



# Il web marketing bancario

Roberto Liscia  
Presidente Netcomm

ABI  
Dimensione Cliente  
Roma 26 marzo 2014

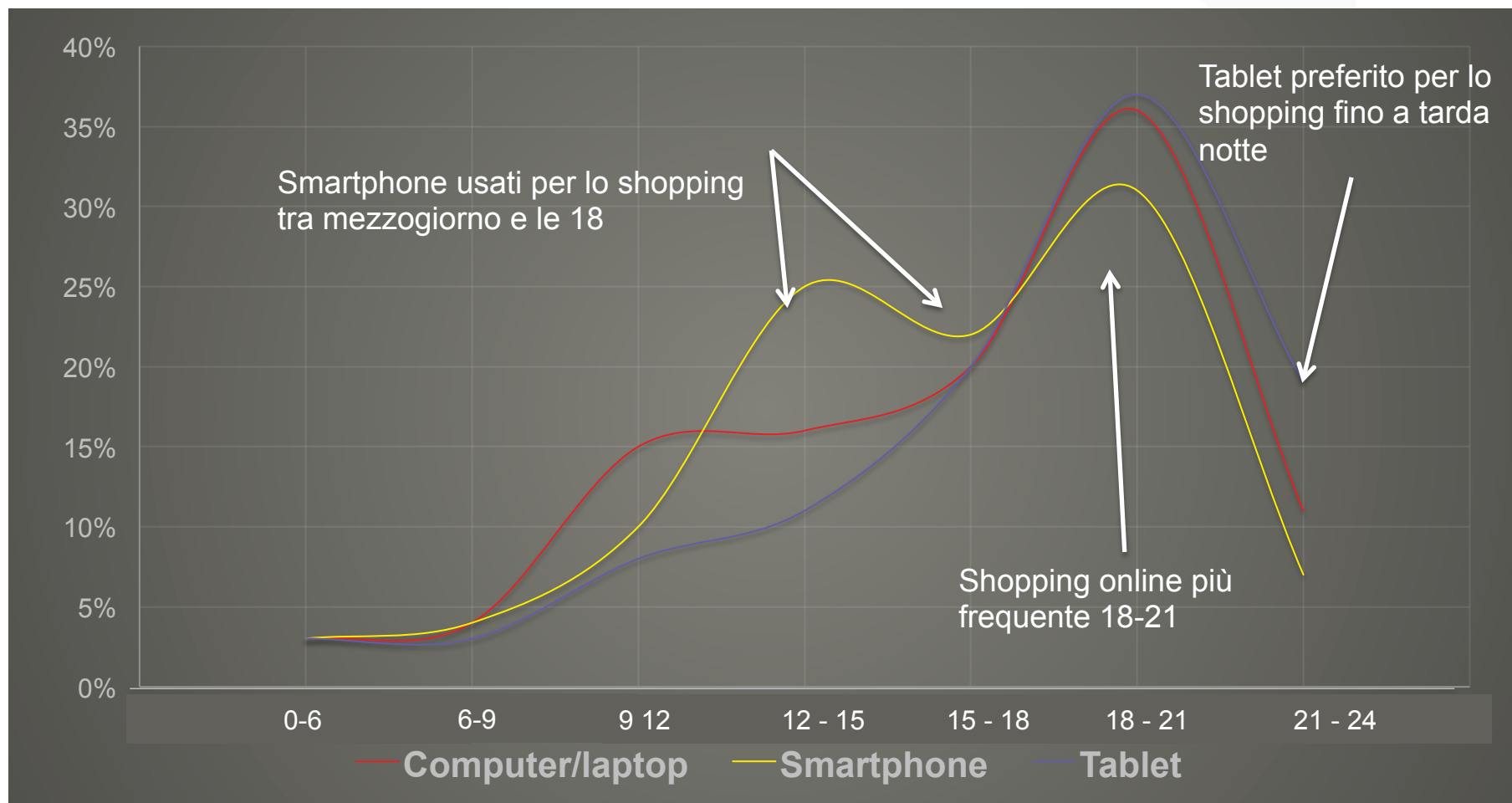
# Il digitale sta cambiando tutte le relazioni



