

# *Osservatorio Materiality Outlook: quando l'ascolto del cliente non basta*



Roma, 11 Aprile 2013



**Egeria Di Nallo**

Presidente Osservatorio Meeting Point

Già Dir. Dip. Sociologia

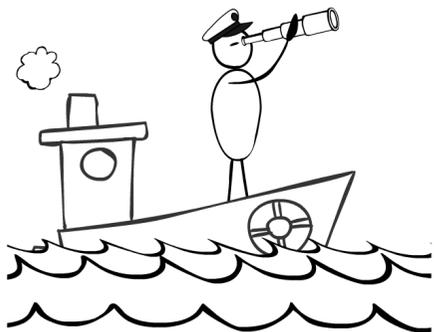
Università di Bologna



# La provocazione

"If I  
had asked people  
what they  
wanted,  
they would have said  
faster horses"

Henry Ford



## Da dove nasce l'esigenza

Sono venuti meno i quadri concettuali di riferimento, quindi i vecchi paradigmi non funzionano più

E' sempre più difficile capire i cambiamenti...

... trovare risposte a cambiamento avvenuto è sinonimo di ritardo, il cambiamento va previsto



# Qual è l'idea



*Conoscenza del Business e  
dello stakeholder engagement*



*Osservatorio Meeting Point*



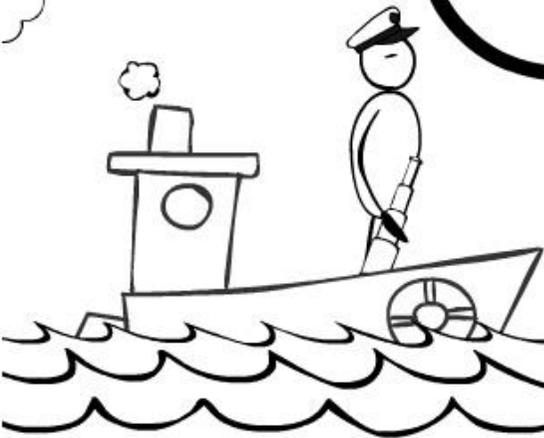
*Ricerche di mercato*

## *Osservatorio Materiality Outlook*

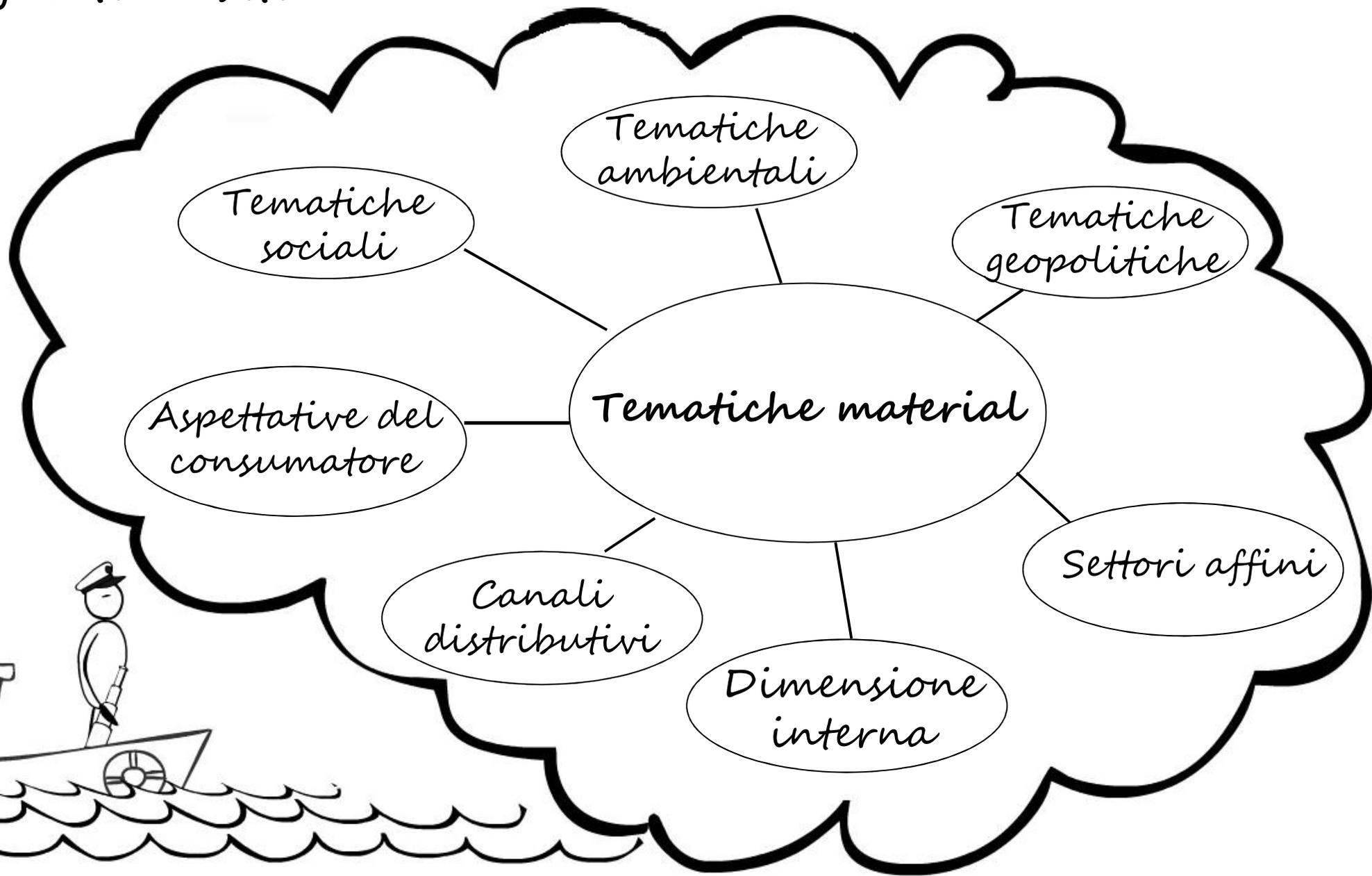
*Prevede le aspettative del mercato fino a 5 anni*

*Sintetizza e razionalizza le istanze degli  
stakeholder*

*Individua con anticipo le  
possibile linee di azione*



*Siamo partiti dai temi material aggregandoli nei seguenti ambiti ...*

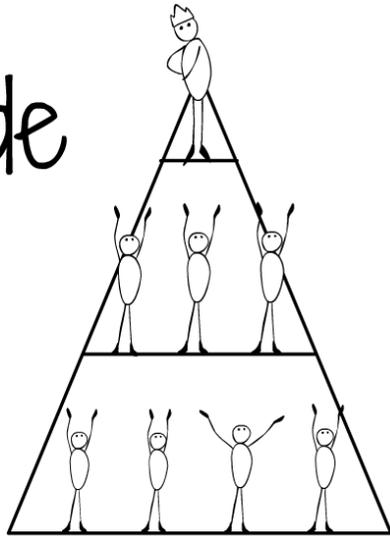


Abbiamo analizzato le tematiche material con la metodologia dei «Meeting Point»

