

COMUNICATO STAMPA

Banche: il 75% dei clienti è "multicanale"

Lo sportello resta un punto di riferimento importante per il 90% della clientela bancaria che utilizza sempre di più anche internet (il 40%) e smartphone (5%). È quanto emerge dall'indagine ABI-GfK Eurisko presentata oggi a Dimensione Cliente 2013.

Clienti delle banche italiane sempre più tecnologici e dinamici nel dialogo quotidiano con la banca. Il 75% utilizza più canali per accedere a prodotti e servizi: non abbandona lo sportello tradizionale, che rappresenta ancora un punto di riferimento importante per il 90% della clientela bancaria, ma utilizza sempre di più anche internet (il 40%), smartphone e tablet (5%). Scegliendo di volta in volta il canale più adatto a seconda delle proprie esigenze e dei diversi momenti della giornata. È quanto emerge dall'indagine condotta dall'ABI in collaborazione con GfK Eurisko e presentata oggi a Roma alla seconda giornata del convegno Dimensione Cliente 2013.

Secondo lo studio, alla fine del 2012 oltre 12 milioni di clienti - il cui profilo è ormai assimilabile al profilo medio del cliente bancario italiano - usano internet per dialogare con la propria banca. Questo dato conferma il trend di crescita che ha caratterizzato l'home banking dal 2004 ad oggi. Tra i canali preferiti degli italiani non c'è solo internet: grazie alla diffusione di dispositivi sempre più innovativi come smartphone e tablet, circa un milione e mezzo di clienti - mediamente più giovani e tecnologici - utilizzano anche il mobile banking per fare operazioni e pagamenti in mobilità. A questi clienti più evoluti si affiancano, infine, oltre 7 milioni di italiani che usano gli sportelli automatici "intelligenti" non solo per prelevare e consultare l'estratto conto, ma anche per depositare assegni, contante e fare operazioni più complesse.

Dall'indagine emerge come, grazie allo sviluppo della multicanalità, le occasioni di dialogo e interazione tra banche e clienti sono aumentate del 16% dal 2010 ad oggi, arrivando a circa 140 contatti l'anno attraverso i diversi canali.

Secondo un'altra ricerca condotta da Doxametrics e Duepuntozero per ABI, è il cliente a scegliere come effettuare, di volta in volta, le diverse operazioni in funzione delle proprie esigenze: ogni canale, dunque, ha i suoi momenti "preferiti" nella relazione col cliente.

Al 77% dei clienti lo sportello tradizionale "piace" soprattutto fino all'ora di pranzo: il 25% ci va prima di andare al lavoro, il 29% nel corso della mattina e il 23% durante la pausa pranzo. L'ATM evoluto invece è più frequentato soprattutto prima (21%) e dopo il lavoro (30%). Per quanto riguarda l'internet banking, i clienti italiani navigano soprattutto durante le pause dal lavoro (23%), oppure a casa la sera (41%) o la notte (10%). Quanto al mobile, gli italiani scelgono il cellulare per fare operazioni e pagamenti soprattutto quando sono a casa la sera (26%), si trovano in viaggio (24%) o si stanno spostando per esempio per andare a lavoro (21%).

Roma, Palazzo Altieri, 11 aprile 2013

A cura dell'Ufficio Rapporti con la Stampa ABI. Per ulteriori informazioni

Ildegarda Ferraro – Responsabile Ufficio Rapporti con la Stampa ABI
Tel. 066767596 - 066767411
salastampa@abi.it – i.ferraro@abi.it

Gaia Sabino – Ufficio Rapporti con la Stampa ABI
Tel. 066767864
g.sabino@abi.it