# Il digitale sta cambiando tutte le relazioni

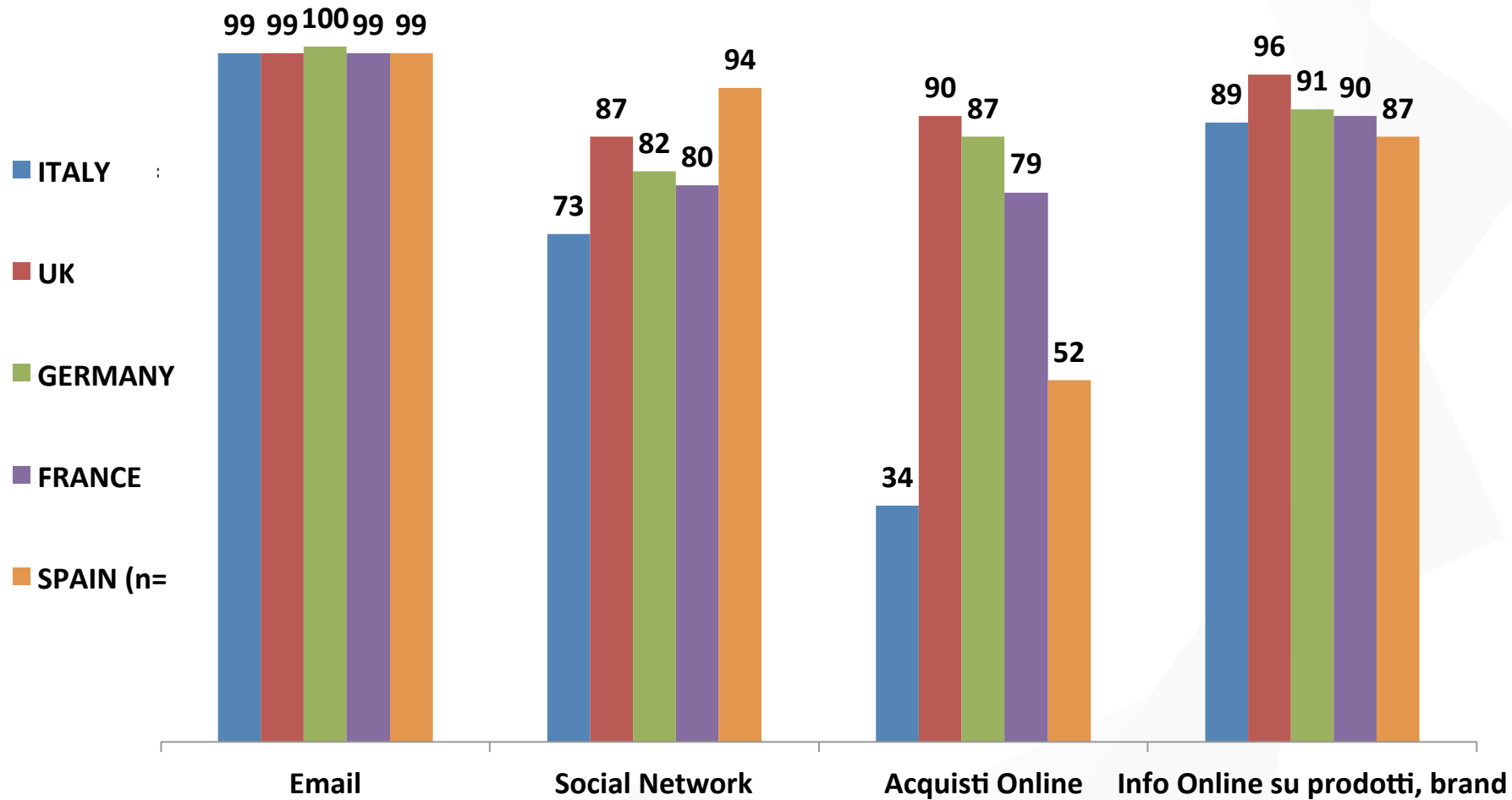
- **La transizione digitale:** nel marketing, nei servizi e nelle esperienze multicanali
- **La rivoluzione nei pagamenti:** nuovi giocatori, tecnologie e innovazioni
- **Aumento della concorrenza:** dal crowdfunding ai nuovi modelli di banca
- **Trasformazione delle filiali:** meno filiali e più relazione
- **Focus sul cliente 3.0:** connesso e capace, social e assetato di conoscenza
- **Rottura degli argini:** con cambi di paradigma, dal prodotto al cliente
- **Simplicity:** coinvolgimento e semplicità per rimuovere gli ostacoli cognitivi e di processo
- **Marketing contestuale:** dai big data al one click buy
- **Differenziare i brands:** segmentazione e differenziazione
- **Prospettiva globale per l'innovazione:** espandere la prospettiva innovativa oltre i confini

# QUAL È il comportamento del consumatore online OGGI?



Source: UPS Pulse of the Online Shopper, A Customer Experience Study, comScore, Sep 2013