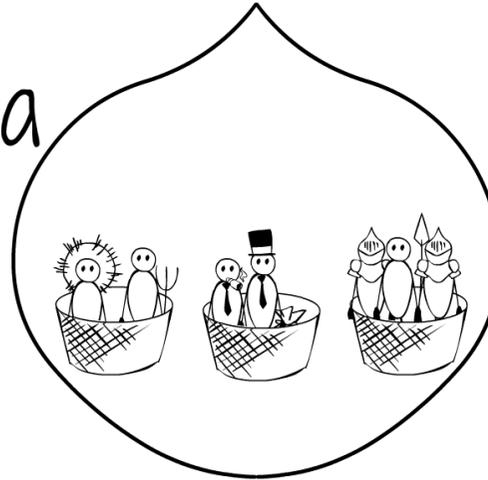


# I presupposti alla Teoria dei Meeting Point

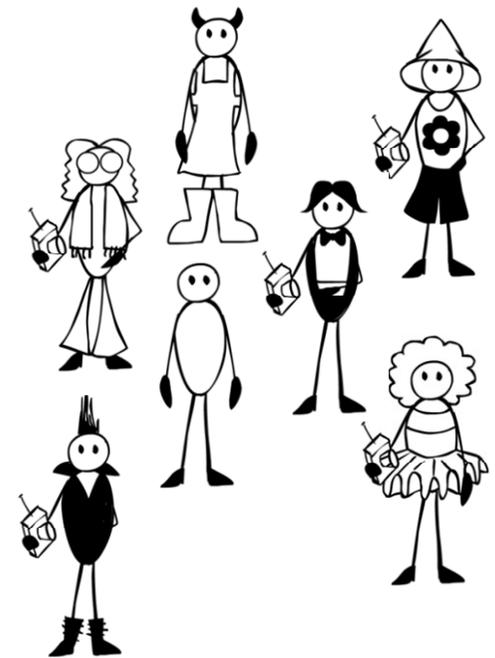
Piramide



Cipolla



Culture di consumo

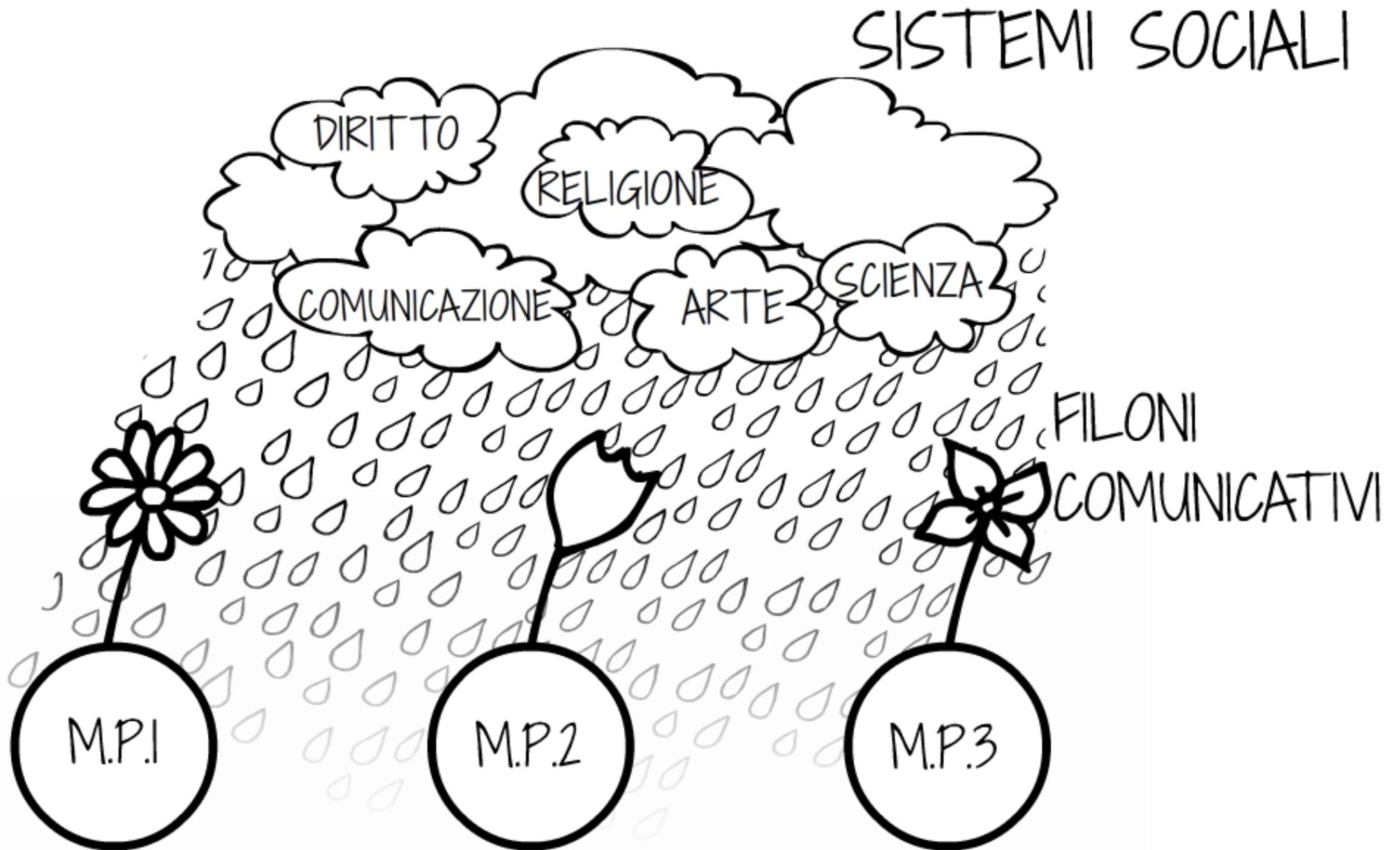


## ... Ma cosa si intende per Meeting Point?



- I Meeting Point sono aree socio-culturali all'interno delle quali si formano specifiche culture di consumo
- I consumatori entrano ed escono dai Meeting Point, in funzione delle loro esigenze
- L'evoluzione delle culture di consumo nei Meeting Point è influenzata dai flussi comunicativi

... E come se ne individuano le tendenze?

