



**Università
degli Studi
di Parma**

ABI Associazione
Bancaria
Italiana

DIMENSIONE CLIENTE 2014

L'evoluzione dei modelli di servizio per lo small business e le piccole imprese

Prof. Luciano Munari

Roma – 8 aprile 2014



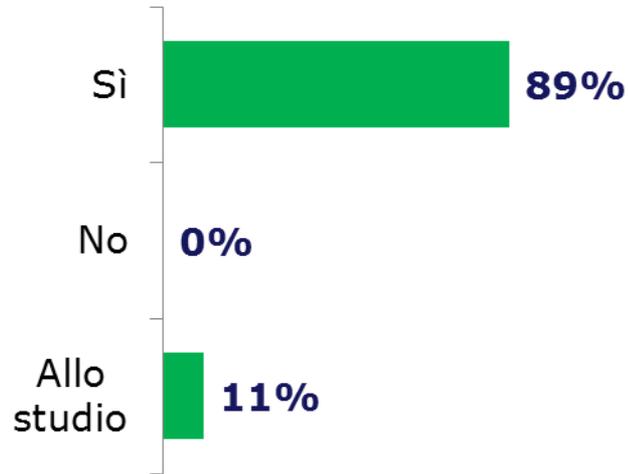
Composizione del campione

- Questionario inviato a **fine gennaio 2014**
- Hanno risposto all'indagine **19 gruppi/banche**
- Rappresentano il **64,5%** del settore in termini di sportelli
- Praticamente tutte hanno individuato un segmento small business o piccoli operatori economici in base al **fatturato**, anche se con perimetri diversi.
- Nel **68%** dei casi l'area che segue lo small business è la stessa che segue i privati
- Nel **74%** dei casi esiste una unità organizzativa dedicata specificatamente allo small business

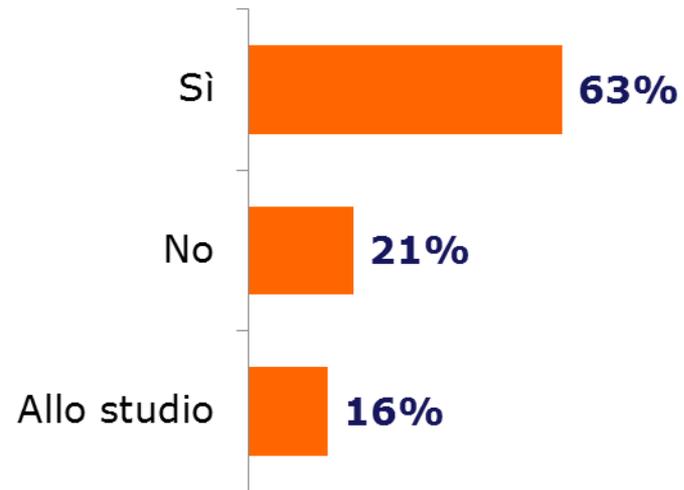


Differenziazione dei modelli di servizio

Il modello di servizio dello small business si differenzia da quello dei privati?



E da quello delle piccole imprese?

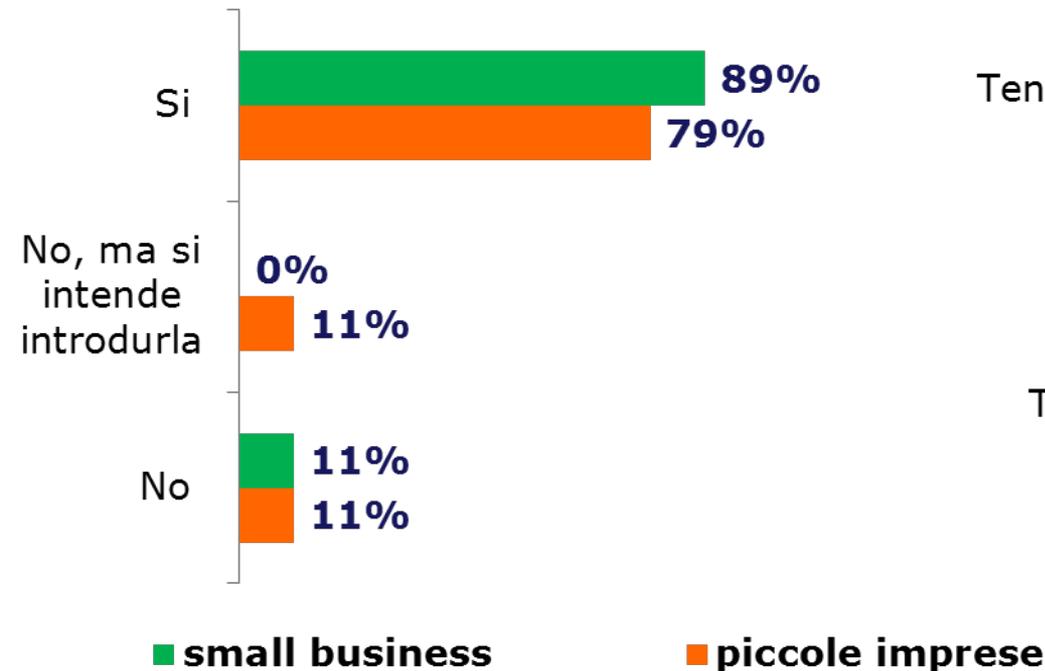


I modelli di servizio si vanno differenziando per segmenti

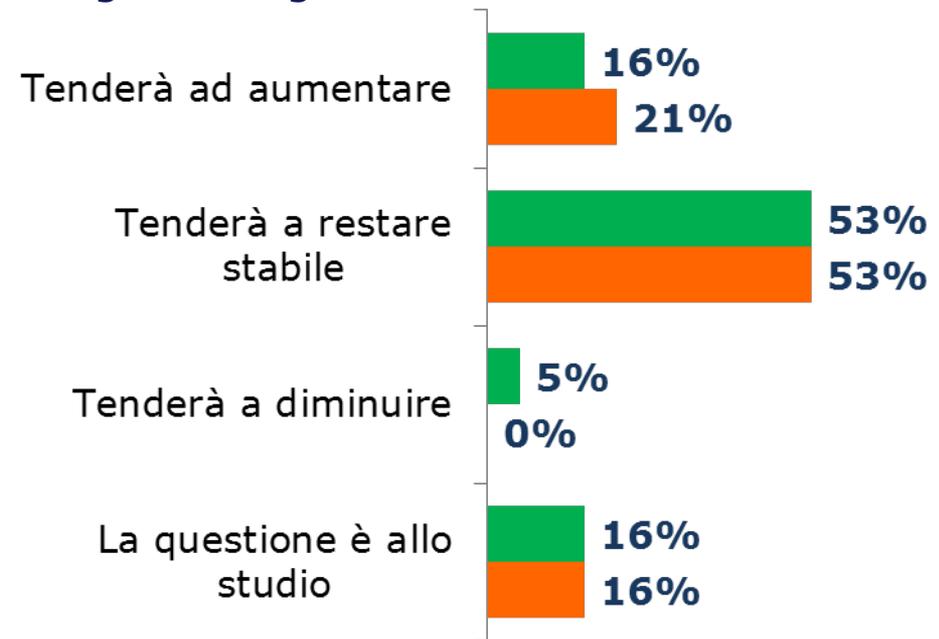


Presenza del gestore di relazione

Utilizzate la figura del gestore?



