
L'impatto della multimedialità nel settore bancario e finanziario

Gianluca Benatti

Responsabile Servizio Mercato Family e Sistemi di pagamento

Milano, 2 dicembre 2003

L'approccio errato alla multimedialità in banca ...

**Margine sulla
multimedialità**

=

**Prezzo Unitario
Operazioni
X
Volumi
+
Canone**

- Rende, se il cliente compra
- Contano il trading ed i bonifici
- E' fondamentale per acquisire pochi nuovi clienti, ma buoni

-

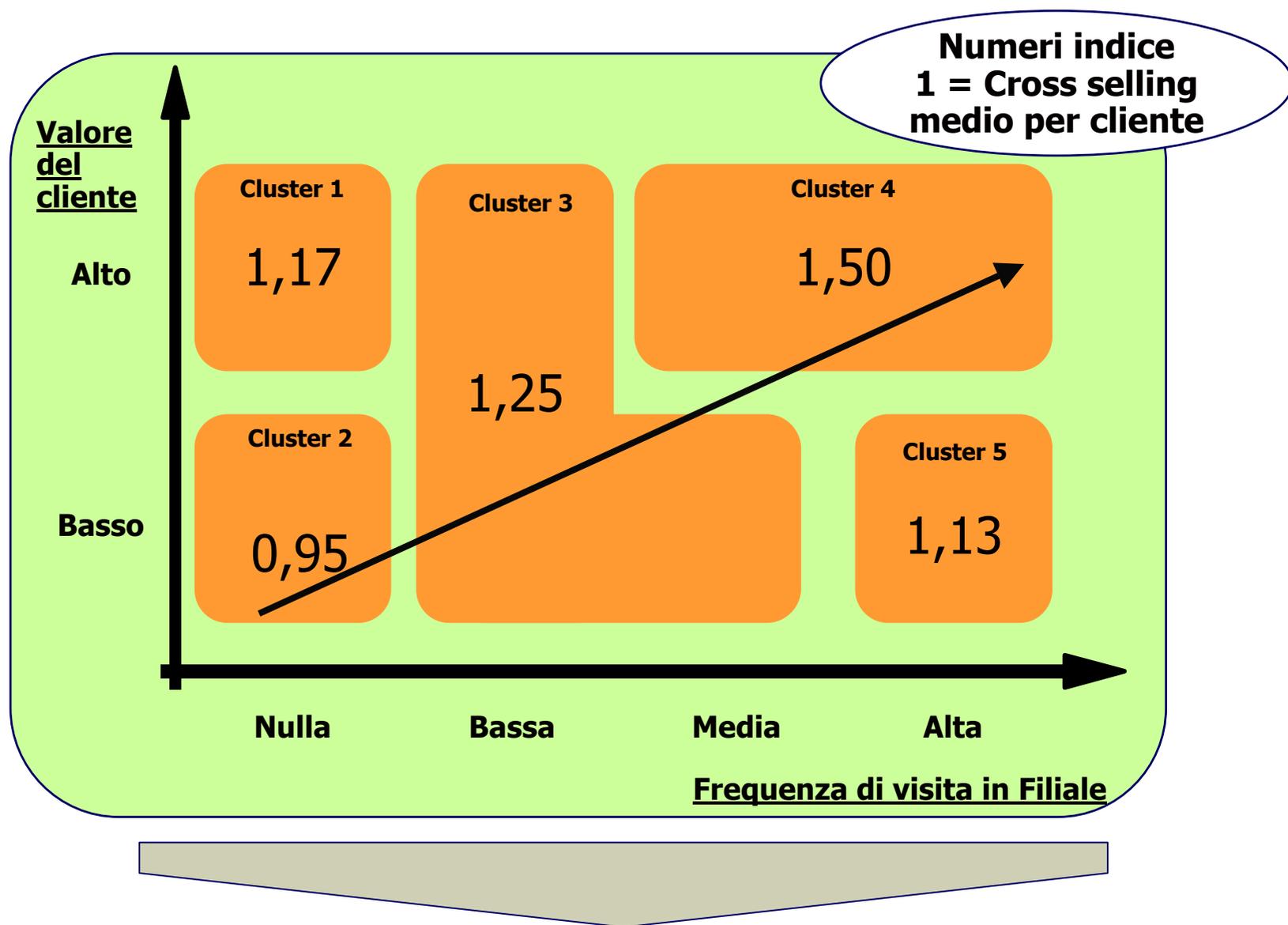
**Investimenti
effettuati e costi
marginali**