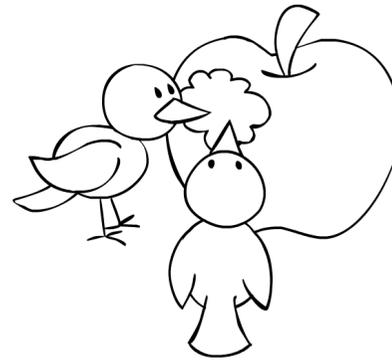


... prevedere le tendenze per disporre di un vantaggio competitivo



Scarto temporale che ci permette di essere in anticipo sulla concorrenza

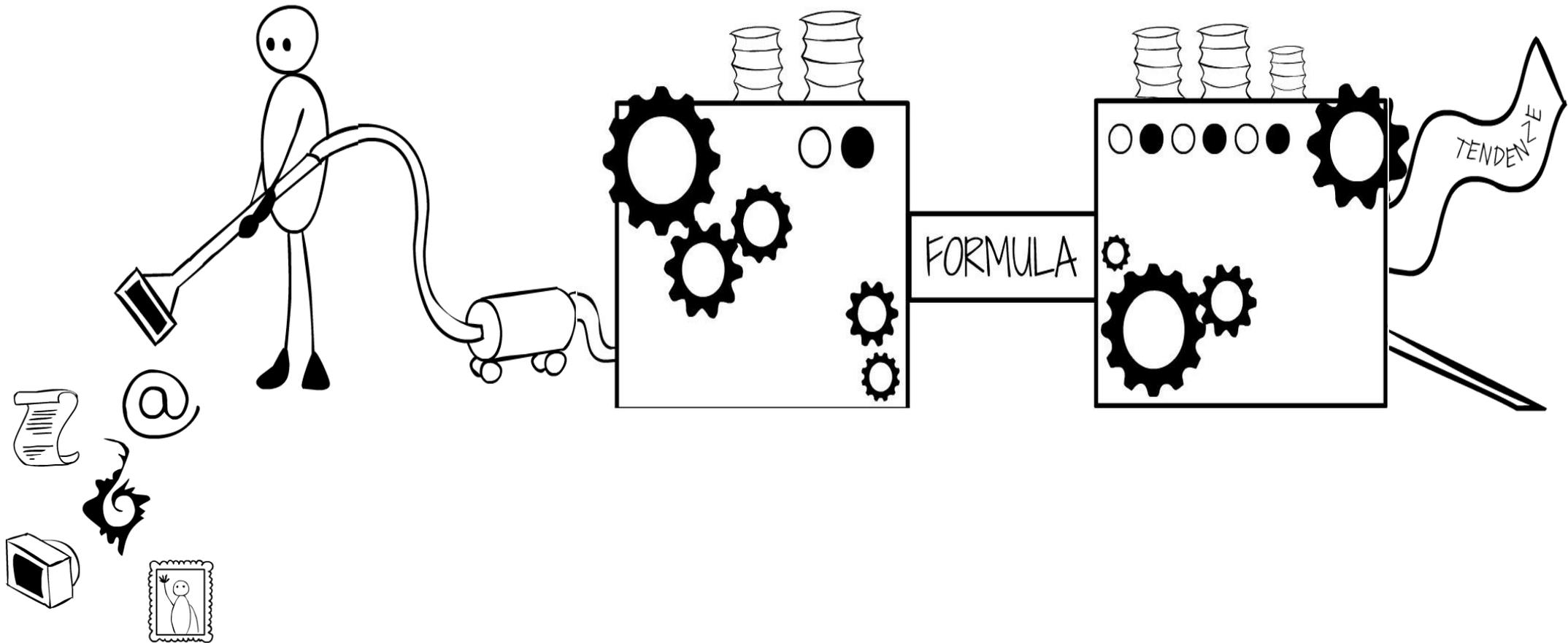