Prevedete che nei prossimi 1-2 anni, la figura del gestore:



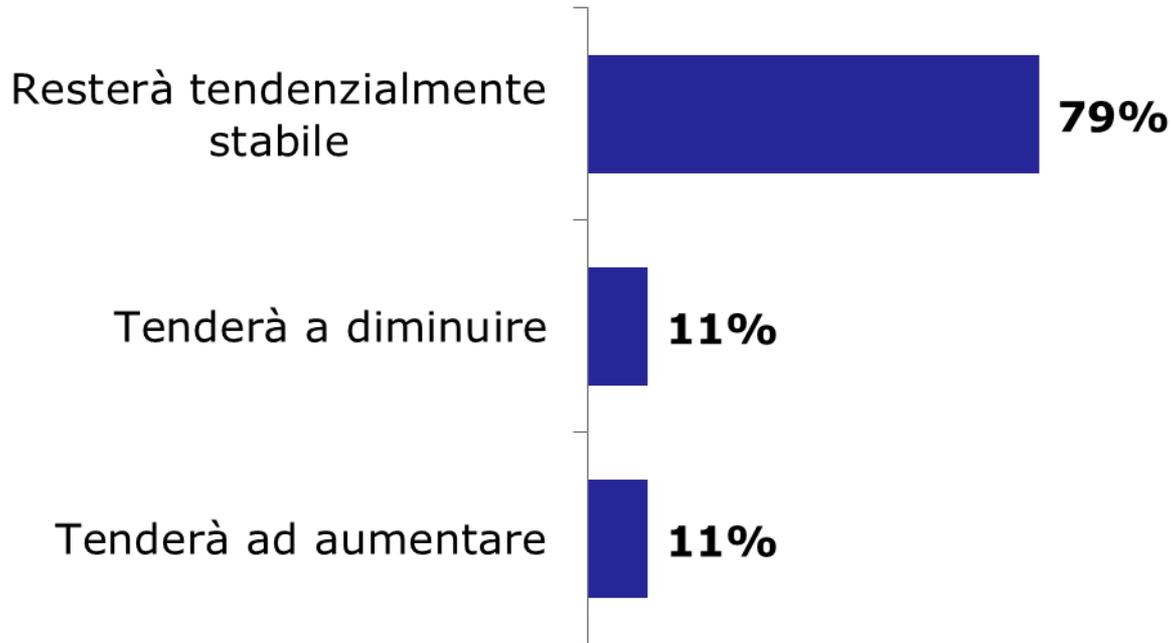
Base: 19 rispondenti

La figura del gestore è molto diffusa, non è differenziata per sottosegmenti e, nelle banche minori, il numero dei gestori è destinato ad aumentare



Il turnover dei gestori

Prevedete che nei prossimi 1-2 anni, il turnover dei gestori:

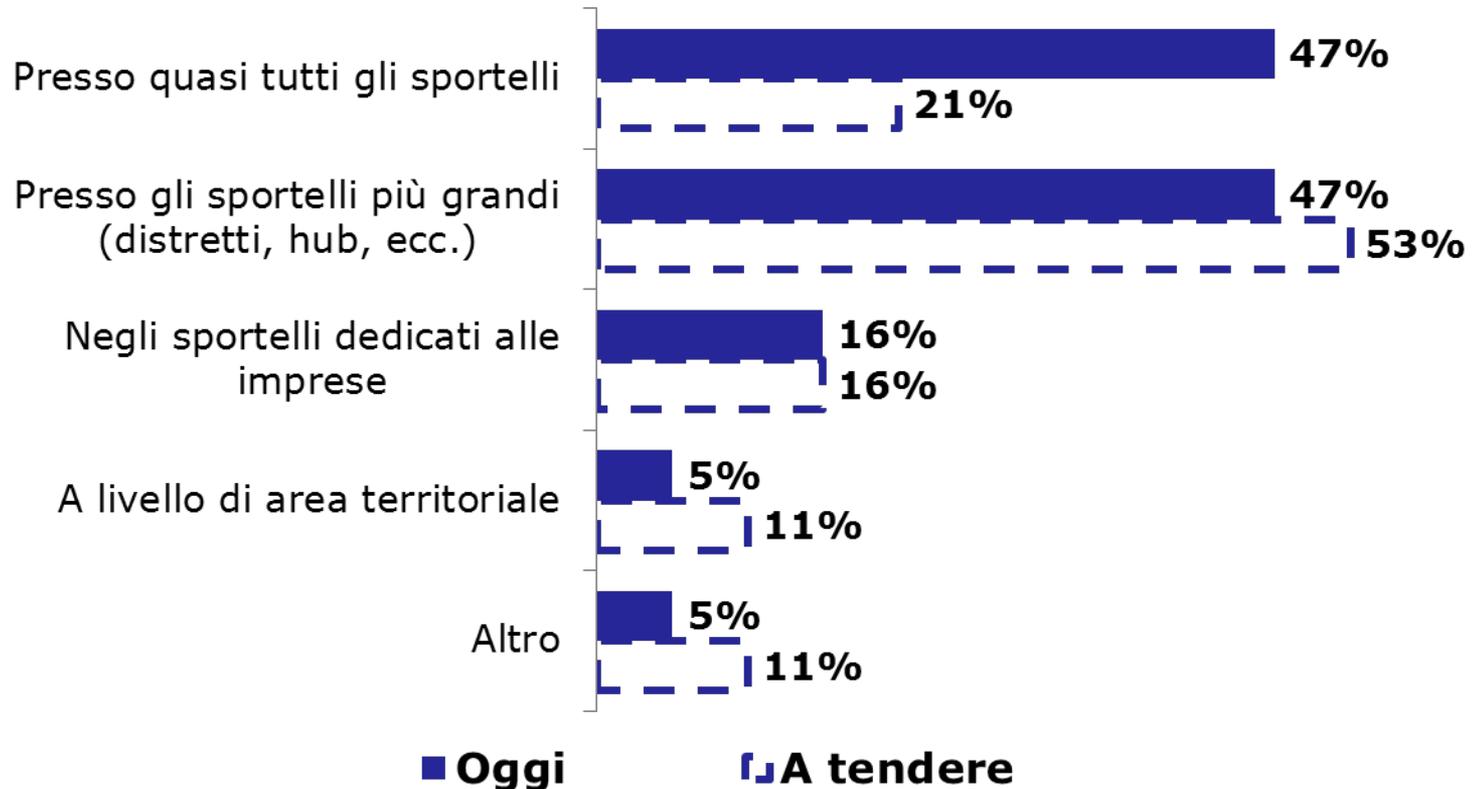


Base: 19 rispondenti

In media, il turnover dei gestori rimarrà sostanzialmente stabile.



