



Roma  
26 marzo 2010

# i nuovi "confini" della customer experience

Fabio Giroto

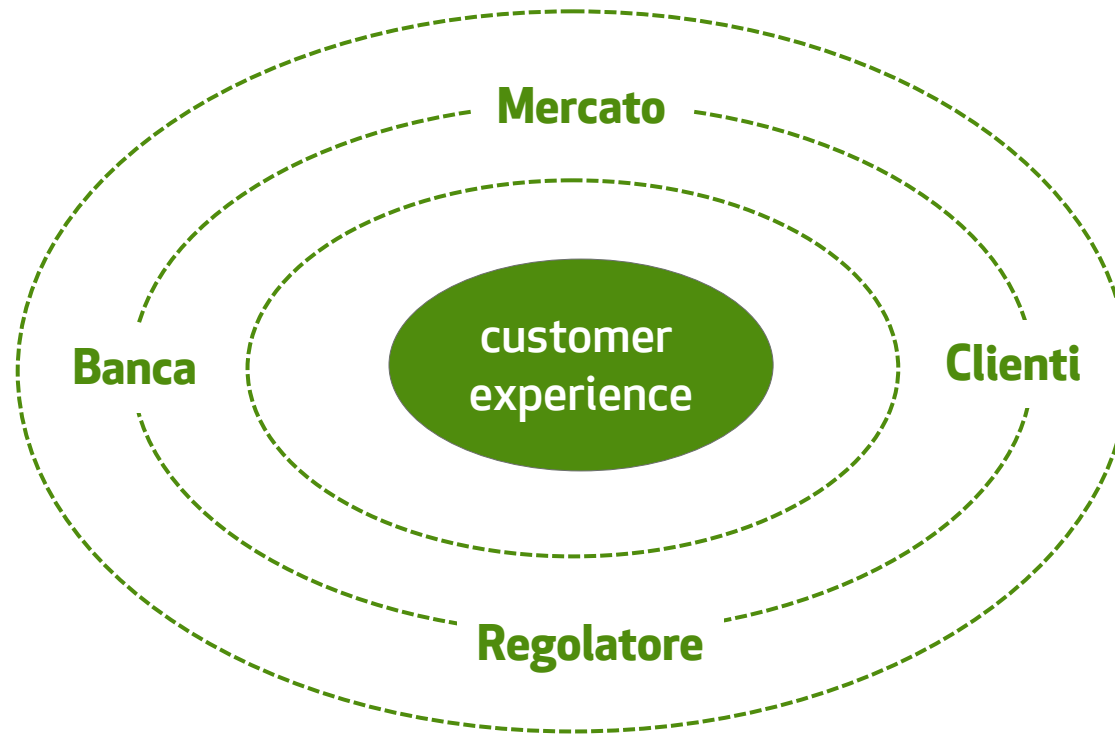
Dimensione Cliente 2010

Qualità, Relazione e Fiducia

Conoscere e rafforzare la Customer Experience

# i "confini" della customer experience

la customer experience è la sintesi della relazione diretta ed indiretta che un cliente ha con la sua Banca



*i "confini" della customer experience rappresentano lo spazio in cui una Banca compete per attrarre, sviluppare e fidelizzare la clientela target*

# i “confini” della customer experience | gli “estremi”

agli estremi confini della customer experience troviamo Banche che hanno puntato sugli intangibile



