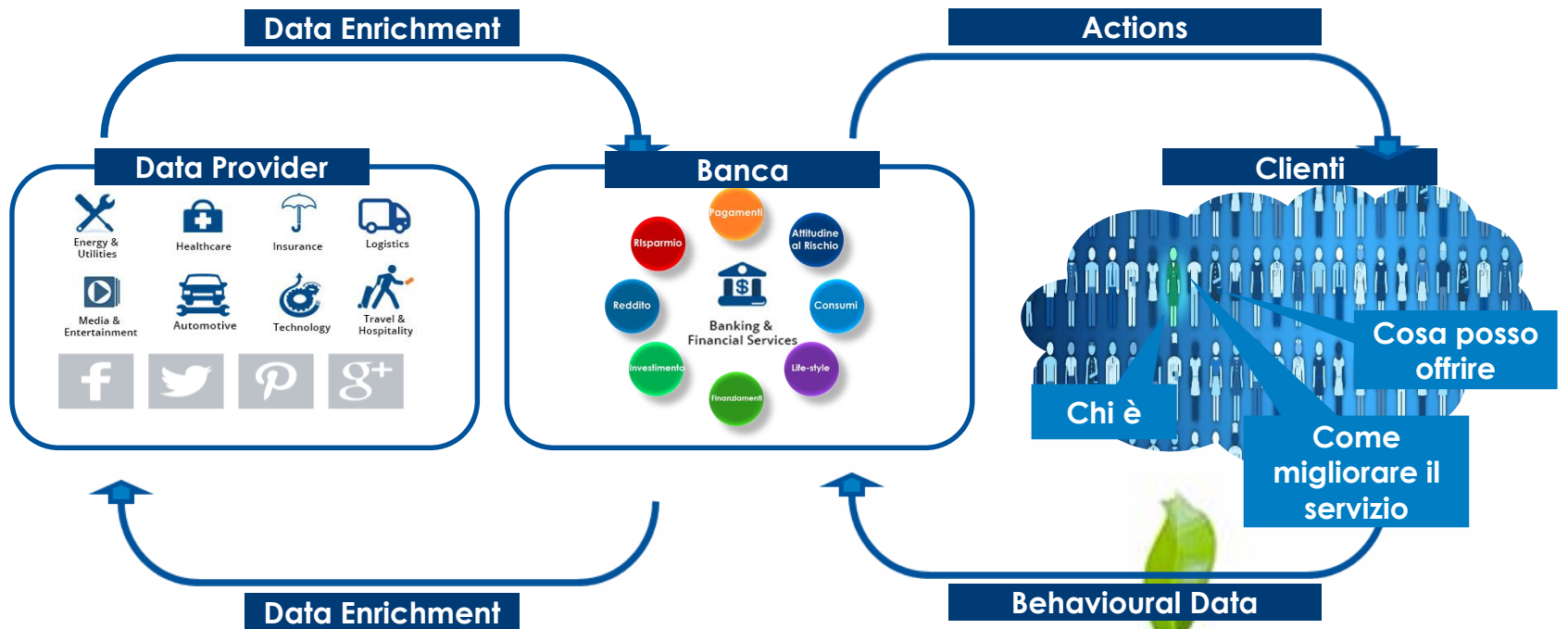
Finanziamenti

Il valore dei dati di cui dispongono le banche rappresenta un asset unico

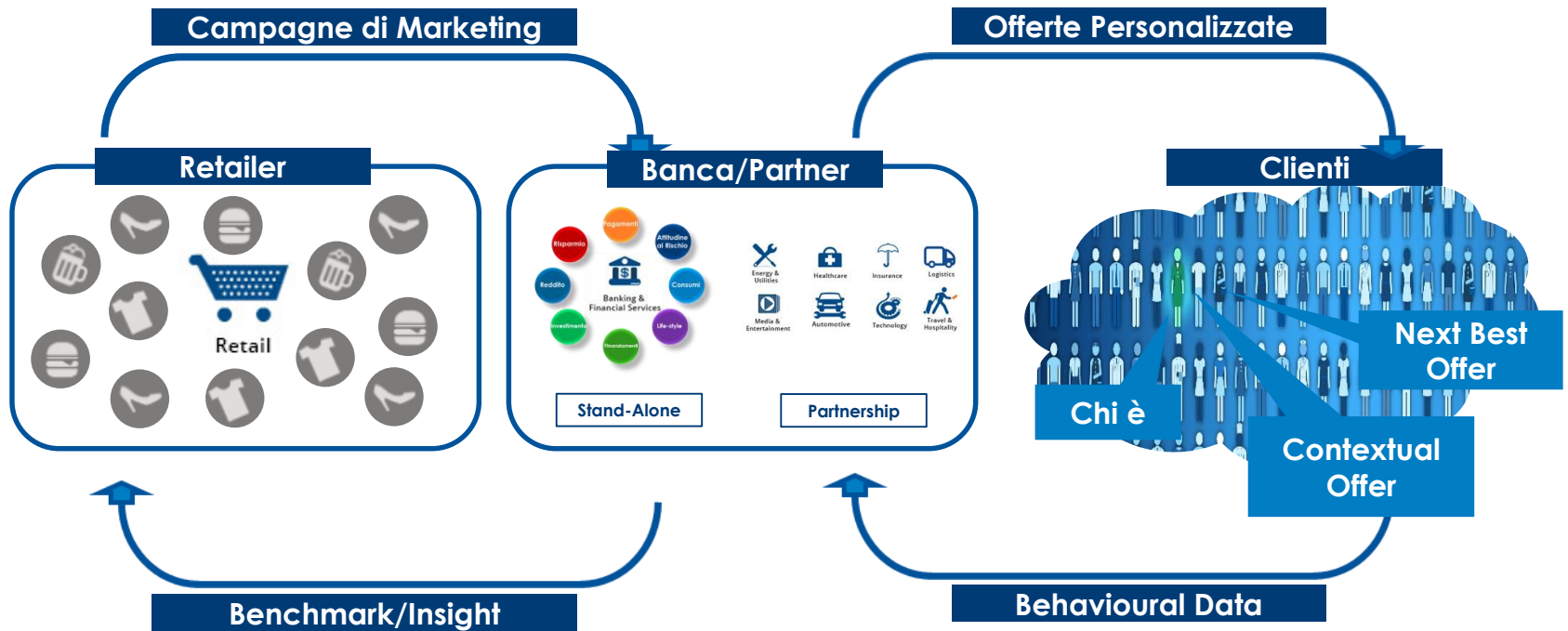


**Il 64% delle aziende europee prevede effetti positivi sulle revenue da iniziative di valorizzazione dati e analytics<sup>(\*)</sup>**