Collocamento organizzativo dei gestori



Base: 19 rispondenti

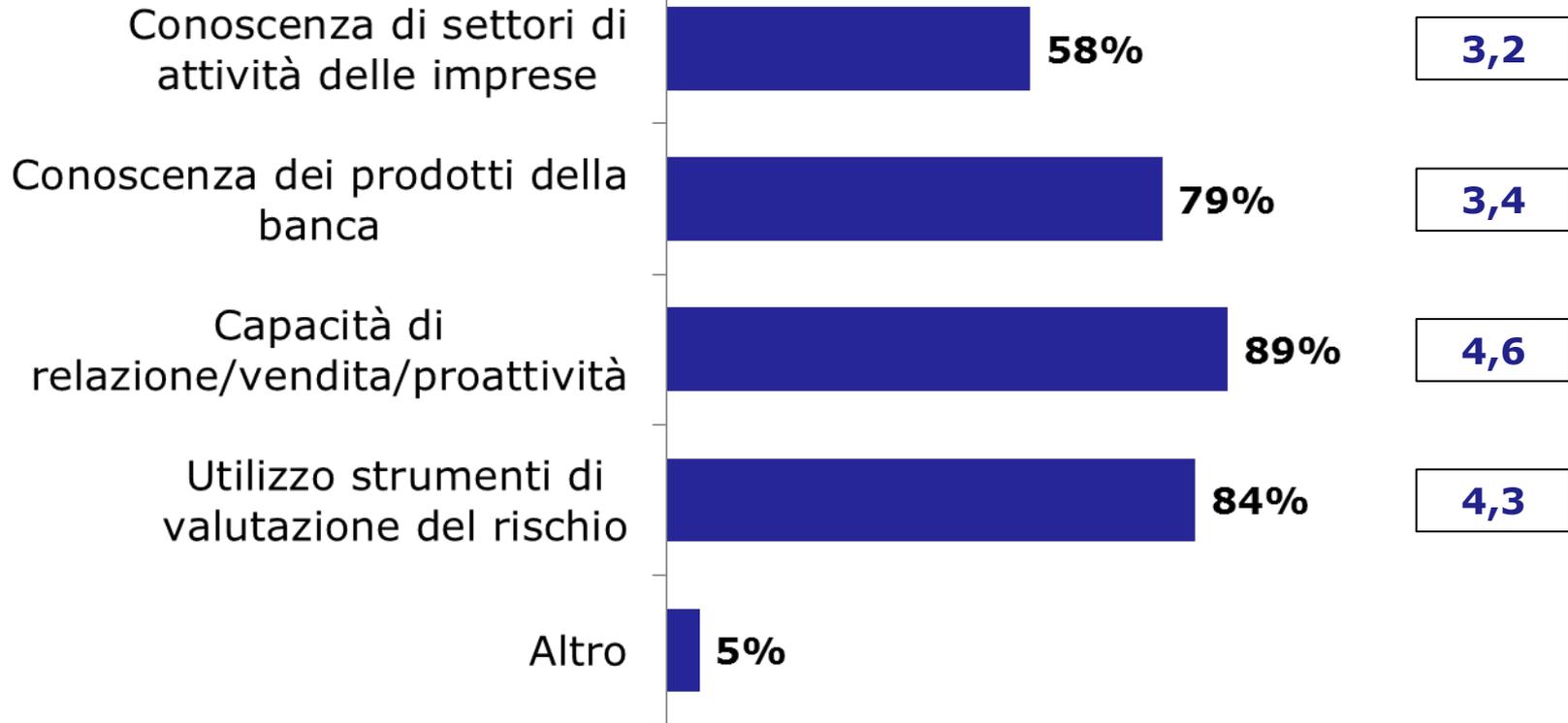
Il collocamento organizzativo dei gestori tenderà a concentrarsi nelle filiali maggiori o specializzate per le imprese



Le competenze dei gestori da rafforzare a tendere

Grado di importanza

(scala da 1 min a 5 max)