## IL MERCATO è COME UNA MELA



La maggior parte delle aziende seguendo la logica del me-too si addensano nello stesso luogo

Lasciando molte possibilità inesplorate ...

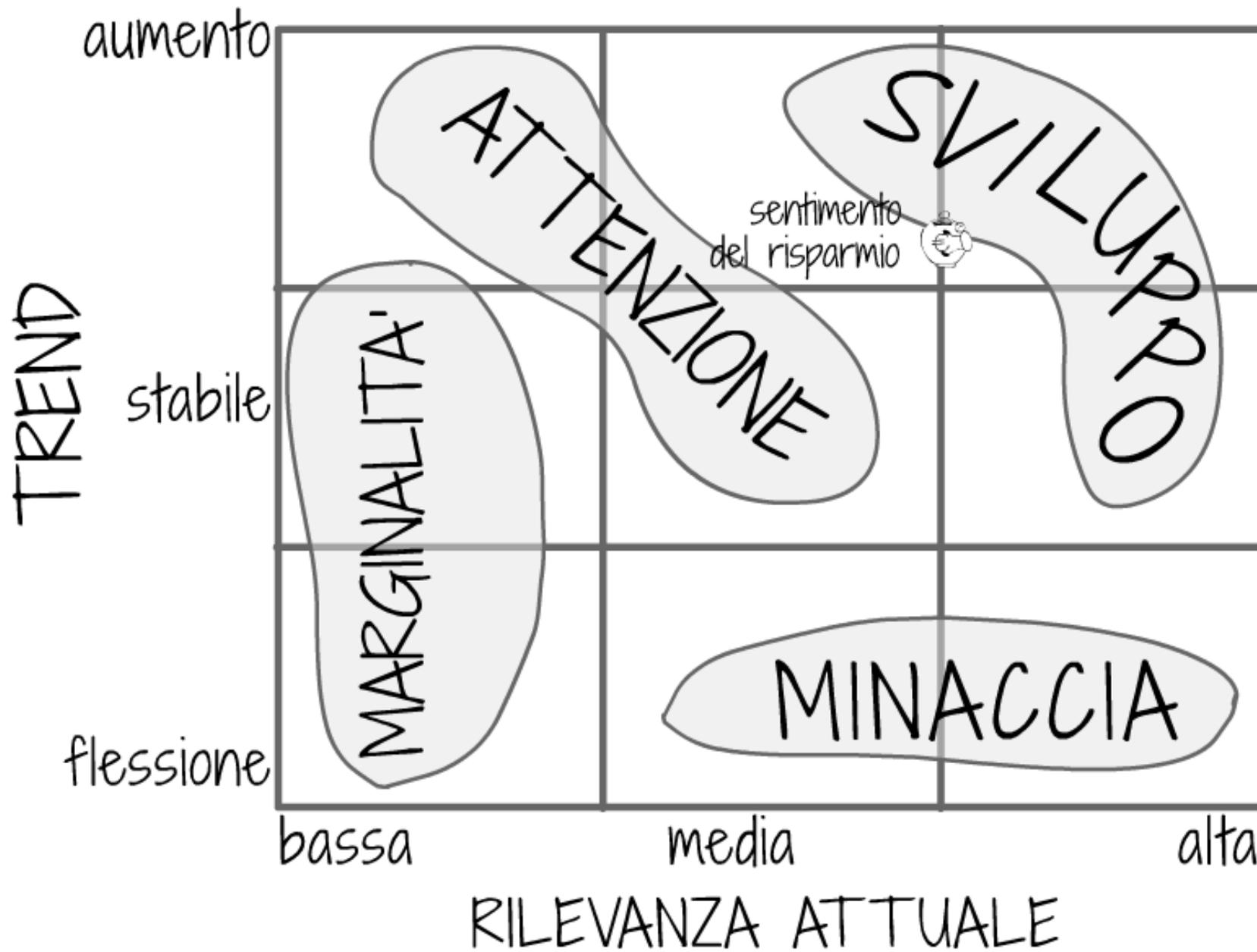
*... ma come vengono previste le tendenze dei Meeting Point?*