**aromaterapia** presente nelle filiali



diffusione di **brani musicali** nelle filiali



offerta di **bevande** a tutti i clienti



offerta **impermeabile** ai clienti in caso di pioggia



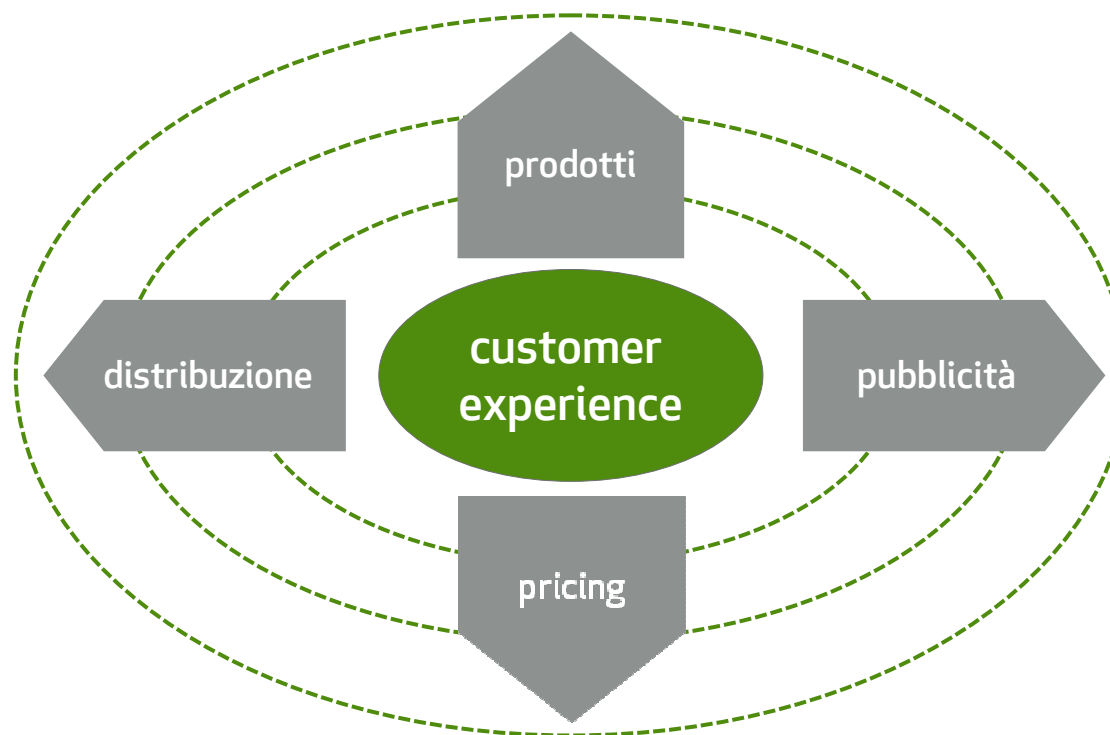
**layout** informale ed accogliente

# i nuovi "confini" | la spinta delle Banche per "l'allargamento"

da oltre un decennio le banche stanno proponendo nuove value proposition per allargare i confini della customer experience...

+ 40% indice di cross-selling (2001-2007)

+ 37%  
operazioni annue  
sui depositi  
(2005-2009)

