



Il nuovo canale digitale per il retail

Roma, 23 Ottobre 2013



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

| La banca per un mondo che cambia



2013 CENTENARIO BNL
OGNI GIORNO È FUTURO

Il contesto di mercato e la rivoluzione digitale in corso richiedono l'adeguamento della macchina operativa



Contesto di riferimento



Perdurante ciclo economico di mancata crescita



Contesto normativo molto denso (2 provvedimenti a settimana negli ultimi 5 anni)



Rivoluzione digitale dei comportamenti dei consumatori

Adeguamento macchina operativa

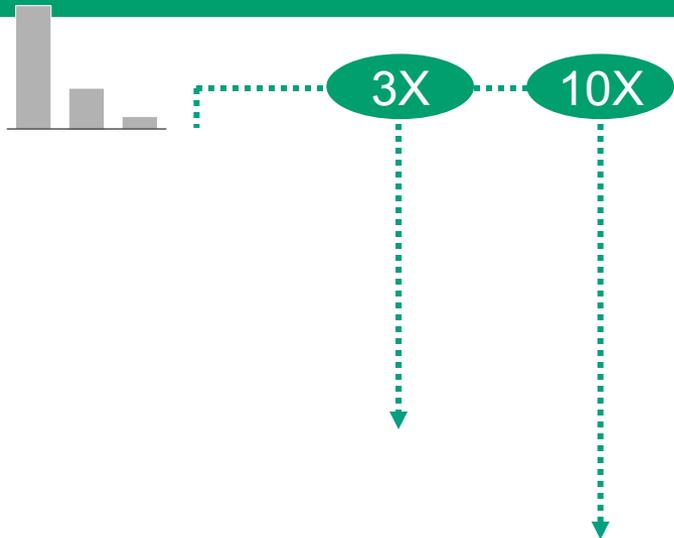
- **Ottimizzare la base dei costi, affiancando ai modelli tradizionali nuovi modelli di business e nuove modalità distributive con investimenti in:**
 - **Sviluppi IT**
 - **Efficientamento processi**
 - **Arricchimento/innovazione delle competenze**



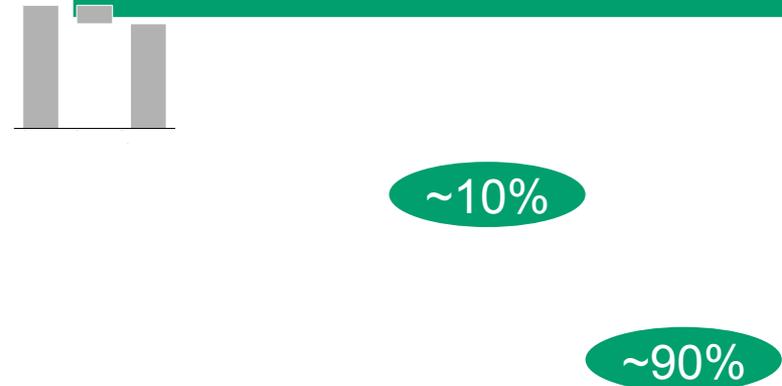
I clienti bancari stanno cambiando i loro comportamenti aumentando la "potenza di fuoco" dei canali digitali



Accessi giornalieri in banca



Ricavi per canale



Frequenza di accesso superiore per i clienti digitali ...

... tuttavia non ancora pienamente valorizzata



È dunque necessario rivedere i modelli di servizio e valorizzare le opzioni di accesso alla banca ...



Modelli di servizio



Filiale

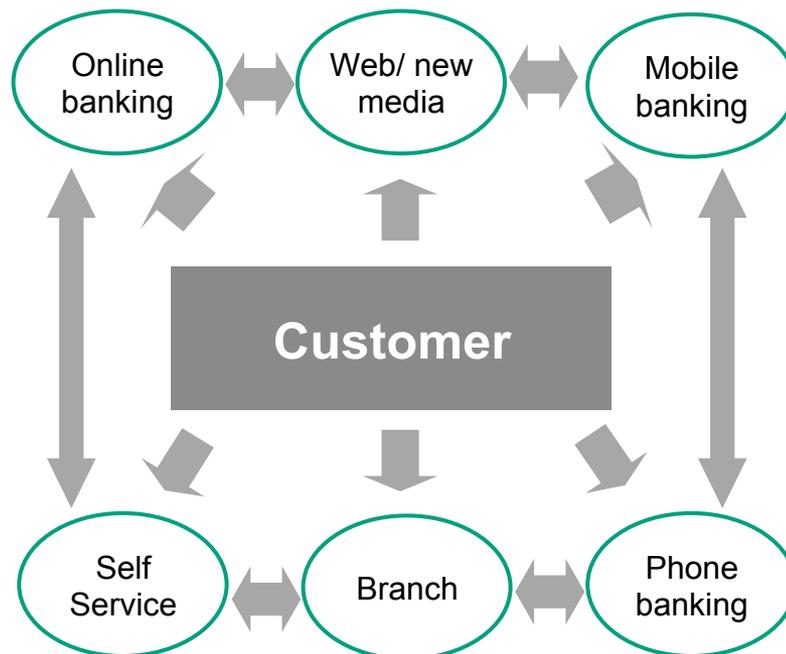


**Promotore/
Private Banker**



Banca digitale

Canali di accesso alla banca



Il futuro sarà portare i clienti digitali in filiale e quelli tradizionali sui canali innovativi



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

Le competenze chiave

**Capacità di dare
credito ai clienti**

**Saper investire i soldi
dei propri clienti**

**Offrire consulenza
personalizzata**

La sfida è offrire un **modello integrato** garantendo una **customer experience unica** ed ad alto valore aggiunto **investendo su:**

- **Arricchimento/ riqualficazione delle competenze delle risorse**
- **Sviluppo di una cultura aziendale aperta al cambiamento**



Impatti evidenti

- Evoluzione del front end
- Passaggio dalla comunicazione tradizionale al Real Marketing

Impatti nascosti

- Evoluzione/rivoluzione dei modelli operativi di back office
- Affermazione di nuovi ruoli aziendali
- Nuovi modi di fare contratti, gestire le frodi
- Nuovi modelli logistici

Ma se i comportamenti e le competenze evolvono non cambiano i valori e le esigenze della clientela



ESIGENZE DEL CLIENTE

I clienti hanno bisogno di ...

Gestire i risparmi



Avere finanziamenti



Trasferire denaro



in un ...



ambiente sicuro



e con un ...



accesso conveniente



COMPORTAMENTI DEI CLIENTI

I clienti useranno

- ... **molti più canali** in modo simultaneo senza differenziazione
- ... **ogni cliente** dovrà essere **presidiato** in funzione del suo canale prevalente di interazione

Co-creation



Network building



Personalization



La banca non dovrà mai rinunciare a costruire una profonda relazione con i clienti



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

Il futuro commerciale delle banche retail è "Ibrido"



Una miscela sapiente di presenza fisica e servizi a distanza...



... che condividono le stesse piattaforme tecnologiche, con competenze interscambiabili tra i diversi modi di fare banca, ...



... che sarà sempre più specializzata e capace di servire con precisione e tempestività un maggiore numero di clienti a costi più contenuti



Ci vediamo il 28/10



Hello
bank!



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

| La banca per un mondo che cambia