*Come un «aspiratore», il metodo dei Meeting Point analizza e riduce a tendenze ponderabili la complessità dei flussi comunicativi che alimentano le varie culture di consumo*



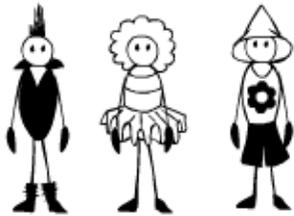
... e quali gli output del Meeting Point...



# Identificati i trend abbiamo ascoltato gli stakeholder ...



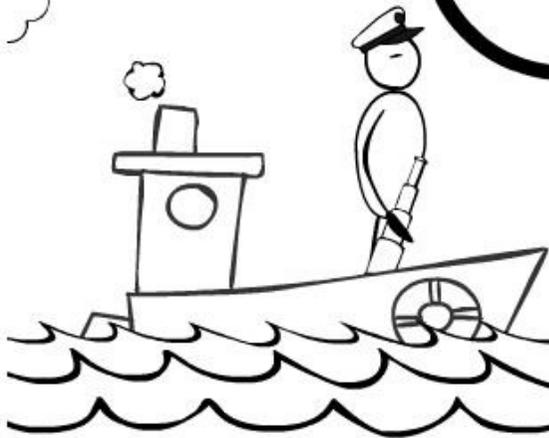
Multi-client quantitative per valutare il percepito dei clienti sulle tematiche già rilevanti oggi



Multi-client qualitativa per declinare i trend emergenti in termini di bisogni



Interviste ad opinion leader per individuare gli impatti dei trend sul settore bancario



# Quali evidenze emerse dalle analisi ...

## Meeting Point

Il sentimento del risparmio non diminuirà con la crisi ma sarà amplificato dall'affievolimento del welfare ...

... laddove vengono meno le sicurezze istituzionali, il singolo cercherà di sopperire mediante strumenti privati che gli garantiranno certezze per il futuro

## Opinion Leader

Sono venute a mancare le certezze che consentivano di fare una programmazione del futuro

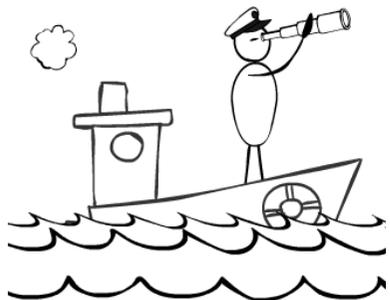
'L'istinto di sopravvivenza' all'incerto porta al tentativo di accumulo e di risparmio ove possibile

E' necessario riempire i vuoti istituzionali

## Multi client

Il 91% dichiara di sentirsi incerto rispetto al futuro; il 90% attribuisce tale insicurezza a sfiducia nelle istituzioni

Il 53% riconosce al risparmio massima importanza, nonostante le difficoltà economiche



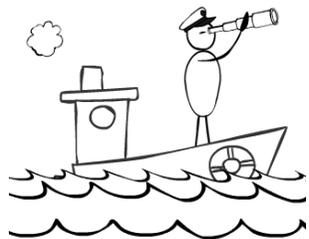
# ... e quali gli impatti per le Banche

## Prodotti/servizi

Pacchetti integrati di prodotti e servizi che accompagneranno il cliente nelle fasi critiche della sua vita...