# LE PRINCIPALI OCCASIONI D'USO DI INTERNET



Lo smartphone è diventato uno strumento chiave nel processo multicanale



# Aumenta la densità digitale

**M**ulti-screen



**M**ulti-Channel



**M**ulti-tasking

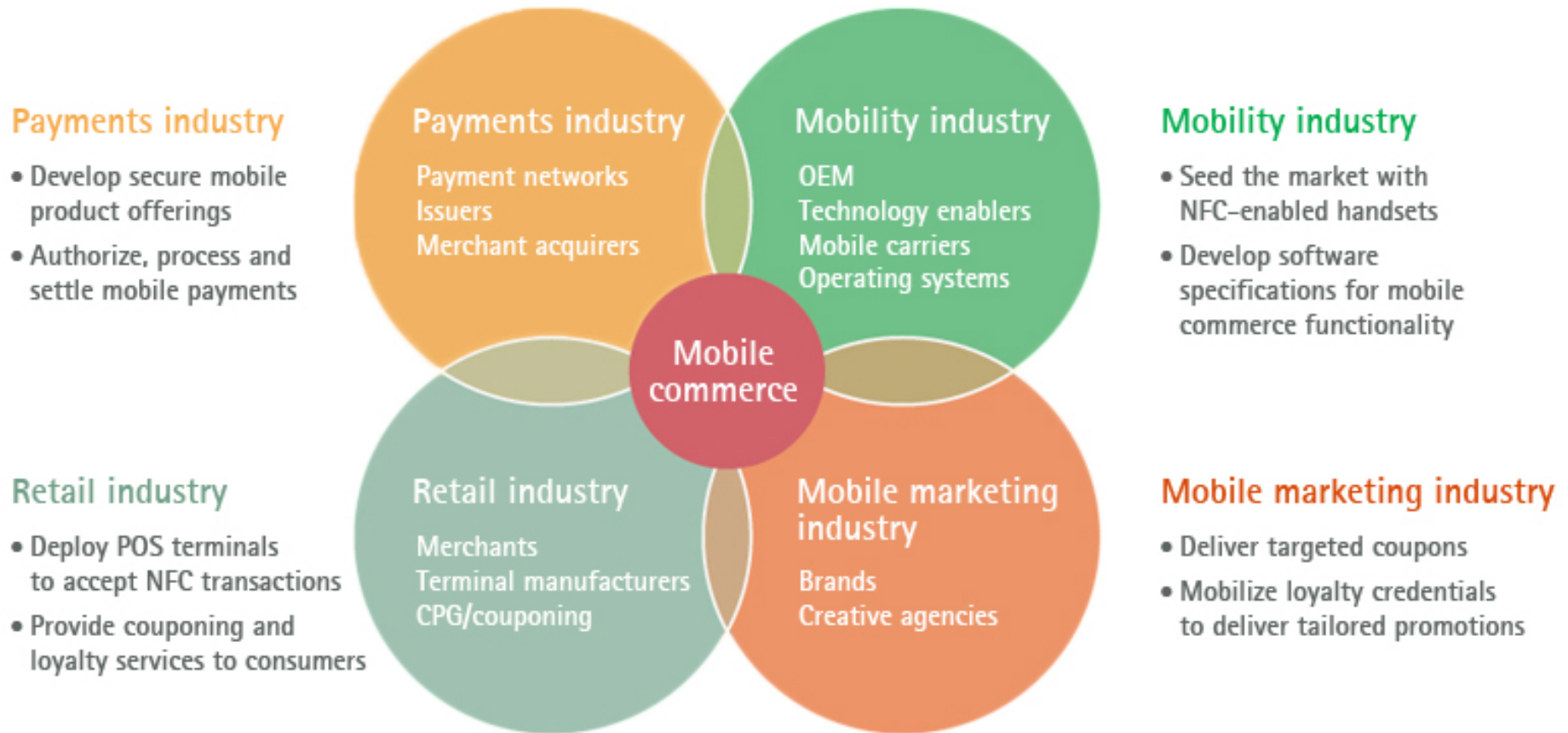


**M**obility



4M

# Il mobile è al centro di un nuovo ecosistema

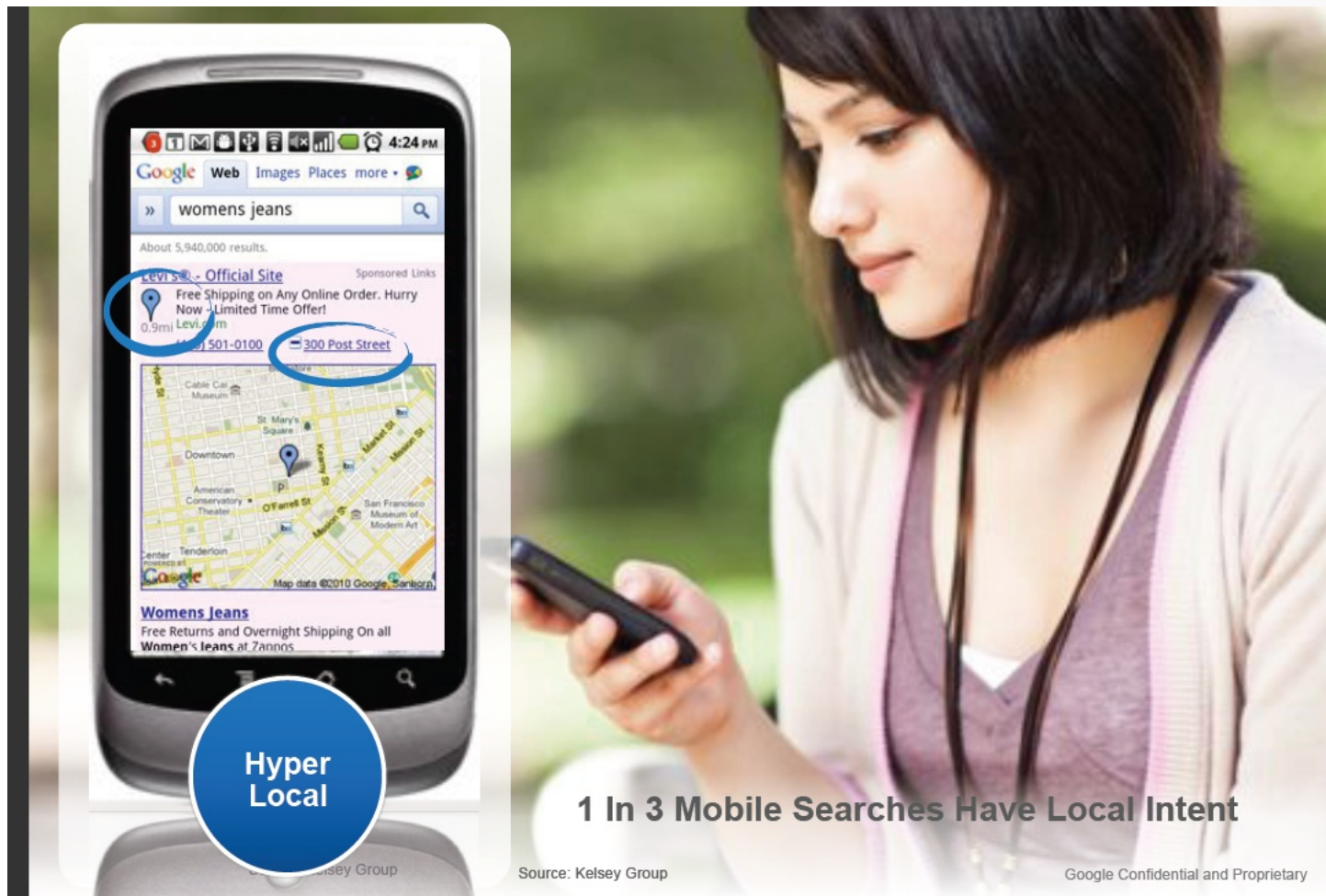


Fonte: Accenture

# La virtualità aumenta l'interazione col consumatore



# La geolocalizzazione aumenta le opzioni multicanale



The image shows a woman looking at a smartphone. The screen displays a Google search for "womens jeans". The search results include a sponsored link for "Levi's - Official Site" with a location pin icon and the text "Free Shipping on Any Online Order. Hurry Now - Limited Time Offer!". Below this, a map shows the location of "Levi's" at "300 Post Street" in San Francisco. A blue circle highlights the location pin and the address "300 Post Street". Another blue circle highlights the text "Hyper Local" in a blue circle at the bottom of the phone screen.

**Hyper Local**

**1 In 3 Mobile Searches Have Local Intent**

Source: Kelsey Group

Google Confidential and Proprietary

# Cambia il modello di servizio

da...



- Personale molto informato
- Esperti con esperienza
- Modello costoso, informazioni difficili da acquisire e non a portata di mano



- Addestramento e formazione del personale



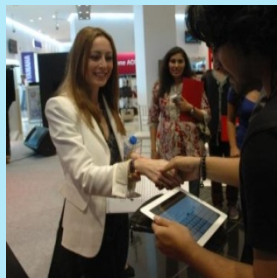
- Clienti poco informati
- Alla ricerca di informazioni e di supporto

# Cambia il modello di servizio

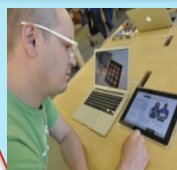
a...



- Clienti ben informati
- Informazioni a portata di mano



- Personale dotato di nuovi strumenti digitali per dare informazioni e servizi immediati



- Capire quali informazioni sono richieste e come trasformare la customer experience