- Derivanti da tecnologia e telecomunicazioni



E' FONDAMENTALMENTE UNA COMUNICAZIONE AD UNA VIA, SENZA INTERATTIVITA': IL CLIENTE COMUNICA SCEGLIENDO LA MERCE IN VETRINA

... "soffre" di fronte ad una serie di paradossi: (1) la centralità della Filiale nella relazione con il cliente

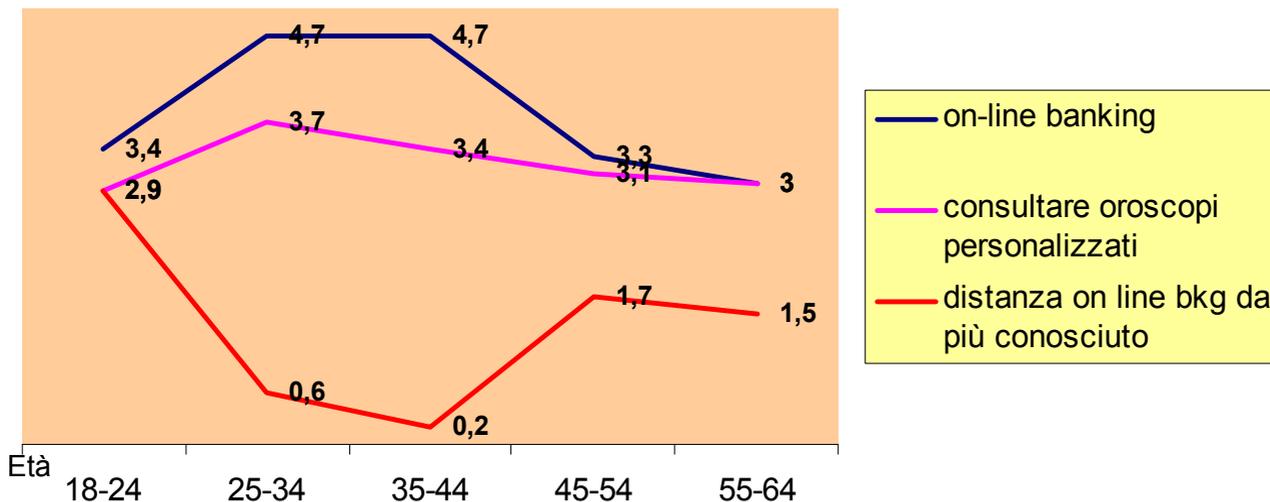


IL POSSESSO DI PRODOTTI DELLA BANCA CRESCE AL CRESCERE DELLA FREQUENZA DI VISITA IN FILIALE

... "soffre" di fronte ad una serie di paradossi: (2) la scarsa sensibilità della clientela all'offerta bancaria multimediale

