

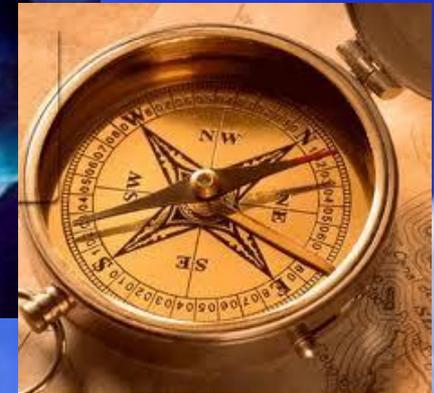
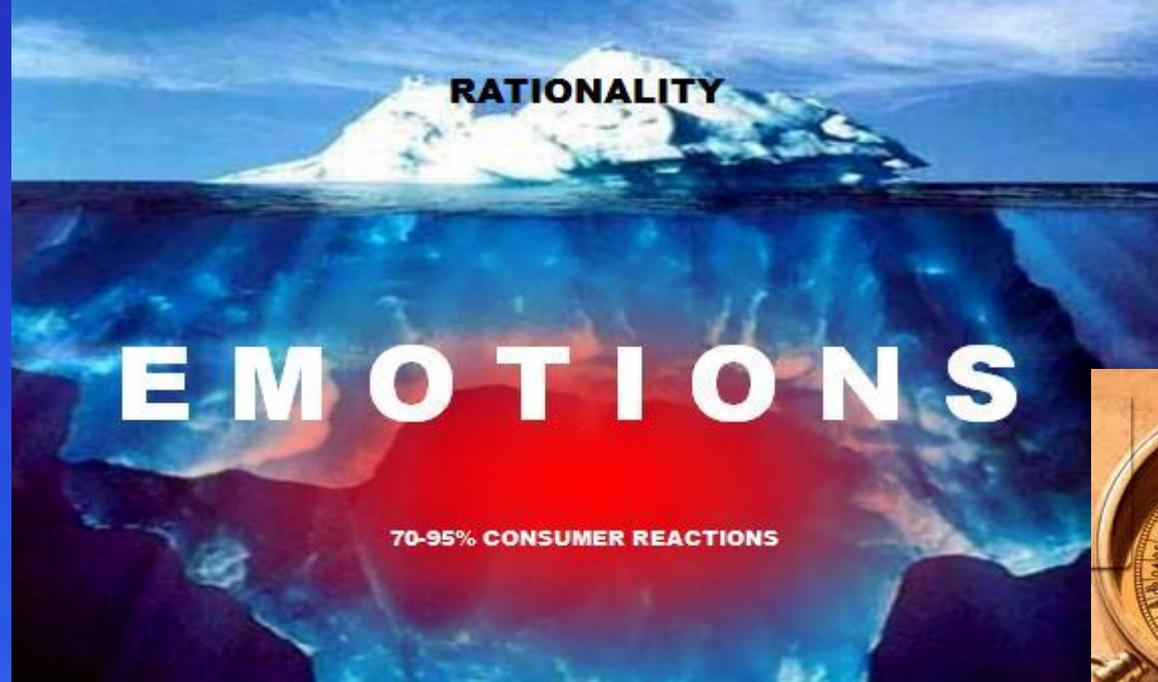


Tailor-made multichannel banking for the client

*Dal Bancomat agli NFC.
L'impulso all'acquisto
e i drivers emozionali.
Ergonomia dell'acquisto
digitale.*

Fabrizio Bellavista

Partner Istituto di Ricerca
'Emotional Marketing'