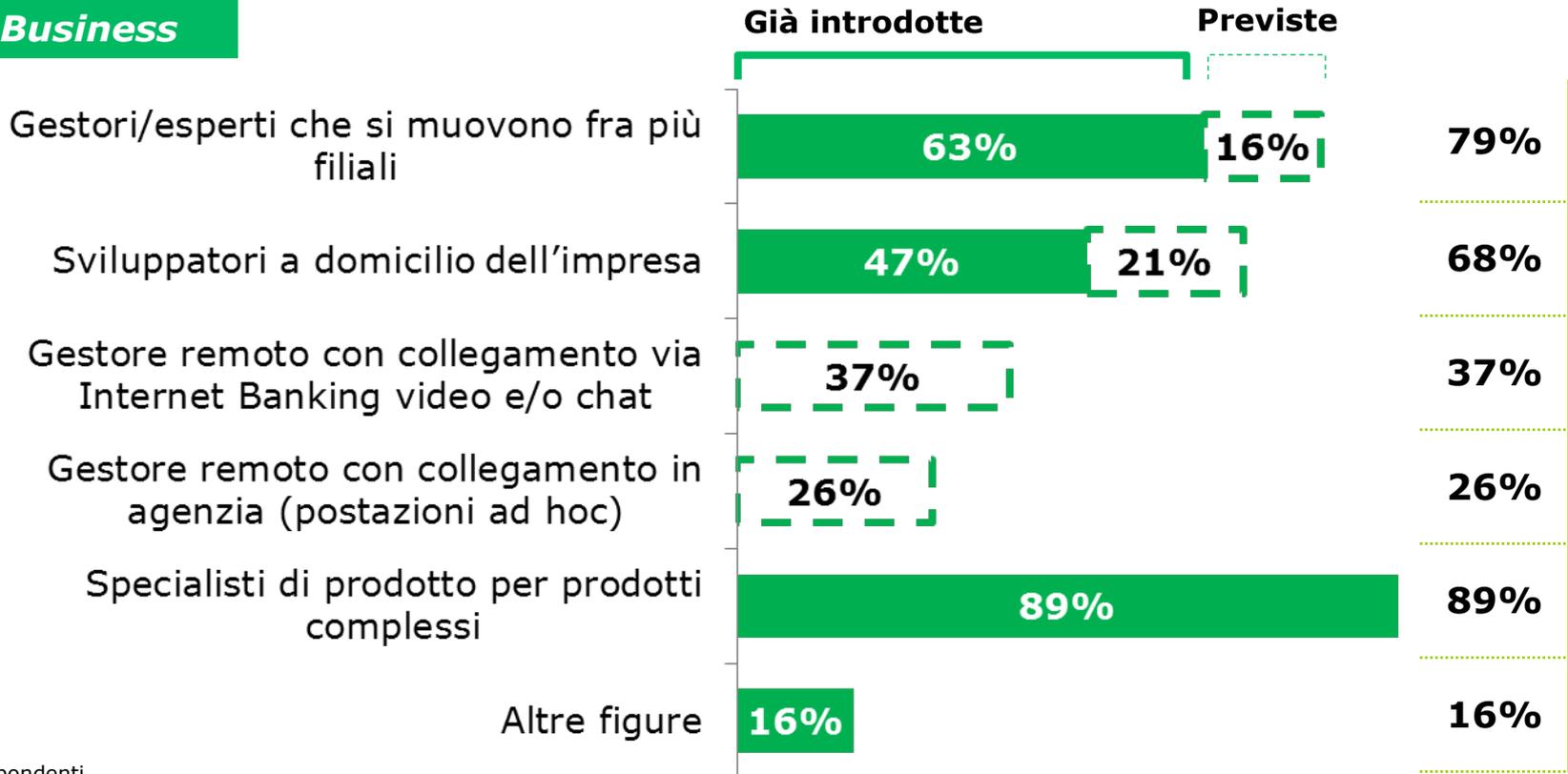
Base: 19 rispondenti

Prevale un orientamento a rafforzare le capacità di relazione e di valutazione del merito creditizio



Altre figure organizzative per la clientela small business

Small Business



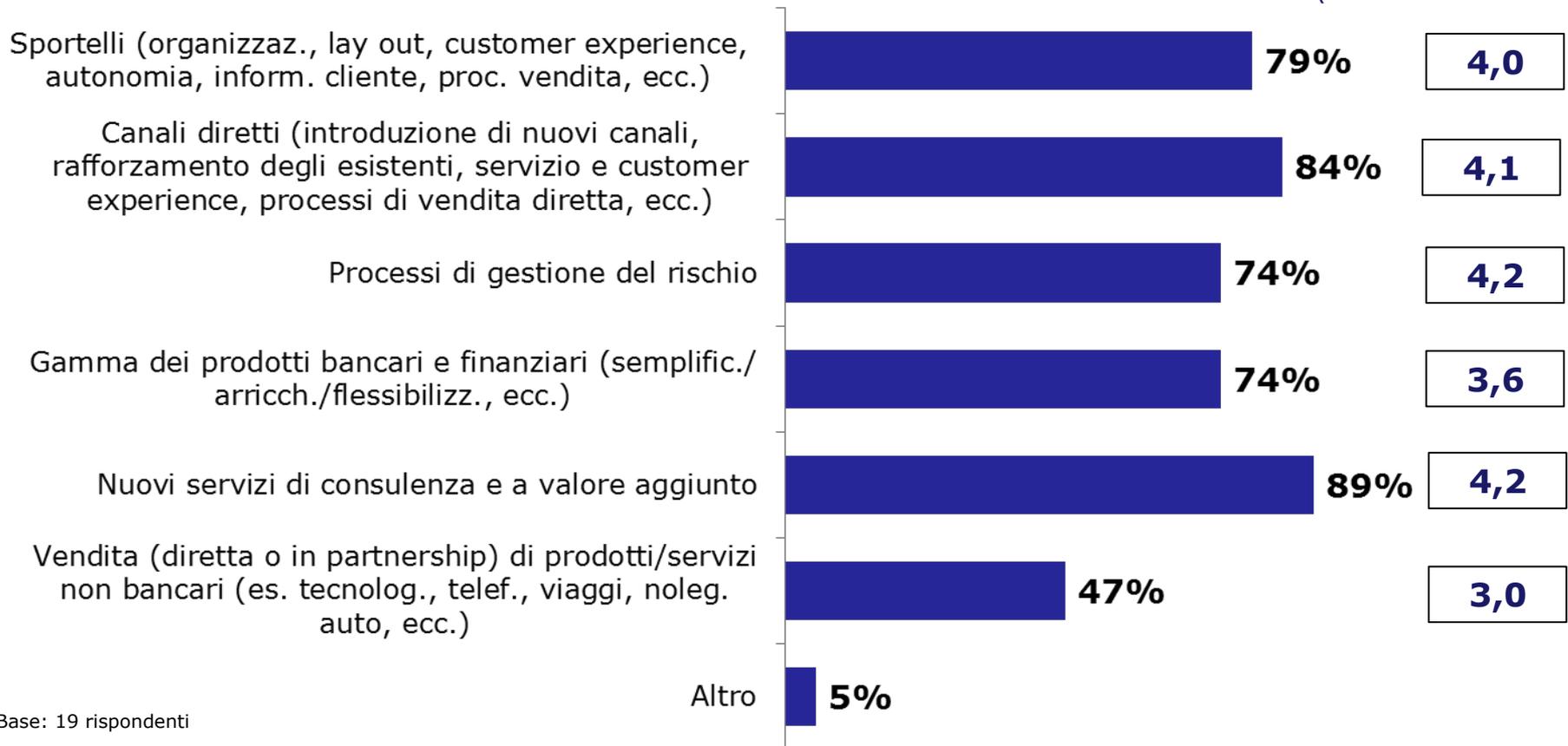
Base: 19 rispondenti

Grande diffusione attuale degli specialisti di prodotto e in prospettiva dell'utilizzo dei canali remoti di contatto gestore-cliente