interesse per servizi interattivi

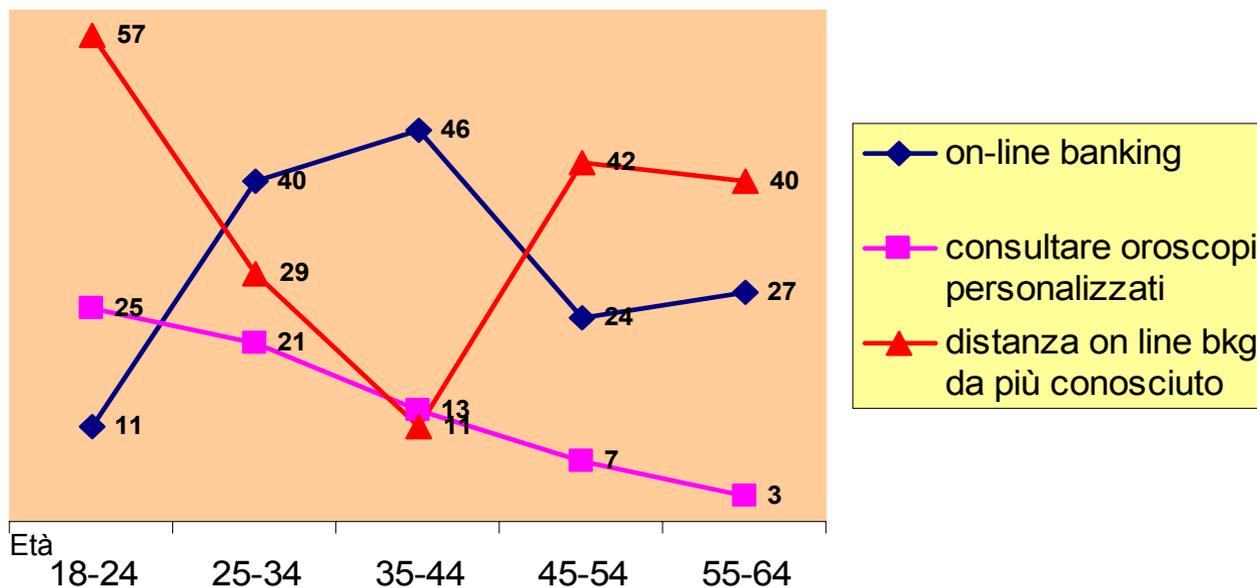
Scala da 1 a 9



Nel mondo analogico si prende più facilmente un appuntamento dal parrucchiere che in banca; nel mondo digitale è lo stesso....

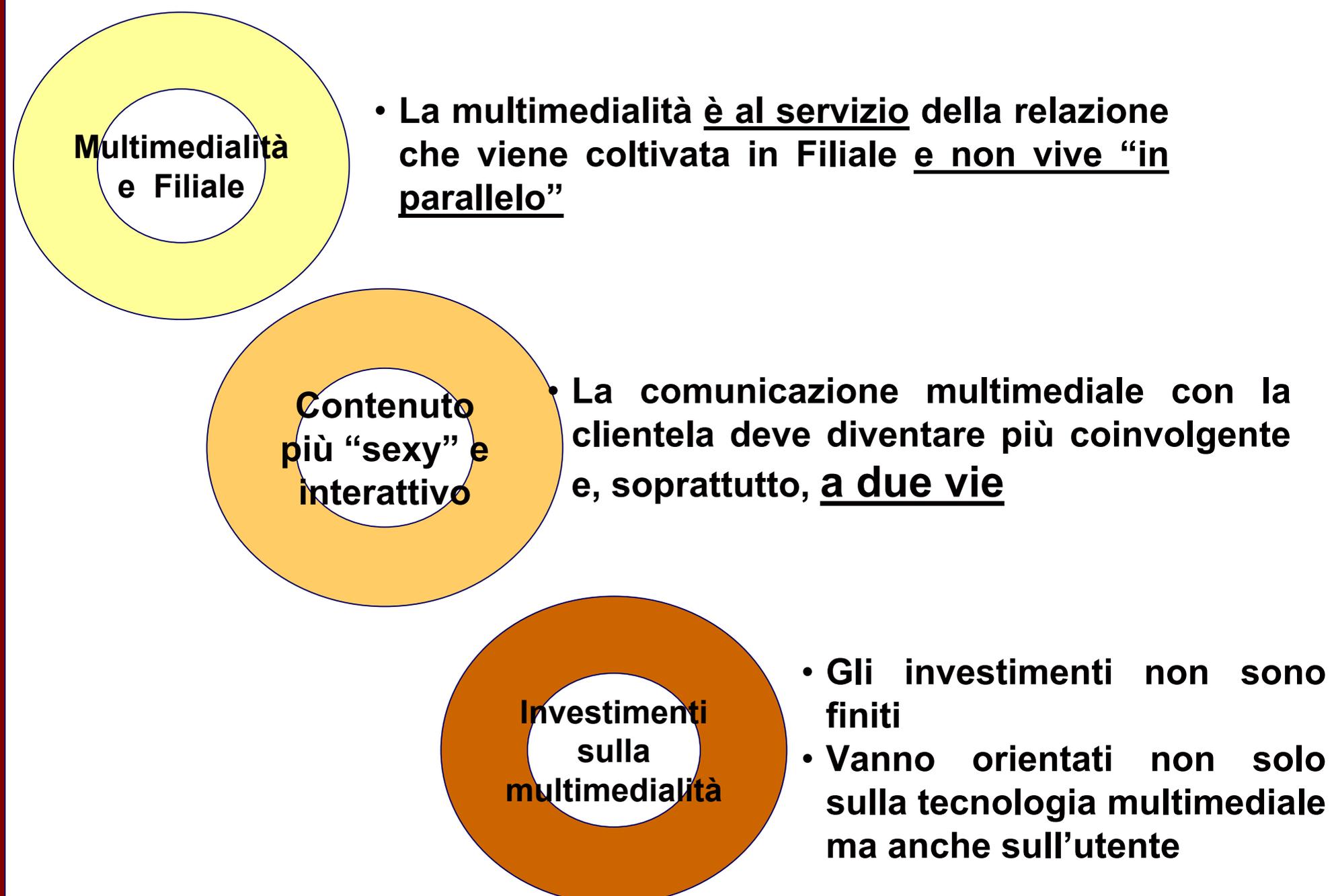
utilizzo servizi interattivi

Per cento



Le fasce di clientela che detengono la maggior parte degli assets finanziari in Italia **utilizzano di meno la multimedialità**