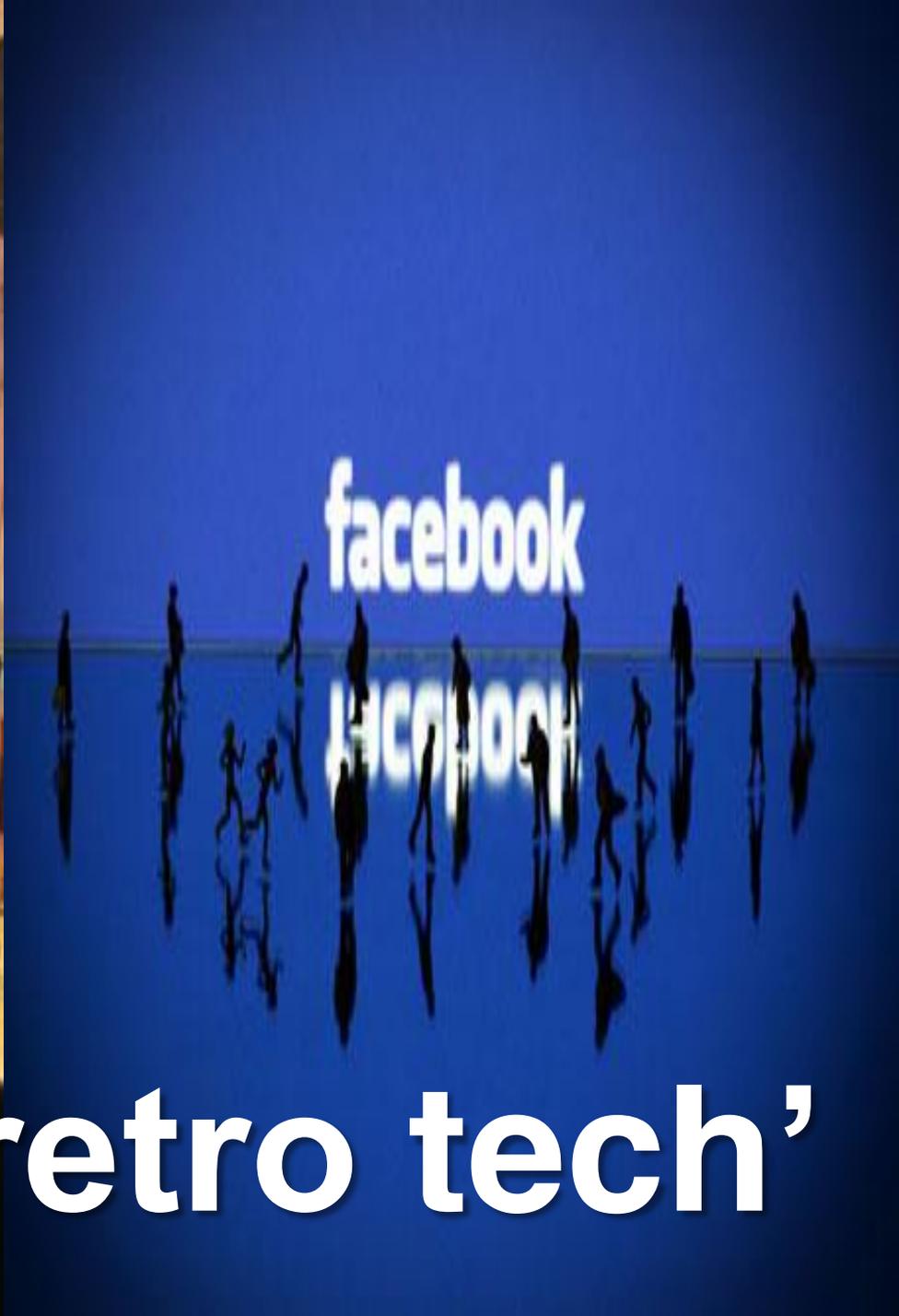
Una multicanalità cucita sartorialmente sui cluster emozionali dei clienti di ogni specifica banca.

Index di coerenza.

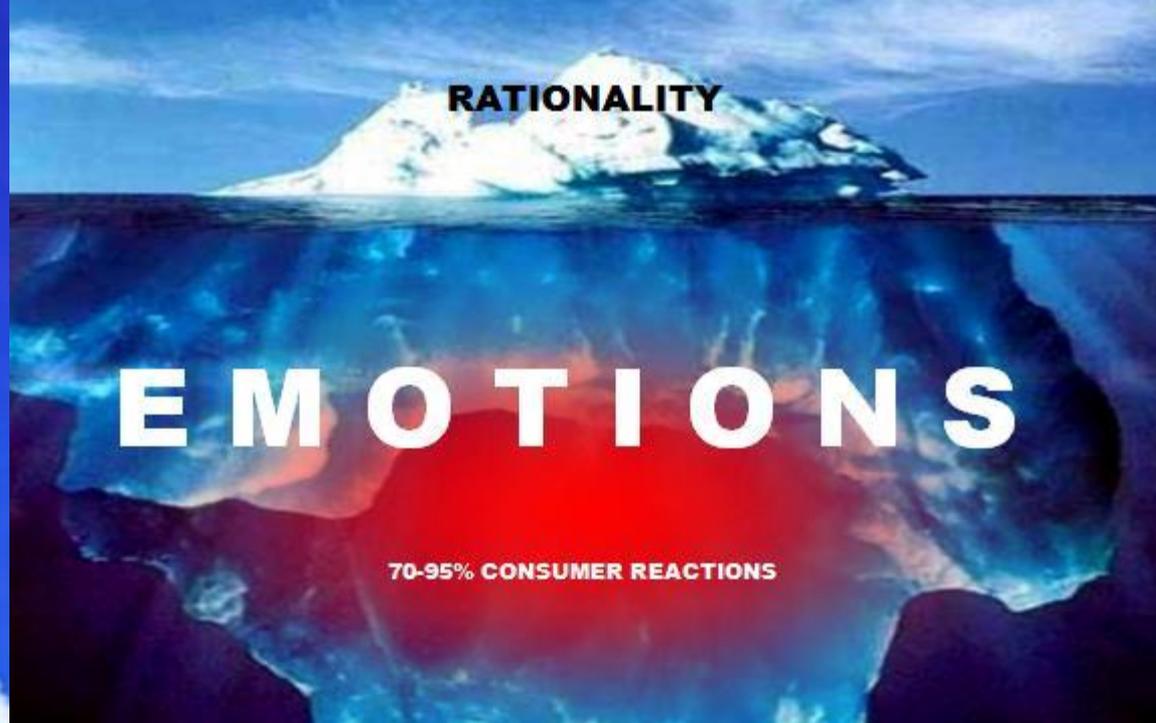


ERGONOMIA DELLA TRANSAZIONE DIGITALE





l'Italia è 'retro tech'



EMOZIONI & VALORI

“...sta nascendo una nuova configurazione che da un pensiero descrittivo, passa ad un pensiero liquido ed emozionale ...”.

G.Mirabella, “McLuhan Program”





F-Commerce
Selling on Facebook





**Entro il 2015 il 50% delle vendite
via web avverrà tramite la
presenza Social e applicazioni mobili.**

(By Gartner)

LA MULTICANALITA' COME ECOSISTEMA.

La filiale è uno dei poli primari della visione multicanale...