# Il digitale ha rivoluzionato il Consumer Journey

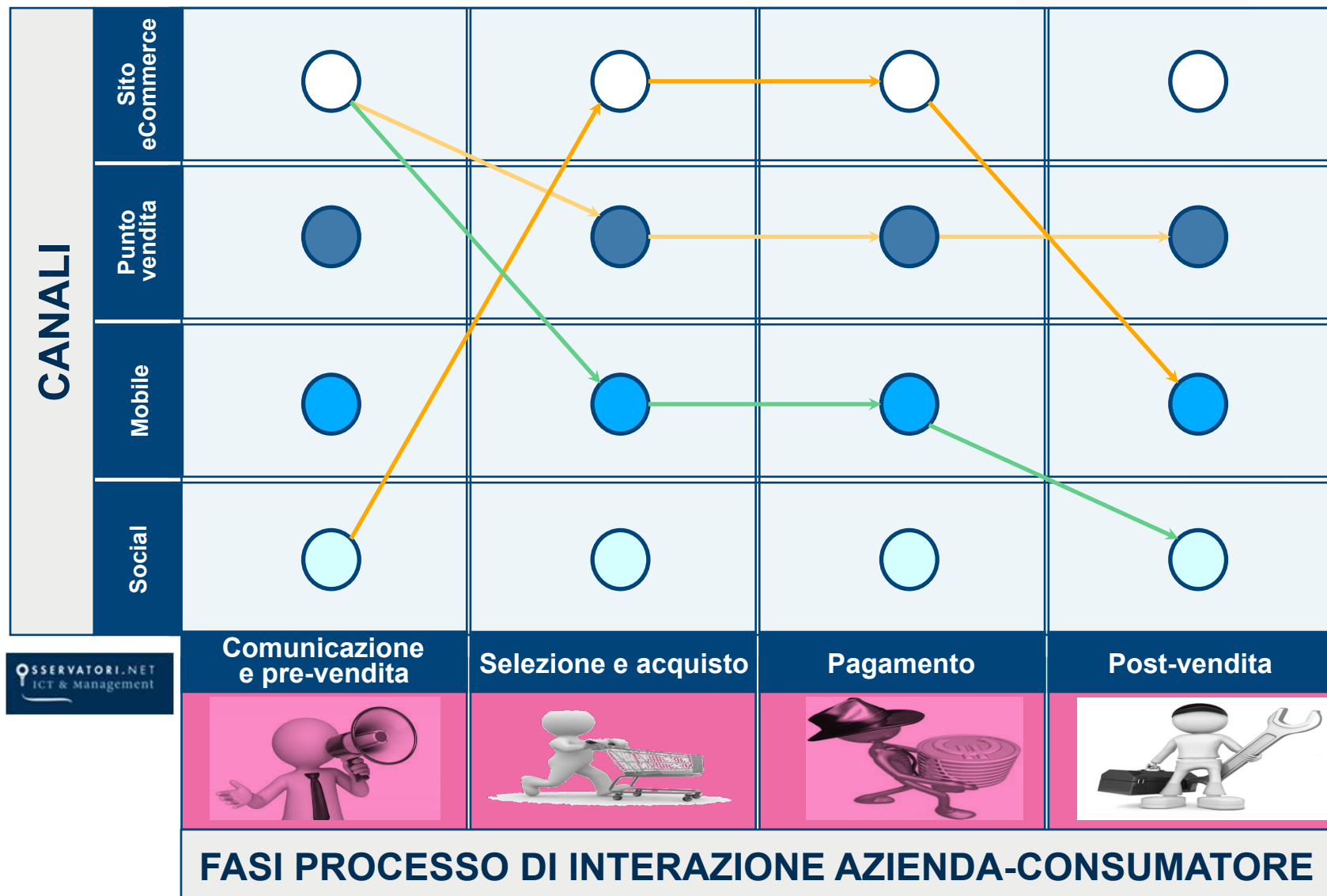
Old Consumer Journey Model



Actual Consumer Journey Model

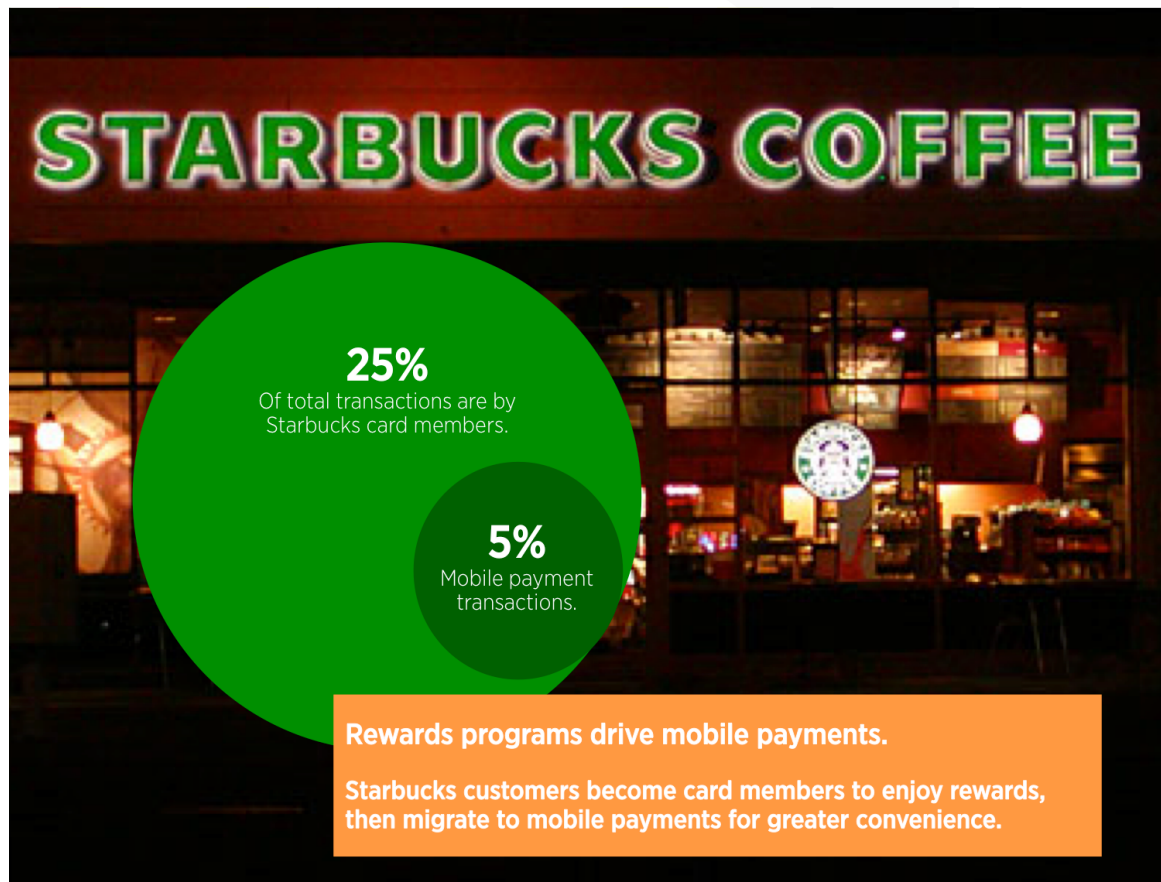
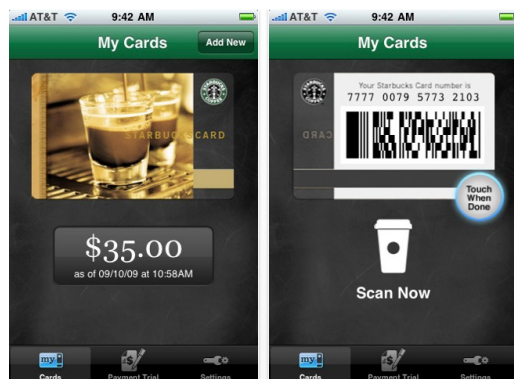