(\*) Fonte: IDC EMEA, European Data Market Survey, 2015



**La monetizzazione interna crea valore sul core business della banca**



**La monetizzazione esterna crea valore attraverso l'accesso a nuove aree di mercato**





# IPERPROFILO COMPORTAMENTALE

Life stage,  
socio-demo

Financial/  
Protection  
Needs

Life style,  
interests

Communication  
Profile

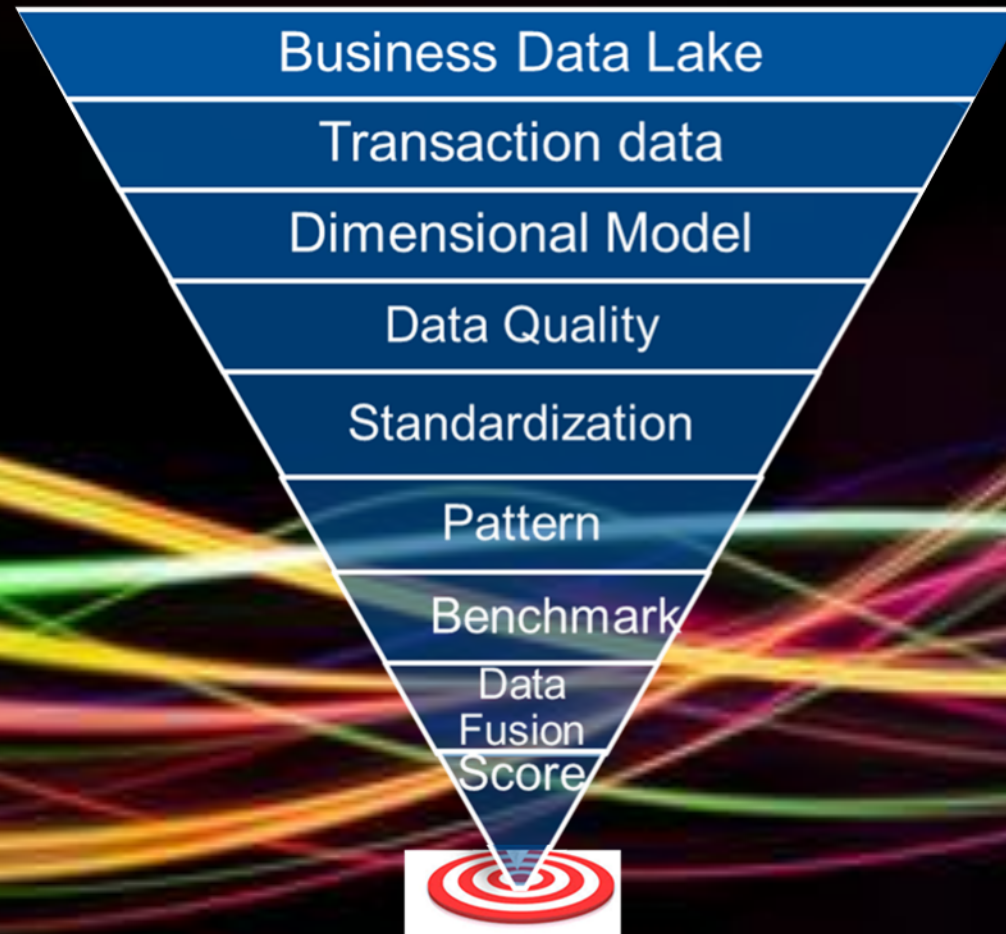
Digital  
Profile

Social  
Profile

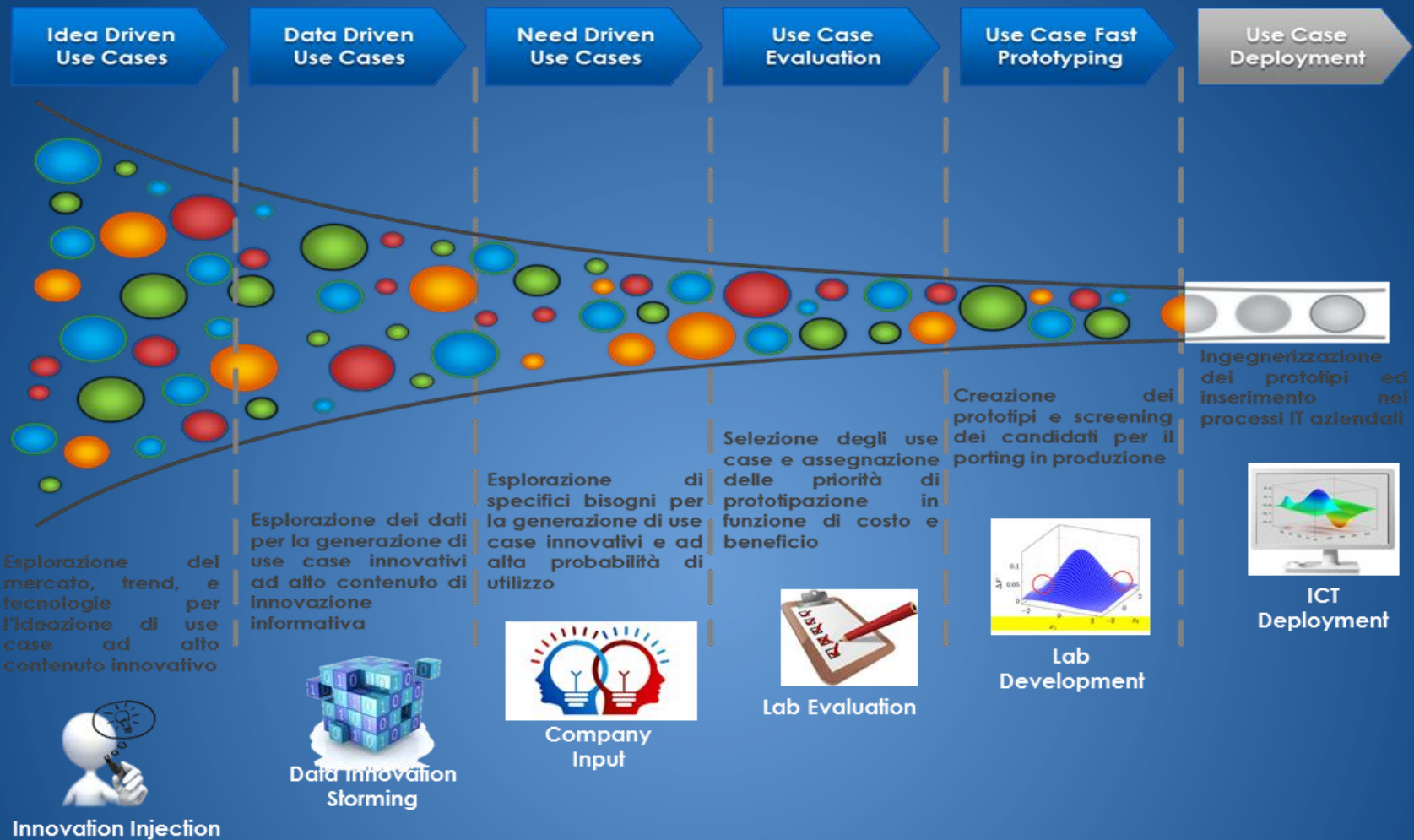
Social  
Profile

La strategia di segmentazione è basata  
sull'identificazione del Consumer DNA





**La Data Fusion consente di combinare tutti i dati interni ed esterni, anonimi e registrati**



**Il Laboratorio di Innovazione coniuga tecnologia e competenze in un approccio test&learn**

**GRAZIE!**



**Beniamino De Simone**  
**Regional Director Innovation Practice SAS**

Mob +39 335 7727731  
Beniamino.DeSimone@sas.com

[www.sas.com/italy](http://www.sas.com/italy)