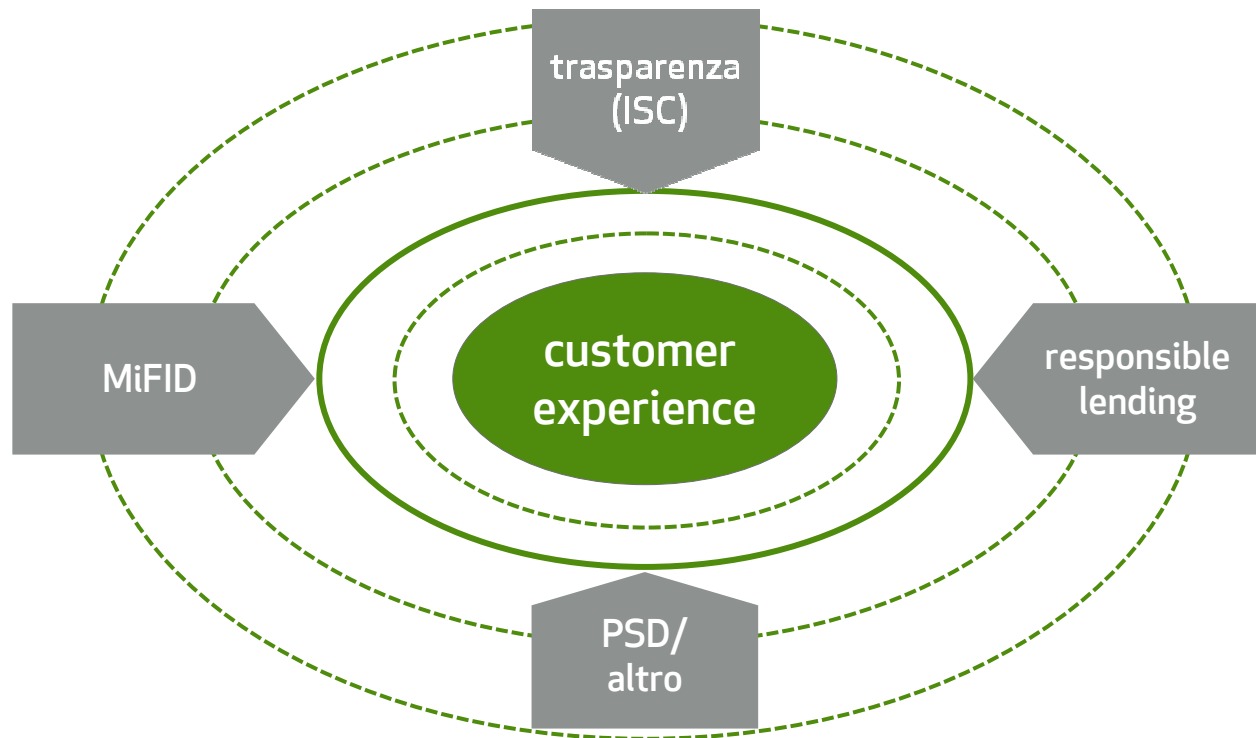


+ 50%  
investimenti  
pubblicitari  
(2002-2007)

+ risk based, + profili tariffari, + bonus fedeltà...

# i nuovi "confini" | il perimetro regolamentare

...mentre la crisi sta accelerando la regolamentazione dei rapporti Banca-Cliente per cui si riducono i gradi di libertà della Banca e quindi gli spazi per la creazione di una value proposition differenziante