Ambiti dell'innovazione

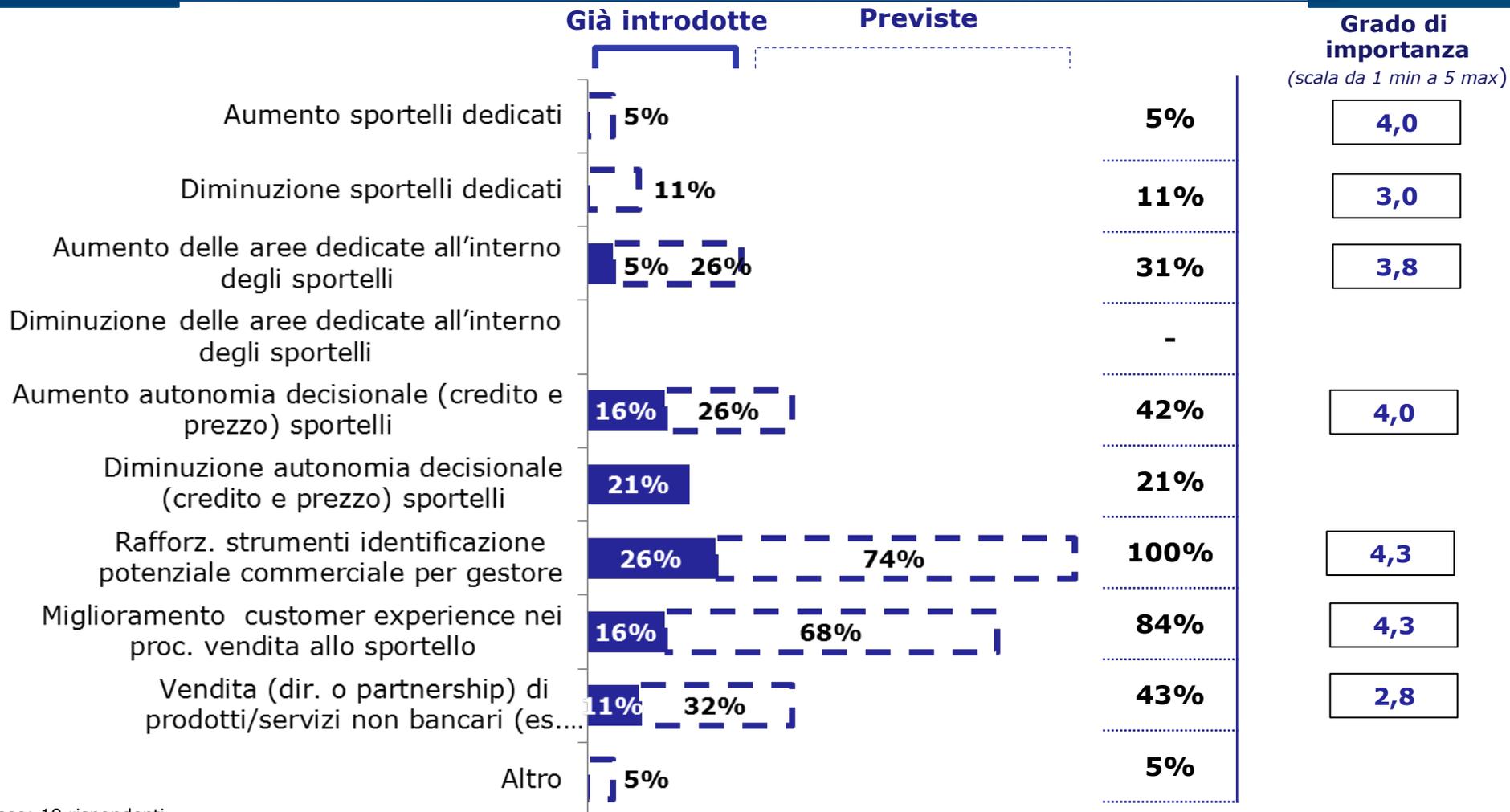
Grado di importanza
(scala da 1 min a 5 max)