...in particolare per la copertura di bisogni legati ai percorsi di studi, ai timori di non autosufficienza in età avanzata...

... e per le esigenze emergenti dalla compresenza di diverse culture finanziarie (es. islamica)



## Comunicazione

Infondere sicurezza

Le aspettative del cliente troveranno la risposta nella banca come attore sociale vs player finanziari

## Risorse

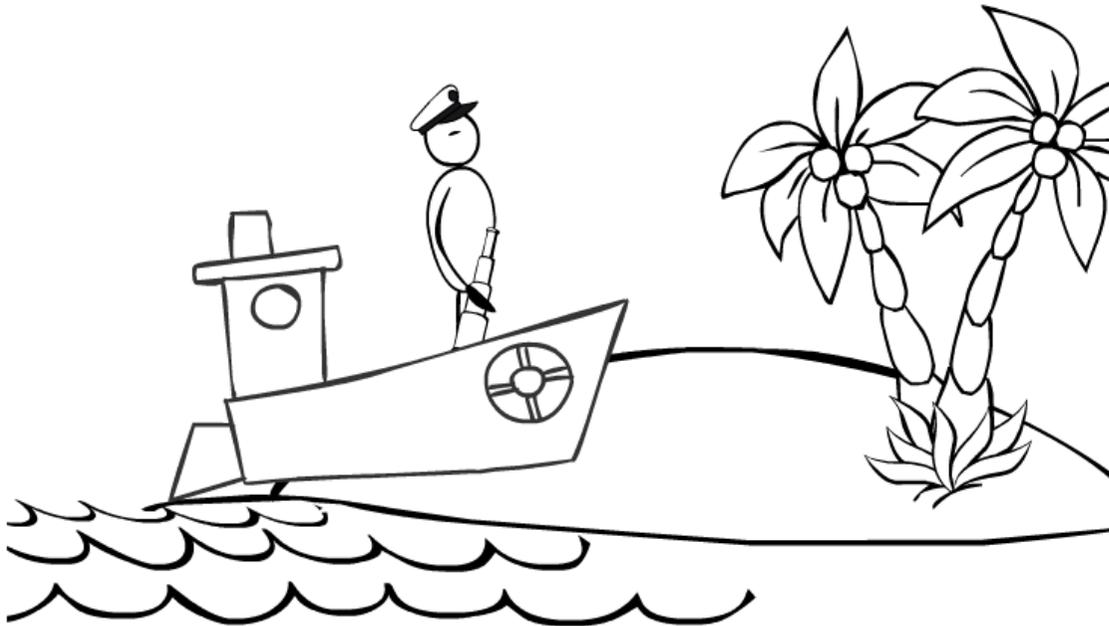
Personale professionale, vicino al cliente per essere suo compagno di viaggio

Processi volti alla qualità della vendita e alla trasparenza infonderanno fiducia nel cliente

Azioni mirate ad accrescere la cultura finanziaria del cliente

# *Cosa consentirà di ottenere l'Osservatorio Materiality Outlook alle singole Banche*

- *Posizionarsi rispetto alle tematiche material*
- *Posizionarsi rispetto ai competitors*
- *Individuare le proprie linee d'azione*



# ARRIVEDERCI A PRESTO



**Egeria Di Nallo**  
Presidente Osservatorio Meeting Point  
Già Dir. Dip. Sociologia  
Università di Bologna



## PROGETTO, DISEGNI E ANIMAZIONE

 **ndb**  
*il marketing*  
*consapevole*

via innerio 12/5 - 40126 bologna  
ndbcomunicazione@gmail.com