# Sempre più nel futuro, l'esperienza di acquisto sarà multicanale



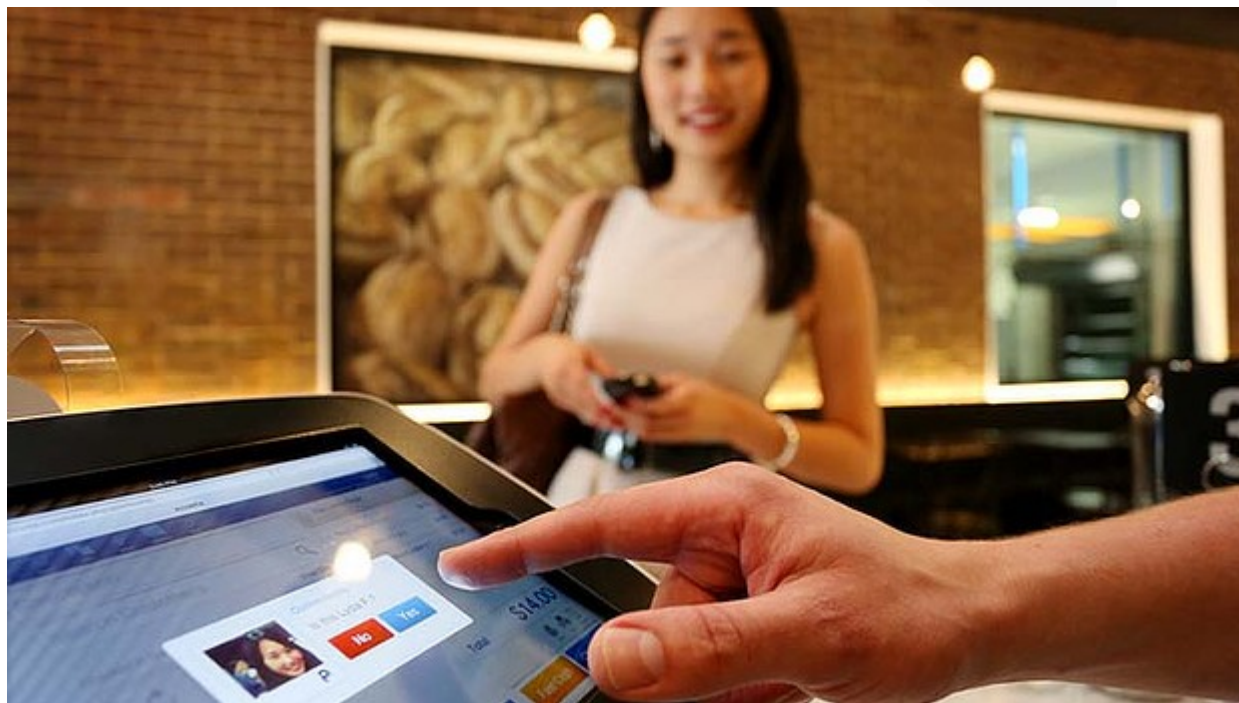
## Il mobile: Starbucks

L'app permette di selezionare il proprio ordine mentre si è in fila alla cassa. Viene generato un codice a barre che, una volta letto dallo scanner dell'operatore, addebiterà la cifra sulla carta pre-pagata