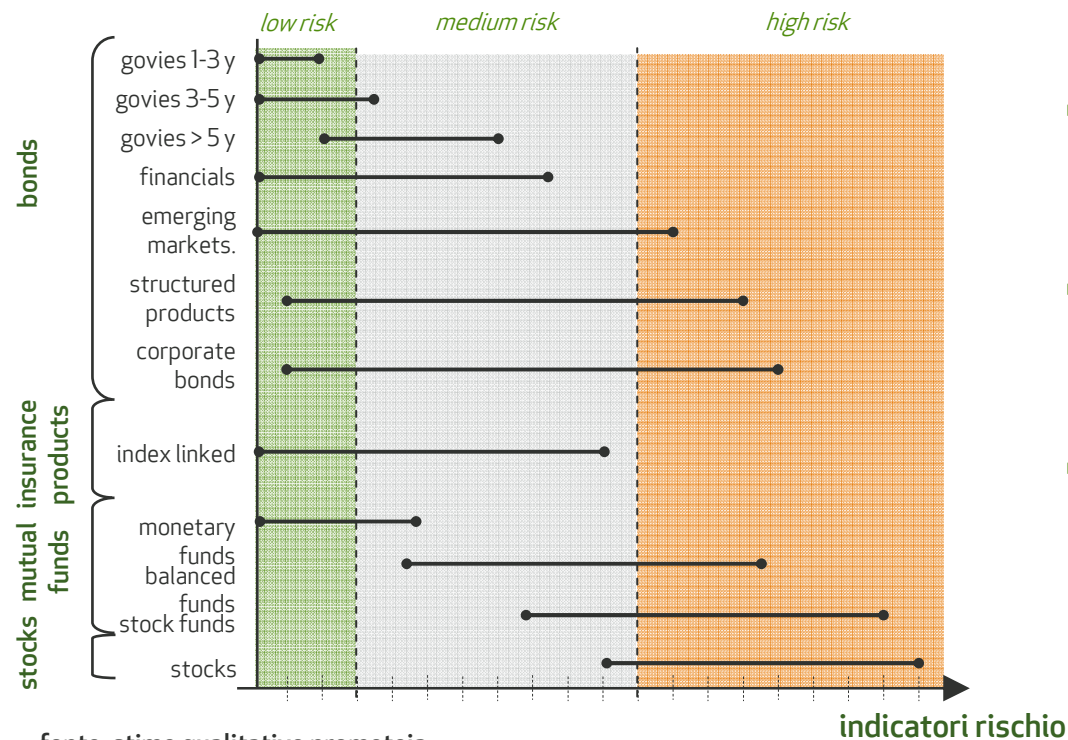


*delimitare i confini per rendere più tangibile e quindi trasparente la relazione Banca-Cliente*

# i nuovi "confini" | il perimetro MiFID

minori spazi di differenziare l'asset allocation a parità di profilo

## - esemplificativo indicatori di rischio -



## - impatti sulla customer experience -

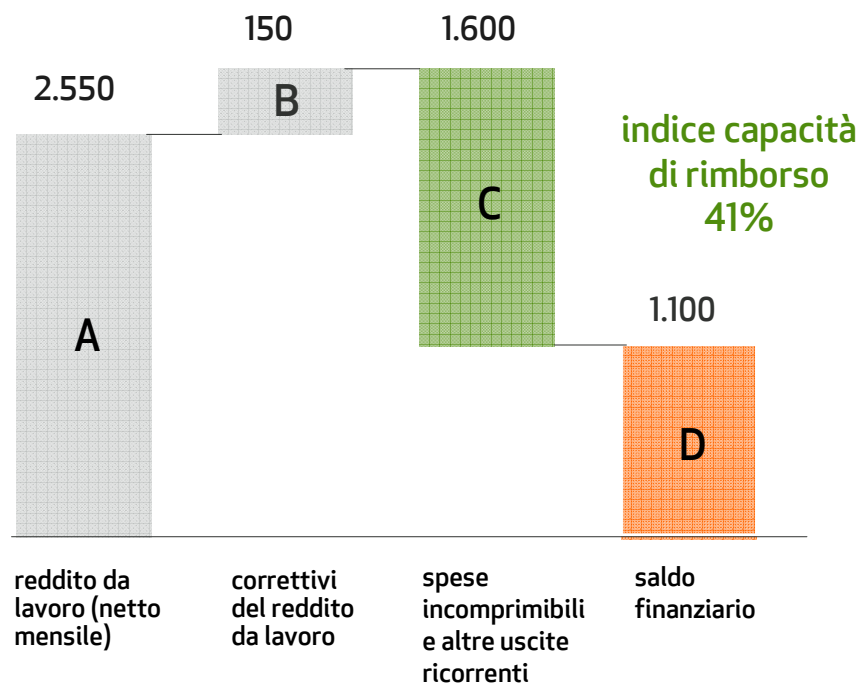
- spinta a relazioni uniche/ a maggior trasparenza su patrimonio presso terzi
- spinta a rendere più frequenti i contatti (verifiche adeguatezza/appropriatezza)
- maggior enfasi su professionalità del gestore/ processi e strumenti utilizzati

*servono nuove logiche di segmentazione*

# i nuovi "confini" | il perimetro "Responsible Lending"

maggiori vincoli nella valutazione del merito creditizio

- saldo finanziario (€) e indice di capacità di rimborso (%) -



- impatti sulla customer experience -

- spinta a un maggior scambio di informazioni Cliente-Banca e Banca-Cliente
- spinta ad affinare la valutazione del Rischio lungo l'intera durata del finanziamento
- spinta a ridurre la catena distributiva
- maggiore enfasi sulla professionalità del gestore/ processi e strumenti utilizzati