Più consulenza, più canali diretti e riorganizzazione degli sportelli



Innovazioni relative alla rete di sportelli

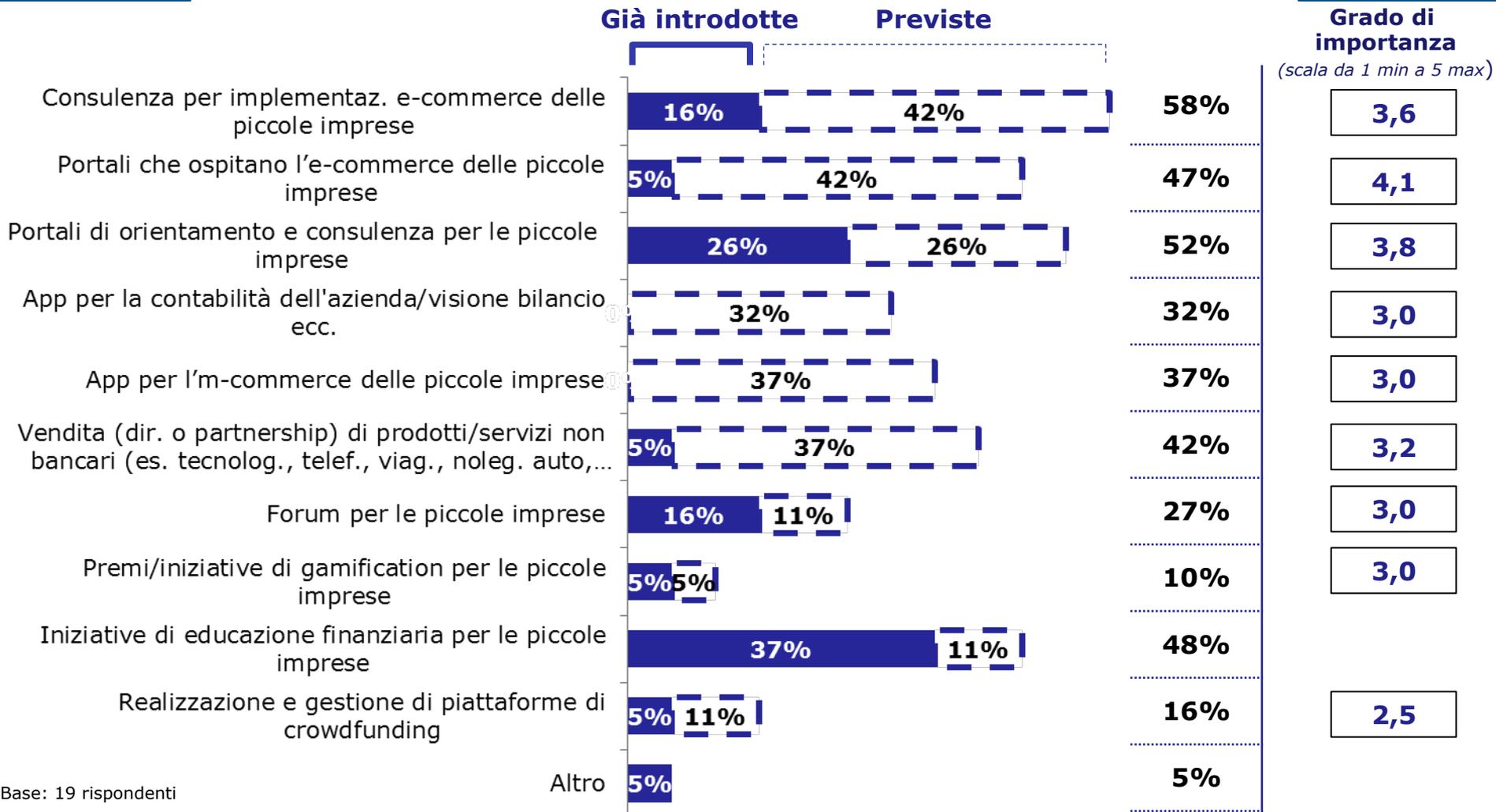


Base: 19 rispondenti

Più strumenti per il gestore e attenzione alla customer experience



Innovazioni nell'uso di Internet e mobile

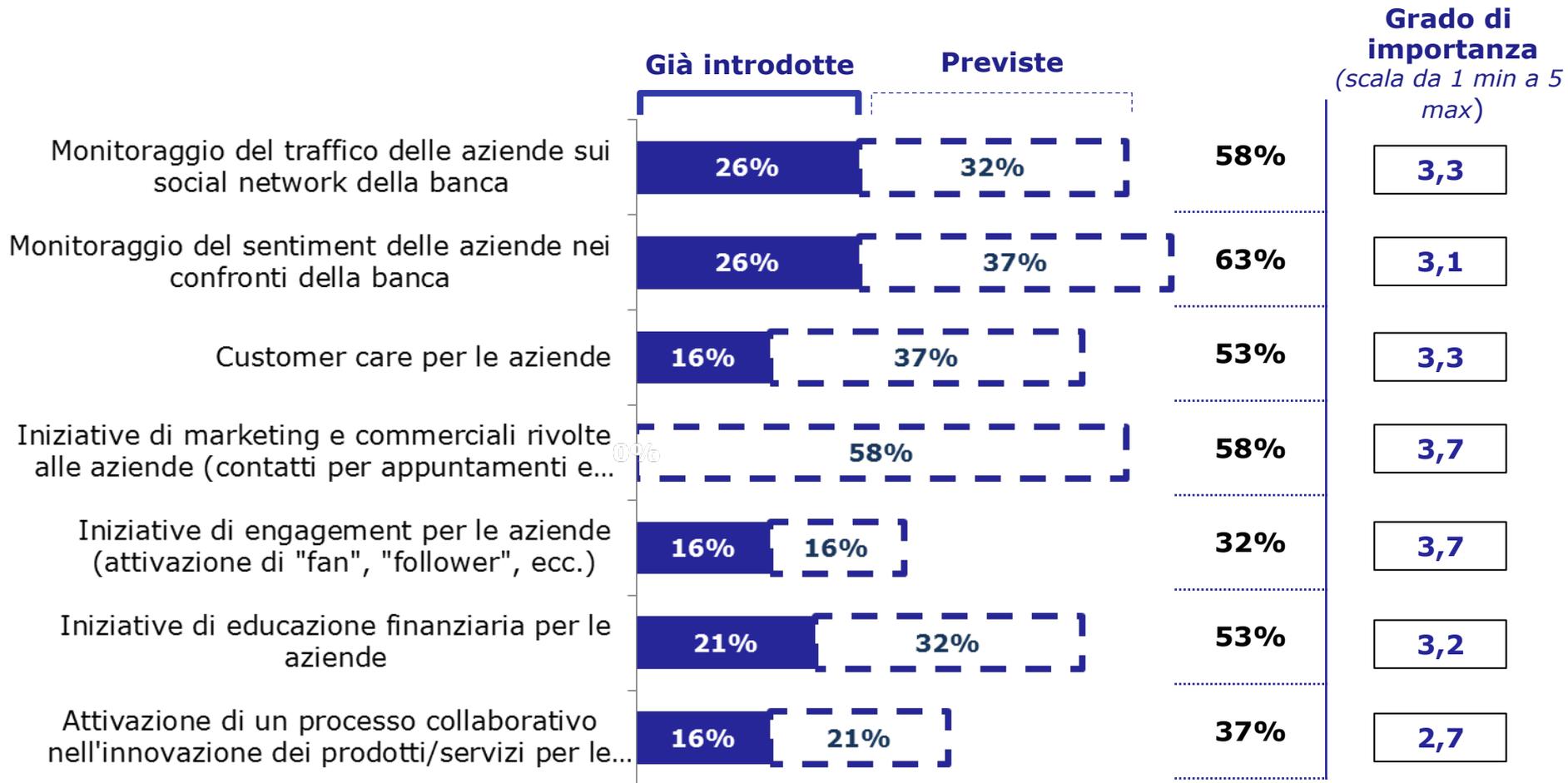


Base: 19 rispondenti

Più supporti allo sviluppo dell'e-commerce



Innovazioni nell'uso dei social network

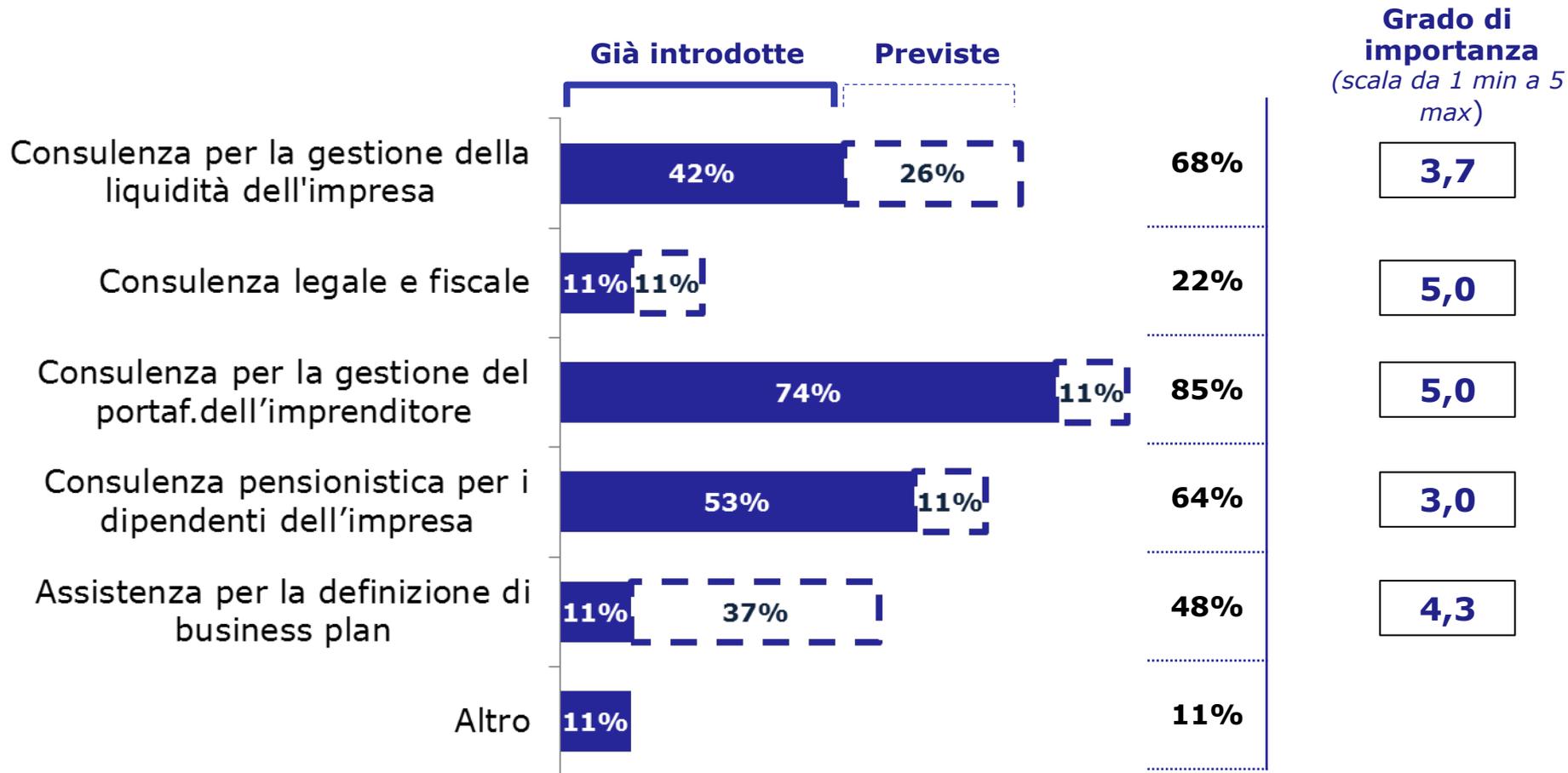


Base: 19 rispondenti

Più utilizzo a fini commerciali, customer care e monitoraggio della reputation



Innovazioni nella gamma dei servizi di consulenza ad alto valore aggiunto

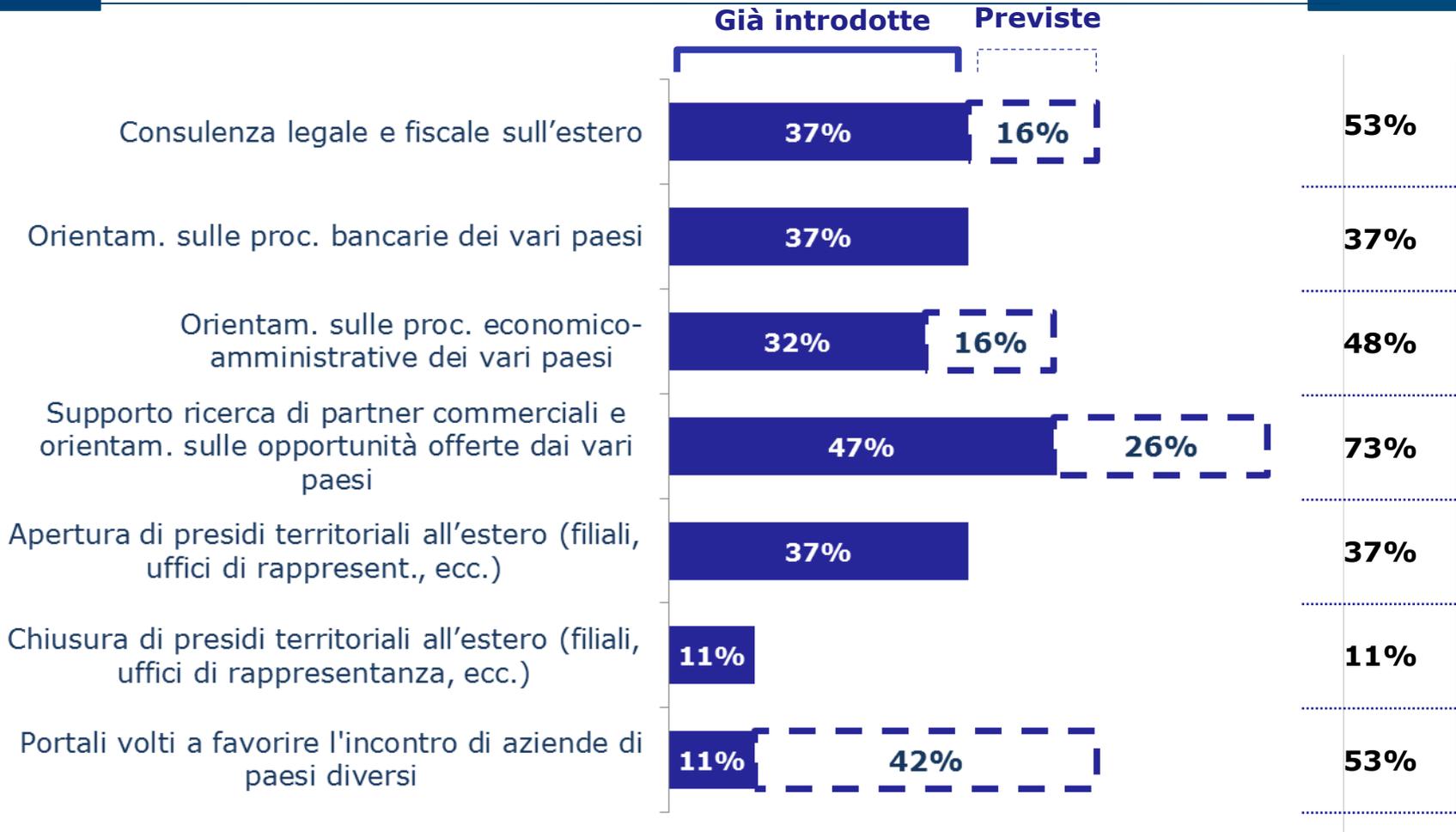


Base: 19 rispondenti

