



## **DIMENSIONE SOCIAL & 2.0**

Luisa Bajetta  
**ABI**

Analisi Gestionali  
Direzione Strategie e Mercati Finanziari

Milano, 1 ottobre 2014

Tecnologia

+

Istruzione/Education



**Humus del 2.0**



Luisa Bajetta – ABI

Dimensione Social & 2.0 - 1 ottobre 2014



dal consumatore  
*passivo*

al consumatore  
*informato*



al **prosumer** che



- crea contenuto,
- lo scambia con altri utenti
- genera relazioni sociali
- e diventa co-creatore di valore

- *dal target*



- *ai profili personas*



**L'identikit** del cliente con tutte le caratteristiche:

- fisionomiche
- comportamentali
- attitudinali
- emozionali

***Nuove modalità di ricerca***

# I protagonisti del cambiamento:

**Tecnologia**  
+  
**Istruzione/Education**

**acceleratori**



Humus del 2.0



**Maggiore competizione**

**Pressione sui margini  
e la profittabilità**



## 79% clienti sono multicanali

- oltre 14 milioni di utenti **Internet banking**
- oltre 3 milioni utilizzatori di servizi bancari via **cellulare**
- oltre 3 milioni parlano con i **contact center**
- quasi 10 milioni usano **ATM evoluti**
- oltre 2 milioni hanno un **promotore finanziario**





partire dal bisogno del cliente

tracciatura del customer journey

## OFFRIRE ESPERIENZE MULTICANALI

integrazione operativa



ingaggio del cliente

coerenza dei contenuti

immagine coordinata

logiche collaborative

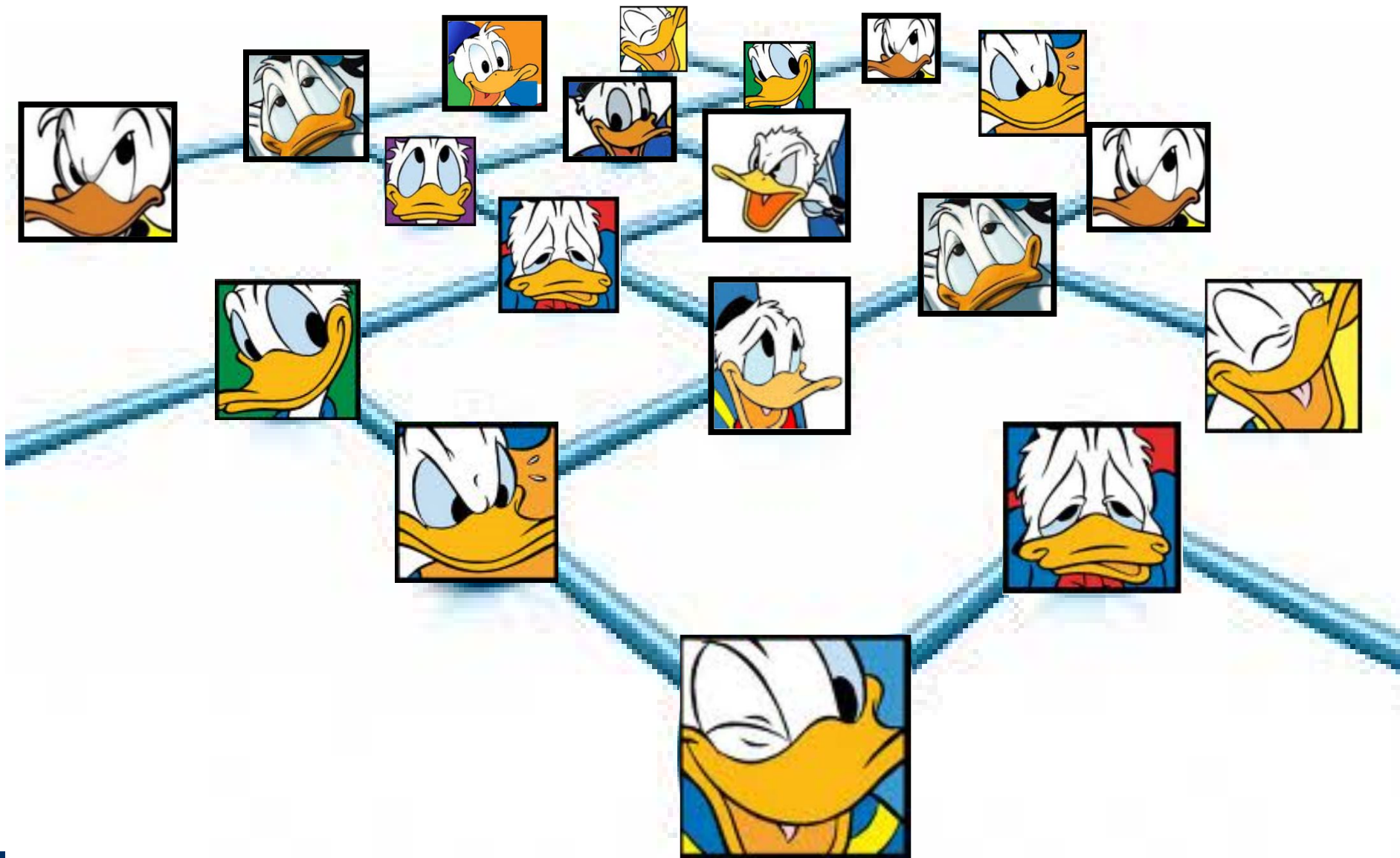
contaminazione con altri mondi

semplicità

Luisa Bajetta – ABI

Dimensione Social & 2.0 - 1 ottobre 2014

# La comunicazione come stimolo per la costruzione di significati da parte dei clienti



Luisa Bajetta – ABI

Dimensione Social & 2.0 - 1 ottobre 2014



# MANTENERE DRITTA LA BARRA



Luisa Bajetta – ABI

Dimensione Social & 2.0 - 1 ottobre 2014



## **DIMENSIONE SOCIAL & 2.0**

Luisa Bajetta  
ABI

Analisi Gestionali  
Direzione Strategie e Mercati Finanziari

Milano, 1 ottobre 2014