Per dare nuovo vigore alla multimedialità si richiede pertanto almeno un numero limitato di decisioni strategiche



Multimedialità
e Filiale

- La multimedialità è al servizio della relazione che viene coltivata in Filiale e non vive “in parallelo”

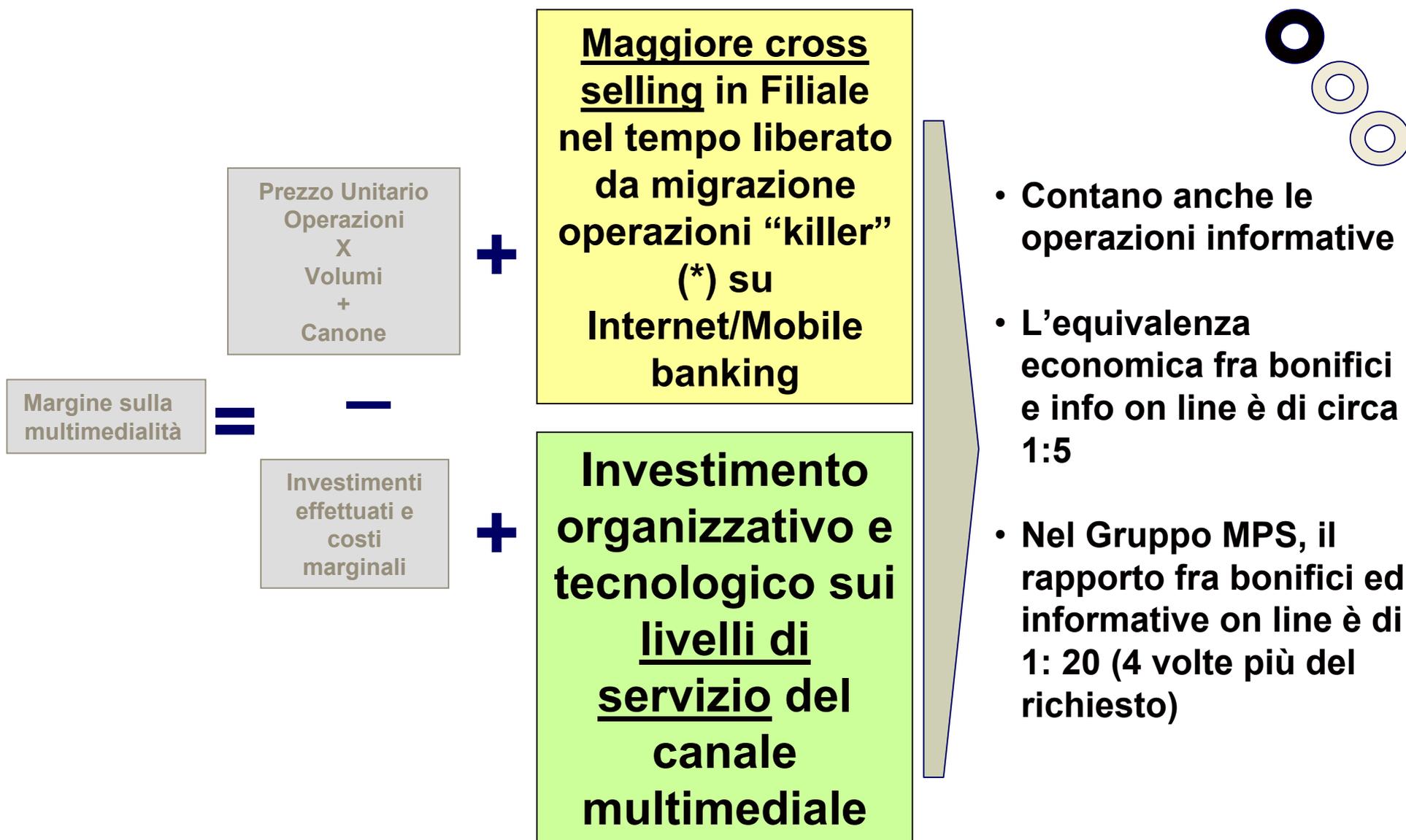
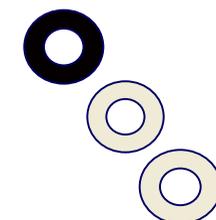
Contenuto
più “sexy” e
interattivo