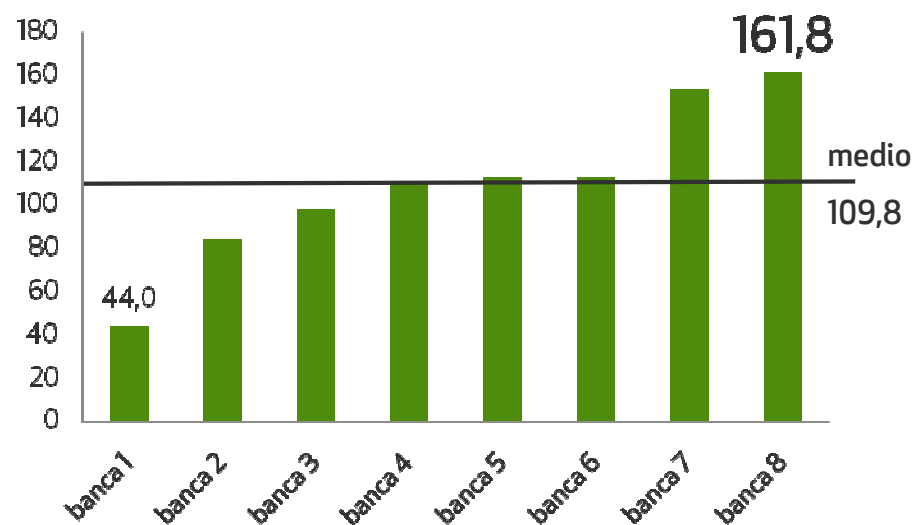
fonte: esperienza prometeia per primario gruppo bancario

*servono nuove logiche di valutazione della sostenibilità del credito*

# i nuovi "confini" | il perimetro "trasparenza"

è ora possibile confrontare i conti correnti attraverso un unico indicatore sintetico di costo (ISC)

**- ISC c/c -**  
(profilo famiglia base)



fonte: indagine prometeia a dicembre 2009

**- impatti sulla customer experience -**

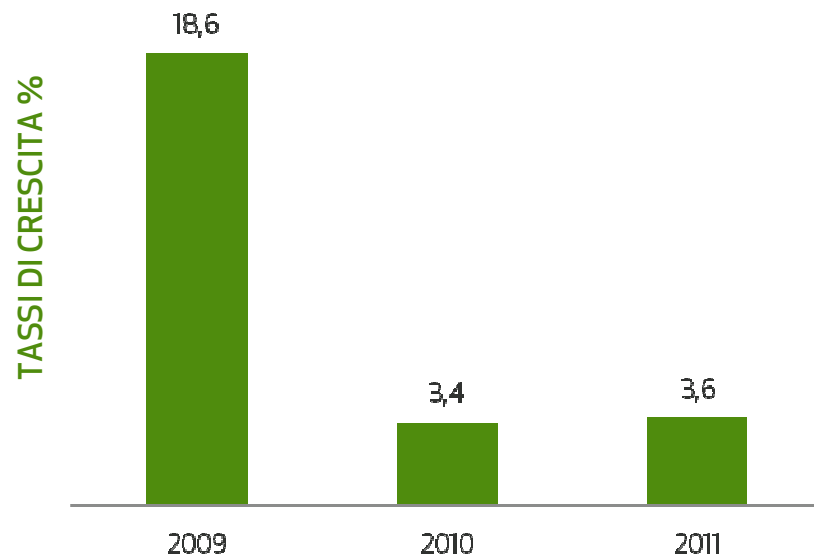
- spinta a favorire acquisti più consapevoli e adeguati al profilo cliente
- spinta ad una più dinamica promozione dei prodotti (es. pubblicità comparativa)
- maggior enfasi su professionalità del gestore/ processi e strumenti utilizzati