## Sonoma Bakery - Paypal

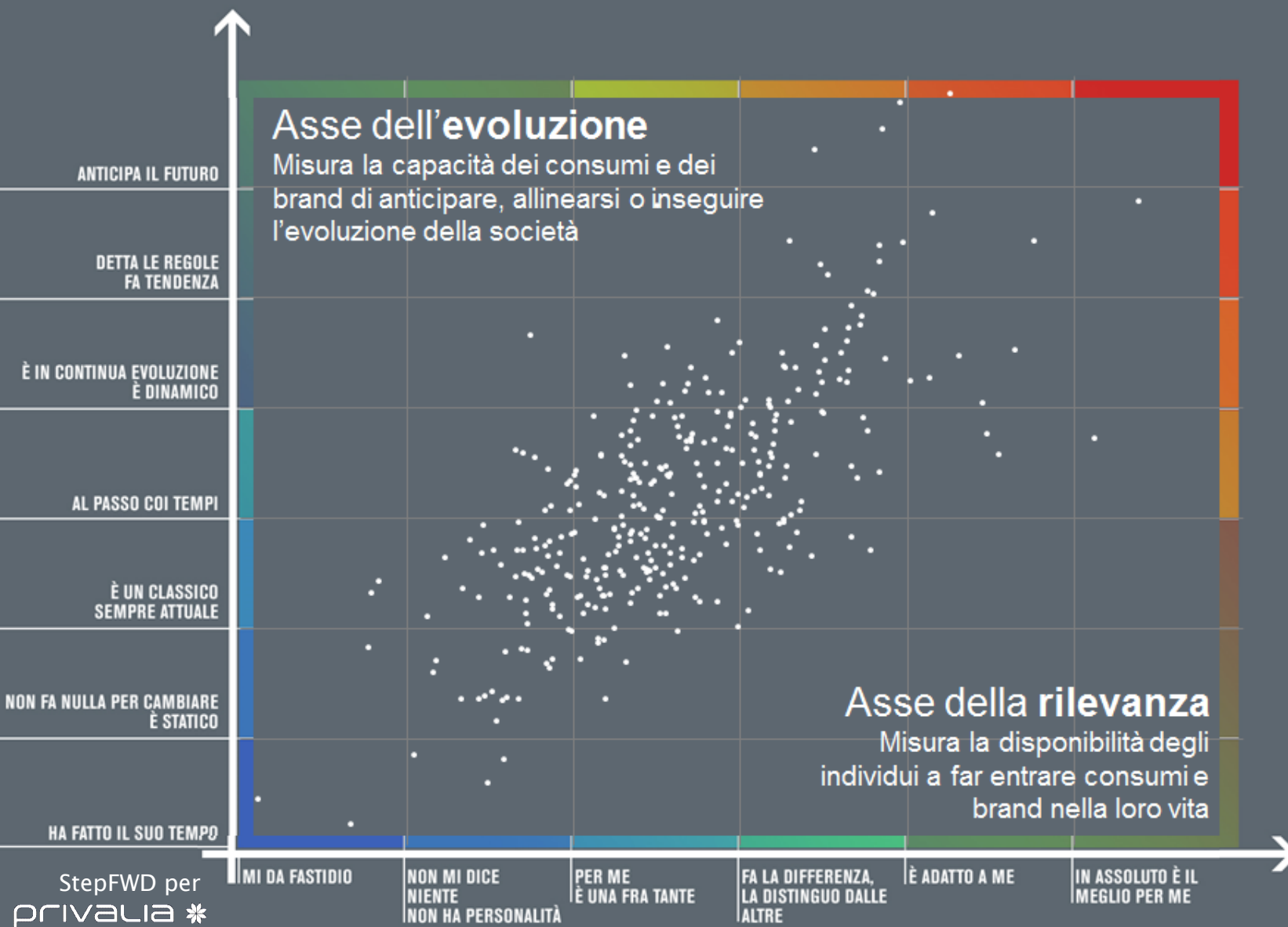
Al momento del pagamento il cassiere verifica che la foto associata a quell'account corrisponde effettivamente alla persona che si trova di fronte e il pagamento viene confermato.



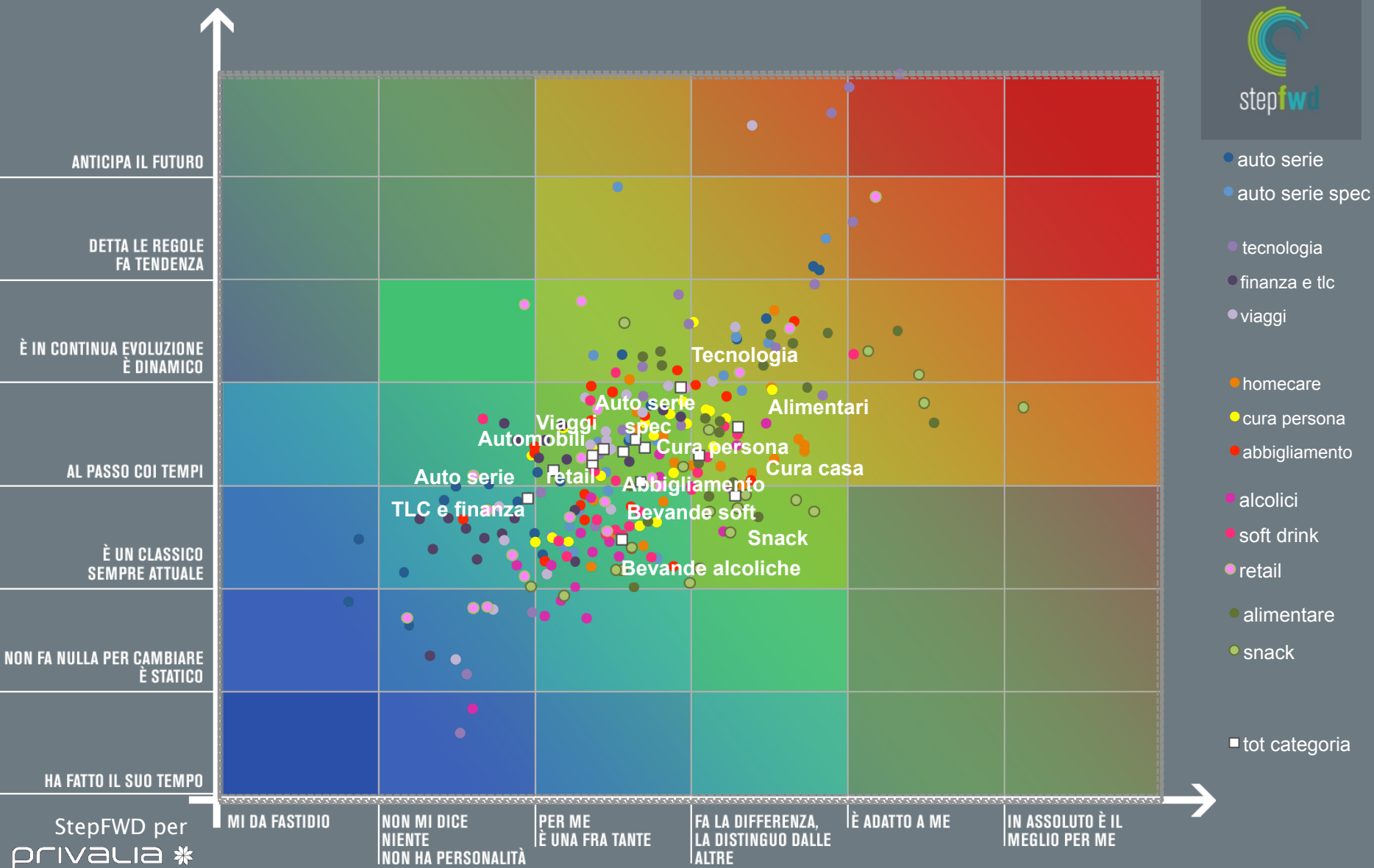
## La telefonia mobile aggiunge nuovi touch point



