

COMUNICATO STAMPA

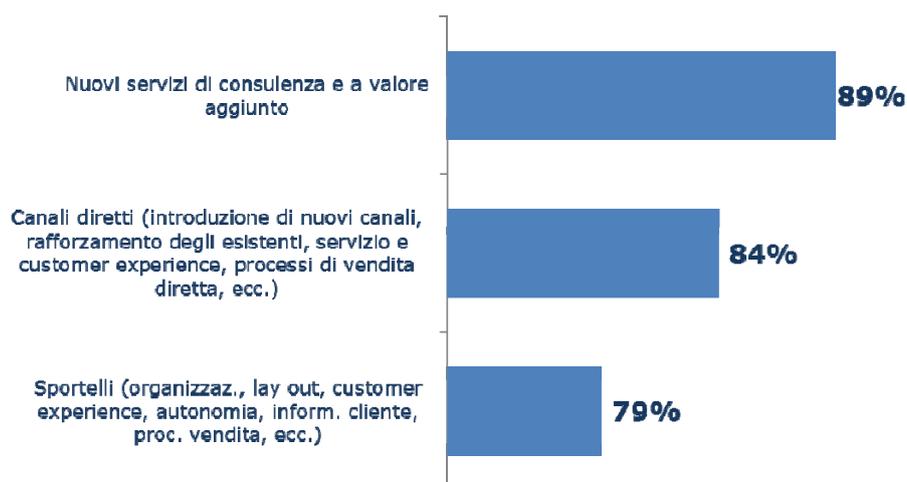
Banche: servizi innovativi per le microimprese italiane

Indagine Abi sui piani e le strategie delle banche italiane per i prossimi due anni a sostegno delle attività delle piccole e micro imprese. Tra le priorità: figure professionali specifiche, sviluppo di iniziative e piattaforme per l'orientamento, rafforzamento dei servizi di consulenza

Nuovi servizi su misura per gestire e soddisfare le esigenze delle micro e piccole imprese: team di esperti per l'assistenza e la consulenza, flessibilità e riorganizzazione dei servizi allo sportello, sviluppo di piattaforme e di iniziative specifiche per l'orientamento, il supporto alle attività e il potenziamento del commercio elettronico delle aziende clienti. Sono queste le principali frontiere su cui si sta concentrando l'attenzione delle banche per sostenere le micro e piccole imprese e svilupparne l'attività. È quanto emerge da una indagine dell'Abi in collaborazione con l'Università di Parma, sull'evoluzione dei modelli di servizio per la clientela dei piccoli operatori economici e delle piccole imprese, messi a punto dalle banche italiane in prospettiva per i prossimi due anni, condotta su un campione di istituti che rappresentano il 65% del settore in termini di sportelli.

Dall'indagine emerge che le priorità per il prossimo biennio saranno: l'introduzione di servizi di consulenza a valore aggiunto (per l'89% delle banche intervistate), il rafforzamento dei canali diretti (84%) e la riorganizzazione delle strutture e dell'attività svolta allo sportello (79%).

Le priorità dell'innovazione previste dalle banche per il prossimo biennio



Grande attenzione viene posta dalle banche per i servizi di consulenza a valore aggiunto. I due terzi delle banche già offrono o sono in procinto di fornire anche alle piccole imprese supporto per finanziarsi direttamente sul mercato tramite emissioni

obbligazionarie e quasi tre quarti delle banche sostiene le aziende clienti nella ricerca di partner commerciali all'estero.

Secondo lo studio il 63% delle banche intervistate ha sviluppato modalità di relazione specifiche con la clientela, a seconda che questa sia costituita da clienti famiglie, dalla microimprenditoria o in riferimento alle piccole imprese. Il servizio per le micro e piccole imprese si incentra sulla figura del 'gestore', una persona di riferimento che cura il complesso della relazione tra la banca e il cliente: opera così l'89% delle banche. Al gestore verranno affiancate figure specializzate su singoli prodotti quando il cliente ha esigenze più complesse. Inoltre, sono spesso previsti sul territorio sviluppatori che si recano presso i clienti piccole imprese: circa la metà delle banche intervistate li hanno già introdotti e un quinto li sta implementando. Ampliare le competenze del gestore nonché rafforzare ulteriormente la capacità di relazione, di proattività e di offerta al cliente è tra gli obiettivi per i prossimi due anni delle banche.

Nei prossimi due anni, infine, le banche arricchiranno il servizio sui canali a distanza per favorire il contatto con la clientela: il 52% delle banche ha predisposto o ha in programma di realizzare portali di orientamento e consulenza per le piccole imprese, il 58% rafforzerà la consulenza per l'implementazione del commercio elettronico delle aziende clienti, oltre il 40% prevede l'offerta di prodotti e servizi non bancari di supporto per le piccole imprese (telefonia, viaggio, noleggio auto,....).

Saranno disponibili collegamenti video e chat via Internet (per il 37% delle banche). Particolare attenzione allo sviluppo dei social network: il 58% dei rispondenti li utilizzerà sempre più come canale informativo per la clientela, per iniziative commerciali della banca e per favorire il cliente nel fissare appuntamenti con il personale in agenzia o attraverso la rete.

Roma, 3 maggio 2014

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

Sara Aguzzoni – Ufficio Rapporti con la Stampa ABI

Tel. 066767496

s.aguzzoni@abi.it