- La comunicazione multimediale con la clientela deve diventare più coinvolgente e, soprattutto, a due vie

Investimenti
sulla
multimedialità

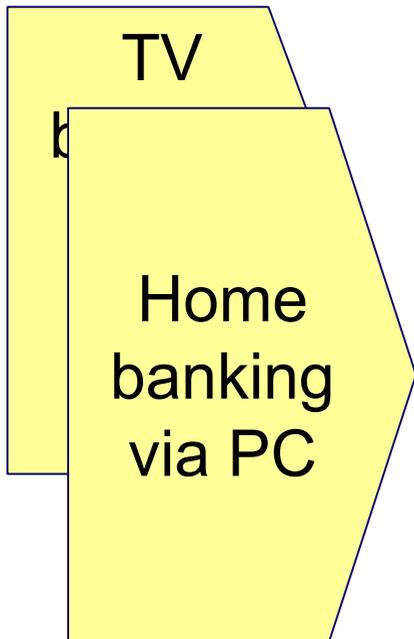
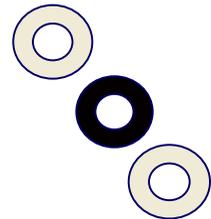
- Gli investimenti non sono finiti
- Vanno orientati non solo sulla tecnologia multimediale ma anche sull'utente

Il paradigma della multimedialità bancaria "filiale - centrica"

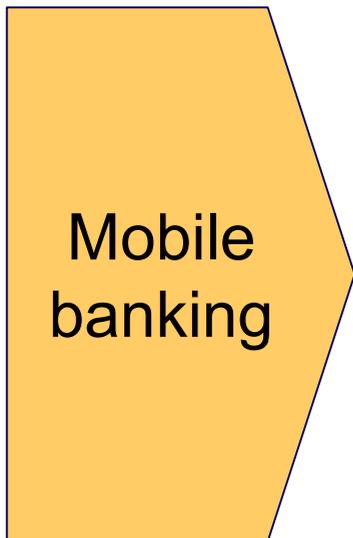


(*): trattasi di operazioni oggi già disponibili sia in Filiale che su tutti i canali remoti, quali: prelievi, bonifici, giroconti, lettura movimenti di c/c, pagamento utenze, imposte e tasse.

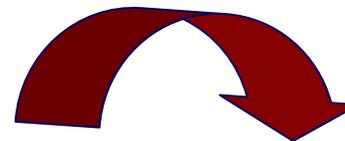
La multimedialità deve diventare interattiva!!



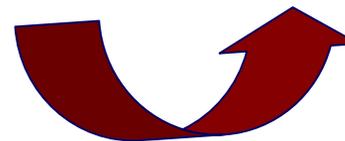
- Concorsi
- Promozioni ed offerte speciali (loyalty programmes)
- Permission marketing a costo controllato, attraverso e-mailing
- Etc,etc.



- Servizi di avvisatura
- Promozioni ed offerte speciali
- Permission marketing a costo controllato, attraverso SMS
- Etc,etc.



Ruolo specifico dei canali interattivi nel promuovere un flusso informativo **DALLA BANCA AL CLIENTE** riguardante prodotti, servizi, campagne commerciali di prodotto su sottosegmenti di clientela



Occorre continuare ad investire, specie sul cliente ...



1 Il Contact Center Retail **gestisce il primo contatto** della clientela target con tentativo di appuntamento in Filiale

5 Un **team di specialisti** presiede un corner in filiale, dotato di demo home banking, phone banking e mobile banking: "lo sportello virtuale"