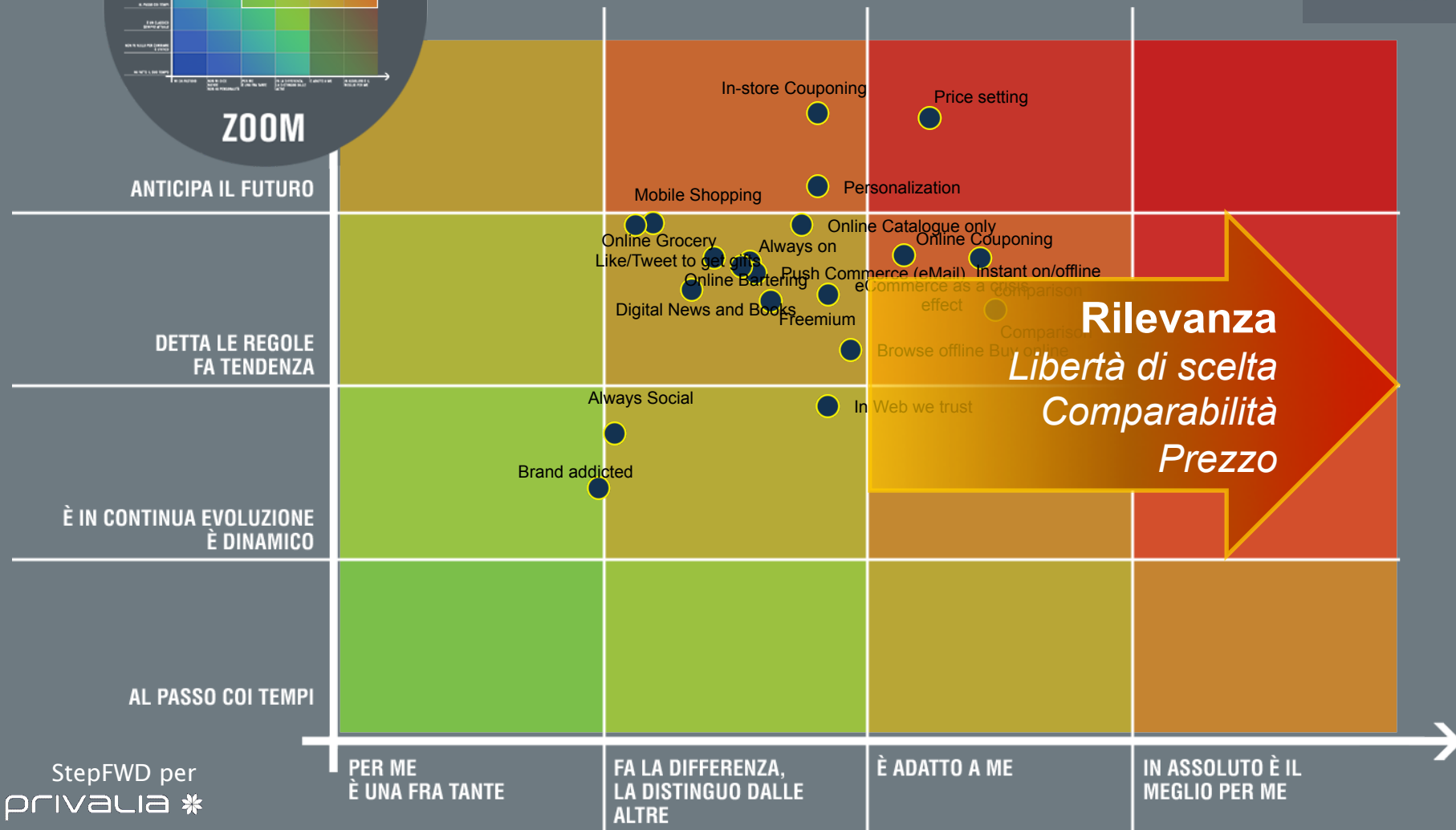
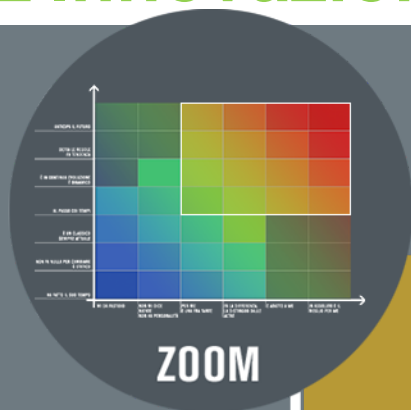
# Le dimensioni che generano l'innovazione



# Innovation Map di 260 Brand Tradizionali



# L'Innovazione per gli acquirenti – La Rilevanza



# L'Innovazione per gli acquirenti – L'Innovazione