*maggior esigenza di intelligence*

# i nuovi "confini" | mercato (1|4)

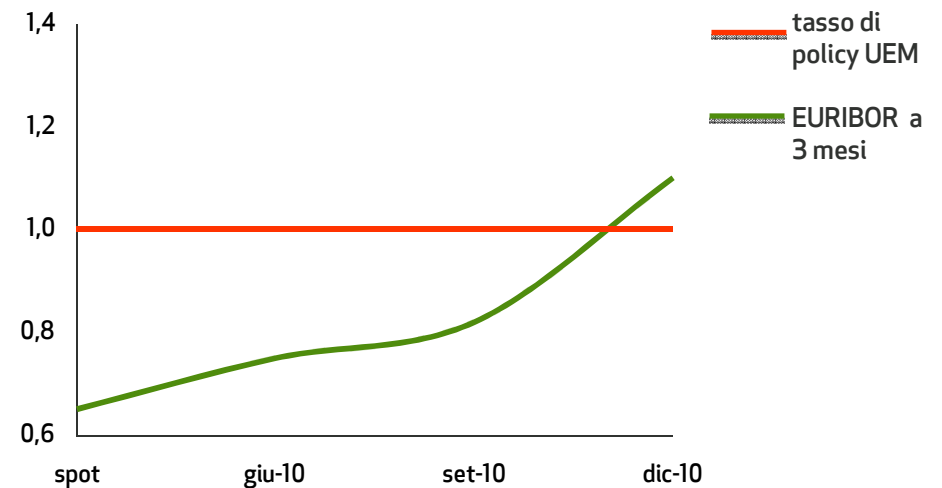
la ripresa sarà lenta sia sul fronte della raccolta...

## - previsioni raccolta famiglie consumatrici-



fonte: prometeia, Previsione dei Bilanci Bancari febbraio 2010, dati Banca d'Italia

## - previsioni tassi a breve termine -

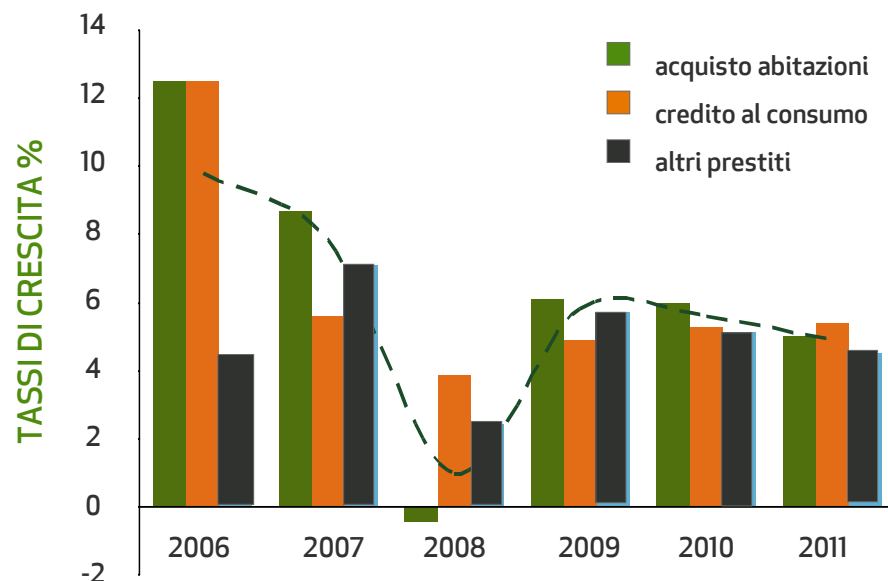


fonte: elaborazioni prometeia

# i nuovi "confini" | mercato (2|4)

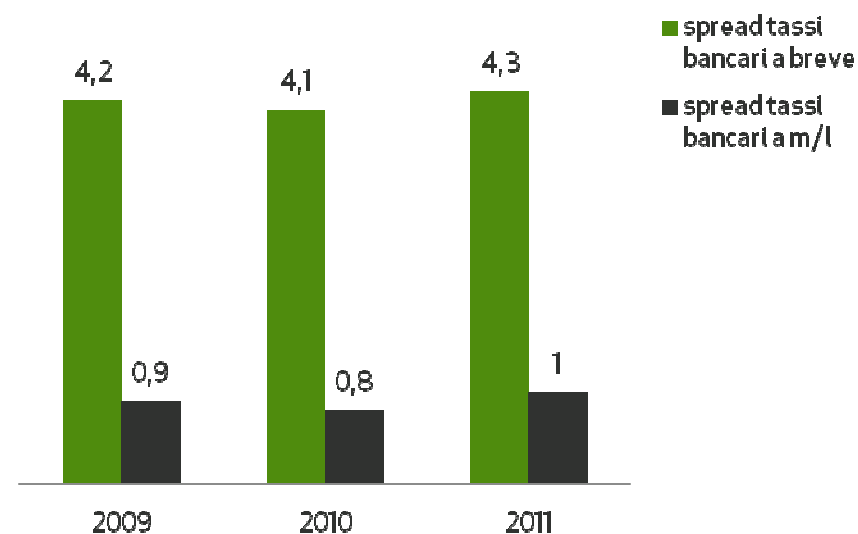
... sia sul fronte impieghi con maggiori spazi solo per il credito al consumo