2 Un Team dedicato in Filiale:

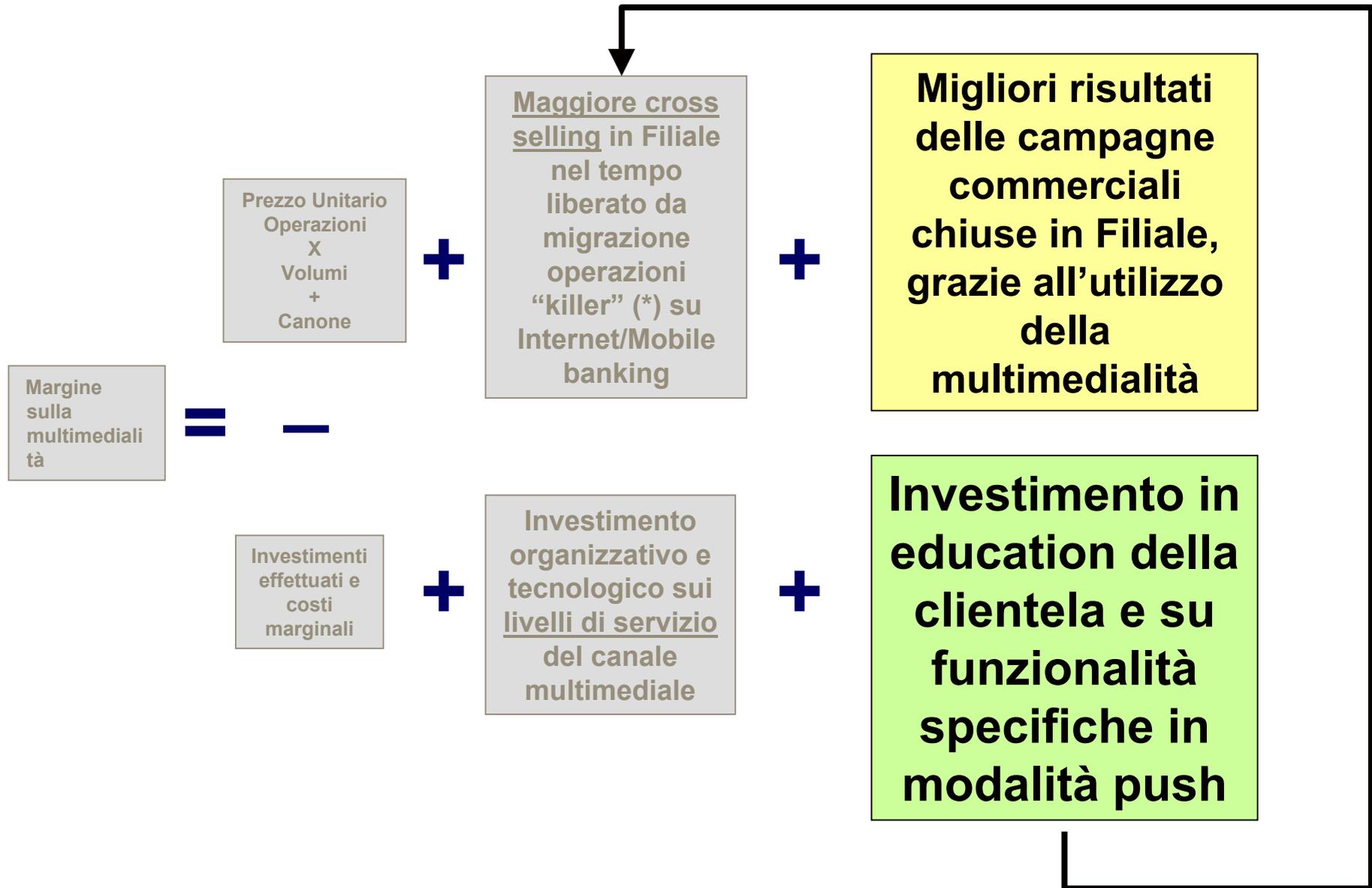
- **accoglie i clienti** che si presentano **su appuntamento** ed
- **intercetta in fila** quelli che si presentano per effettuare operazioni killer

3 L'op. di sportello riceve un **alert commerciale** quando opera per conto di un cliente target

4 Il responsabile del Team è costituito dal **cross seller** il quale efficientia l'impiego delle risorse e gestisce le "criticità" di accoglimento del cliente



... per completare così una impostazione radicalmente diversa da quella vista all'inizio, con nuove prospettive



Un esempio dalla banca più antica del mondo

Dinamica dello sfruttamento della multimedialità

- **Numero contratti al 9/03:**
 - Home Banking: 415.000
 - Mobile banking: 38.000
- **Crescita annua contratti attivi**
 - Home Banking: +35,8%
 - Mobile: +78,1%
- **Andamento operatività :**
 - Percentuale operazioni killer intercettate da Home Banking: 16%
 - Crescita annua: +5,4%

I Progetti in corso ad alto impatto sulla multimedialità

- Nuovo Modello di Servizio Family
- Migrazione operazioni killer sui canali remoti
- Governo unificato dei canali remoti
- Tracciatura multicanale

Paschihome