Alla consulenza all'imprenditore si aggiunge la consulenza alle aziende



Innovazioni nel supporto all'accesso ai mercati esteri

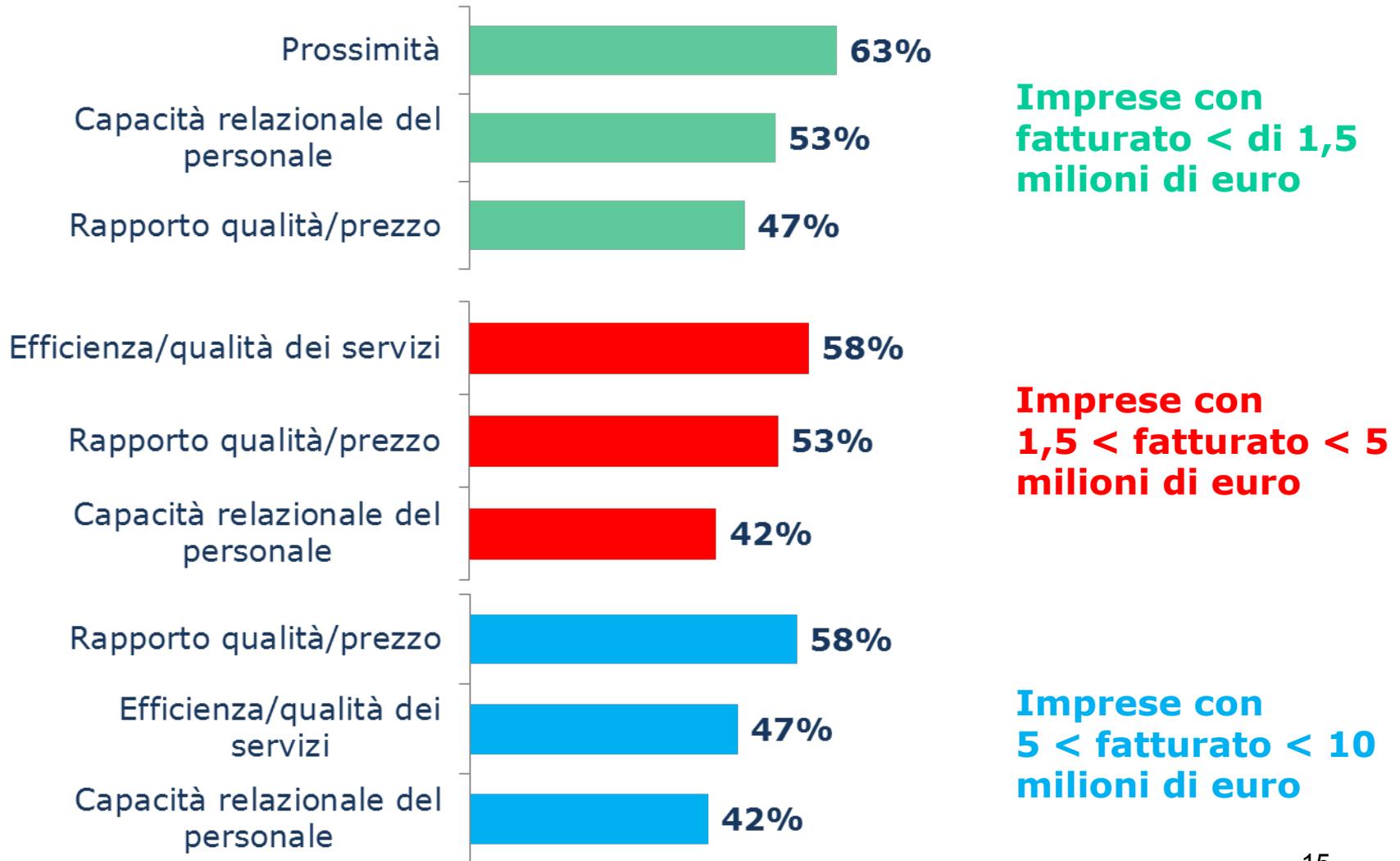


Base: 19 rispondenti

Focalizzazione sulla facilitazione di incontro con imprese estere



I primi tre fattori di scelta di una banca (oltre al supporto creditizio)



Imprese con fatturato < di 1,5 milioni di euro

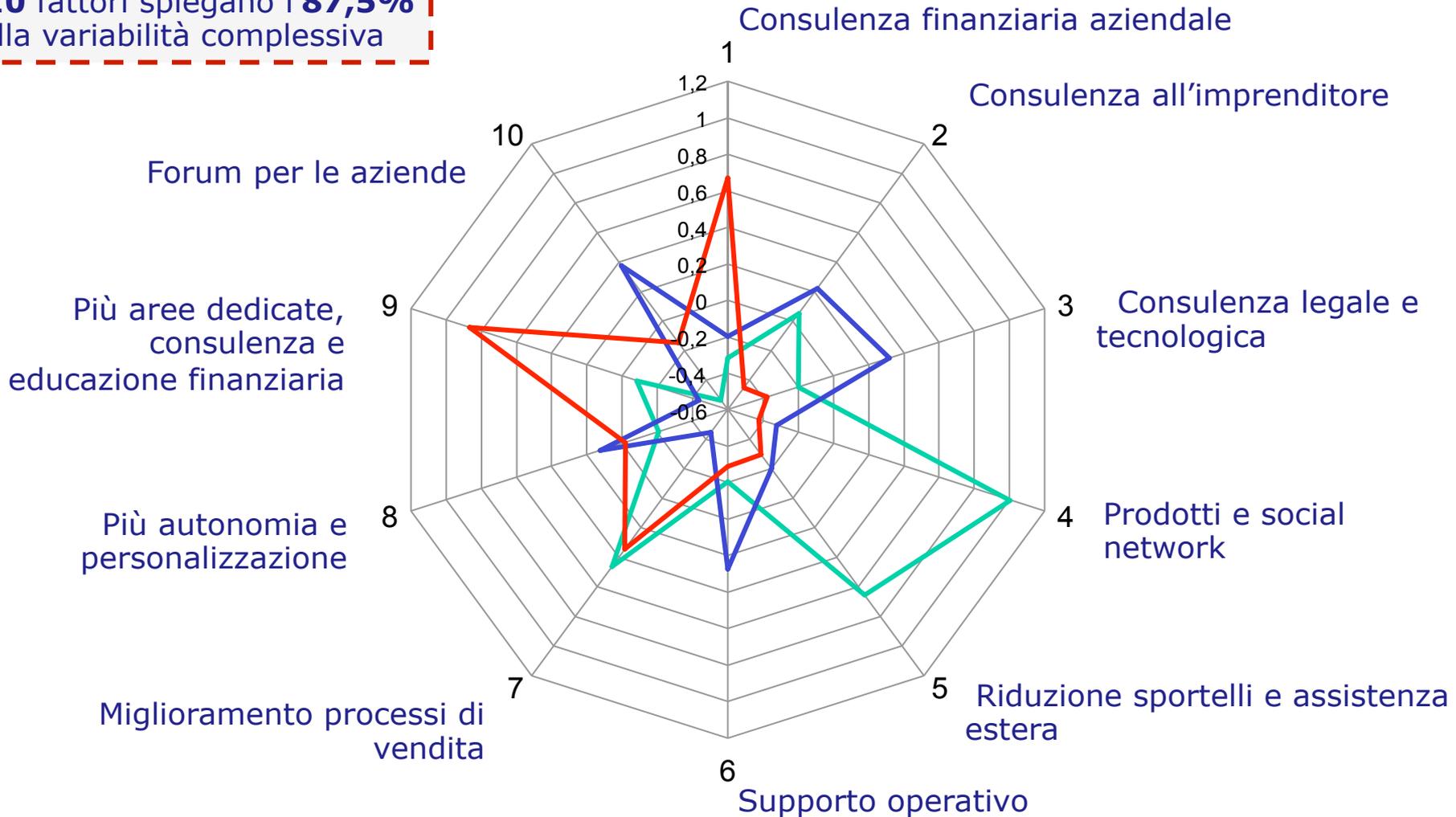
Imprese con 1,5 < fatturato < 5 milioni di euro

Imprese con 5 < fatturato < 10 milioni di euro



Orientamenti di innovazione: un'analisi multivariata

I **10** fattori spiegano l'**87,5%**
della variabilità complessiva



— Miglioramento di vendite e prodotti
— Consulenza finanziaria

— Consulenza ad ampio spettro¹⁶



Conclusioni

- Il modello di servizio per lo small business resterà ancorato alla figura del gestore della relazione di clientela
- Si nota un orientamento ad una concentrazione del suo collocamento nelle filiali più grandi o dedicate
- E un obiettivo di incremento delle capacità di relazione e valutazione del merito creditizio, anche in vista di un aumento delle autonomie
- Il modello si va focalizzando su più consulenza e maggior uso dei canali diretti, utilizzando la tecnologia anche come servizio
- La consulenza tende ad ampliare il focus sulle esigenze delle imprese e non solo dell'imprenditore, con particolare attenzione al supporto alla gestione finanziaria e alle attività sull'estero



***Grazie per
l'attenzione !***