## - evoluzione impieghi alle famiglie -



fonte: prometeia, Previsione dei Bilanci Bancari febbraio 2010, dati Banca d'Italia

## - previsioni spread tassi a breve termine -

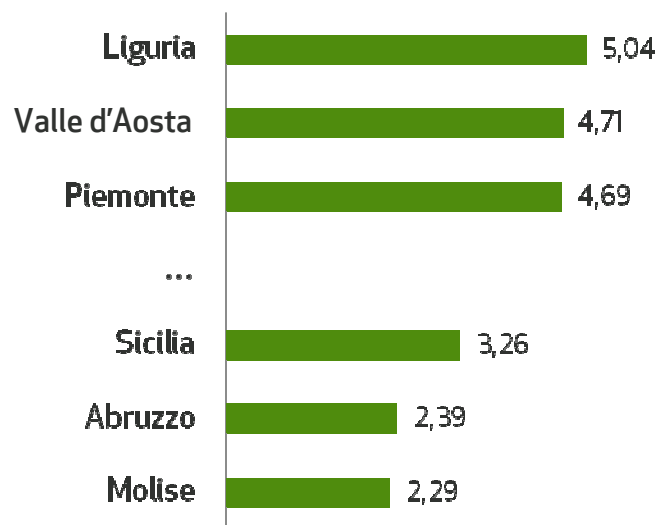


fonte: prometeia, Previsione dei Bilanci Bancari febbraio 2010, dati Banca d'Italia

# i nuovi "confini" | mercato (3|4)

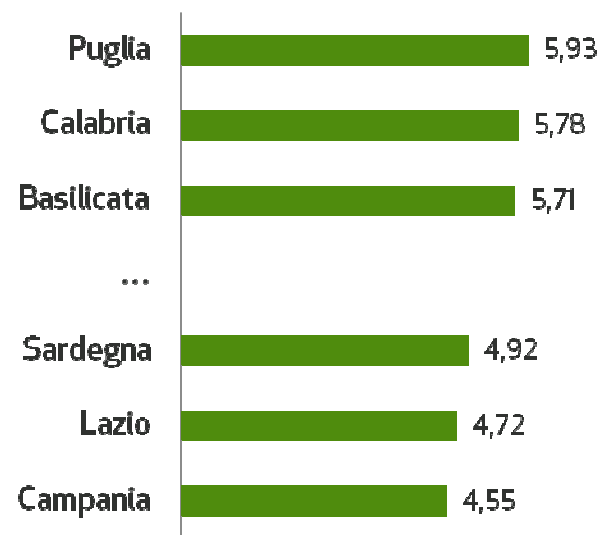
spazi di differenziazione potrebbero essere trovati sul territorio...

**- previsioni tassi di crescita raccolta diretta famiglie consumatrici 2010-11 -**



fonte: stime prometeia

**- previsioni tassi di crescita impieghi famiglie consumatrici 2010-11 (%) -**



fonte: stime prometeia

*il territorio non è più un'opzione*

# i nuovi "confini" | mercato (4|4)

... e su nuovi bacini

*nuovi segmenti  
(extra-comunitari, finanza islamica)*



*primo istituto di credito in Italia dedicato ai  
cittadini immigrati*

*(live da marzo 2010)*

*nuovi micro-mercati  
(comunità locali "captive")*



*(coming soon)*

## i nuovi "confini" | la sfida

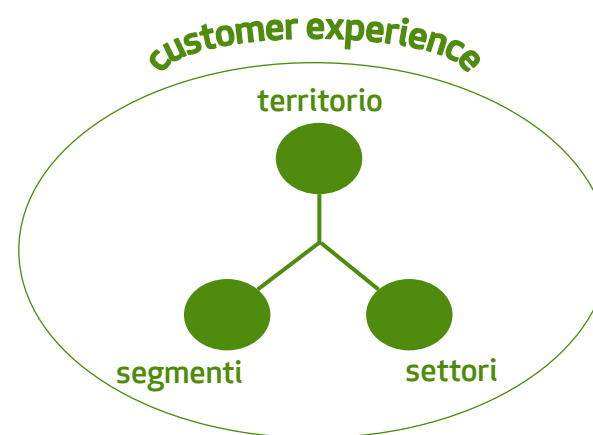
le Banche vincenti saranno quelle in grado di delineare precisamente i confini della customer experience e guadagnare quote di mercato sul territorio

*estendere i confini della customer experience attuale*



+ masse  
+ quote di mercato  
+ ricavi

*gestire la dinamicità della customer experience*



+ penetrazione segmenti target  
+ penetrazione territori target  
+ fidelizzazione clientela target

# la sfida | estendere i confini della customer experience attuale

un primo esempio è la gestione attiva del cliente sia come investitore sia come prenditore



**- profilo investitore -**

- assegnare obiettivi di budget in linea con il profilo (MiFID)
- gestire i rischi a livello di portafoglio
- ottimizzare i flussi di risparmio

**- profilo prenditore-**

- sfruttare la crescita attesa del credito al consumo
- gestire i picchi di spesa nel bilancio familiare ("flessibilità di cassa")
- evitare di concedere spazio ai competitor (i.e.: società specializzate)

*recuperare marginalità adottando logiche commerciali mirate al "full potential" del cliente*

# la sfida | gestire la dinamicità della customer experience

dimostrare un advisory superiore trasversalmente ai gestori

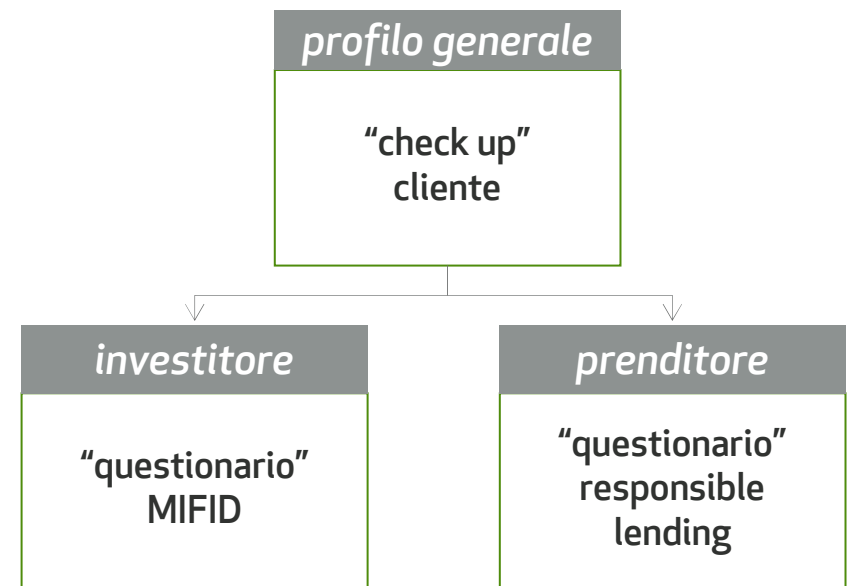
partire da segmentazione normativa ...

## RESPONSIBLE LENDING

	dinamico	moderato	prudente
MIFID aggressivo			
MIFID medio			
MIFID conservativo			

... "check up" dinamico del cliente

("tagliando" periodico / aggiornamento automatico)



*recuperare marginalità sostenibile accompagnando la customer experience con la brand experience*



**grazie per l'attenzione**

**fabio.girotto@prometeia.it**

via Marconi 43 40122 Bologna  
via Gonzaga 7 20123 Milano



**051 6480 911**



**02 8050 5845**