



Make it personal:

il banking digitale nell'era della relazione

Silvia Bagiola, Head of Communications & Brand Experience – ING Italia

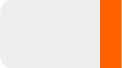
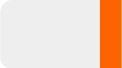
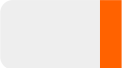
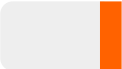
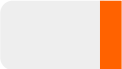
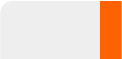
ABI #IlCliente | HUMAN MARKETING - Nuove competenze e nuovi format per una nuova banca
27 Novembre 2020



do your thing

Make it personal: il banking digitale nell'era della relazione

Agenda:

-  *The new normal*: tutti digital!
-  *My wallet is my vote*: la fiducia
-  Fiducia = relazione di valore!
-  Lo stile *orange*: la mission di ING
-  Case study: Mutuo in Vista
-  Q&A





The new normal: tutti digital!

La pandemia Covid-19 ha stravolto la normalità e dato il via a una rivoluzione che sta cambiando i modelli di business.

- **+17% consumatori online** e **+32% transazioni online** ad aprile 2020 vs aprile 2019 → ruolo chiave dei **pagamenti digitali**
- nel digital retail, boom di app per gestione delle code, servizi di comparazione e automazione → **rivoluzione trasversale**
- crescono gli **eventi digital** grazie a facilità di fruizione e risparmio di tempo → **non solo servizi, anche esperienze**



GO DIGITAL!

Accorcia le distanze, accelera i processi,
facilita la fruizione e l'esperienza.

The background of the entire image is a close-up of a hand playing a piano keyboard. In the foreground, a smartphone is held horizontally, displaying a video of a hand playing the same piano keyboard. The video on the phone is slightly out of focus compared to the actual keyboard in the background. An orange speech bubble is positioned in the upper right area of the image, containing text about digitalization in banking.

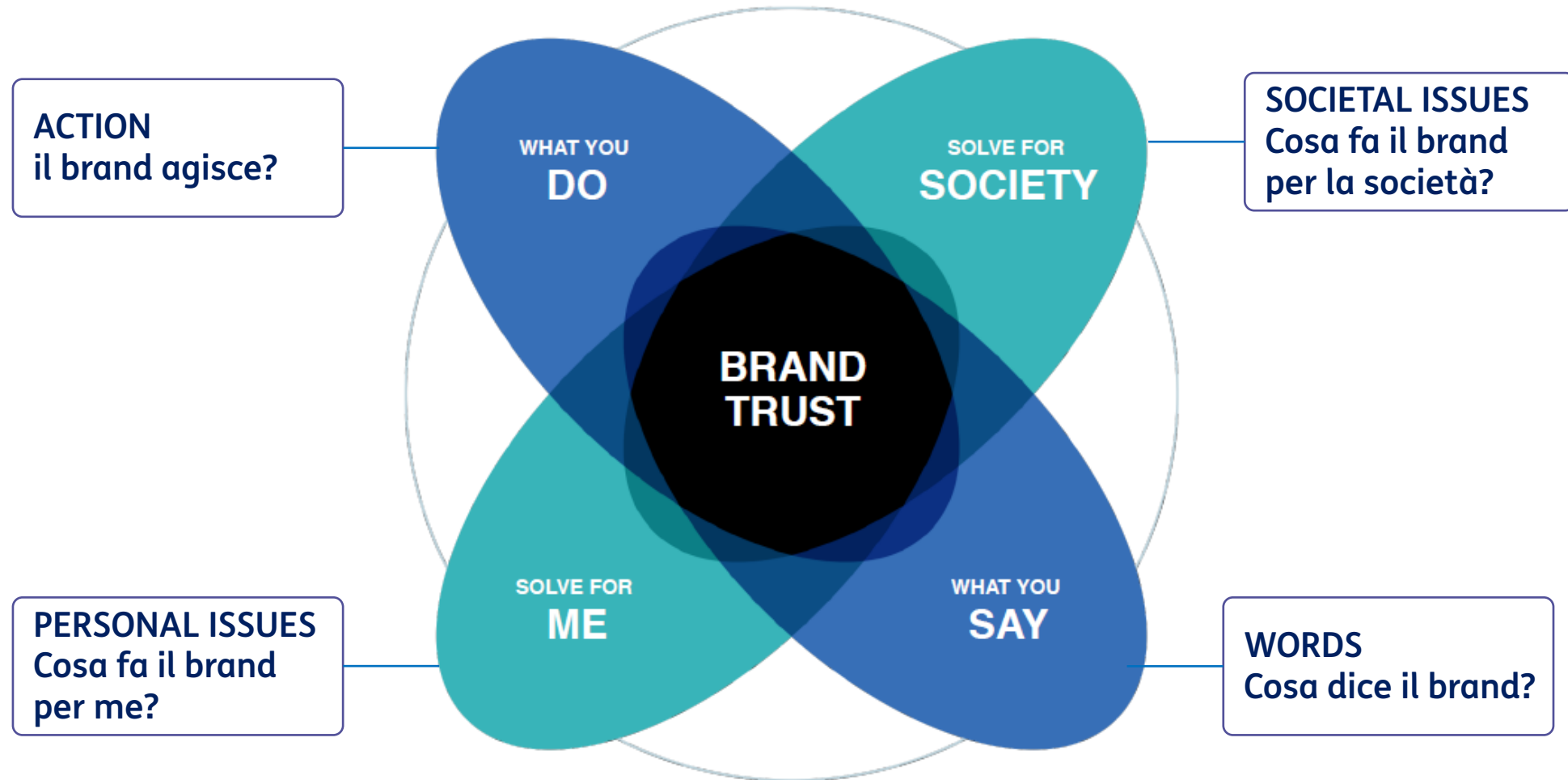
«Oggi più che mai emerge il valore della **digitalizzazione dei servizi bancari**. (...) Solo nelle ultime due settimane di marzo c'è stato un calo dell'operatività fisica di oltre il 50% e un **incremento dell'operatività digitale di oltre il 30%** per servizi come bonifici, investimenti, disinvestimenti, gestione portafoglio, riallocazione del risparmio, richieste di prestiti»

Prof. Marco Giorgino, School of Management Politecnico di Milano

Fonte: Coronavirus, perché le banche (digitali) saranno fondamentali per la ripresa, Alice Scaglioni, L'Economia (Corriere della Sera), 10 aprile 2020

My wallet is my vote: la fiducia

Le scelte di acquisto del cliente non sono più fondate (solo) sul binomio qualità/prezzo, ma sulla **fiducia** verso il brand. Ma **su cosa è basata?**



Fiducia = relazione di valore!



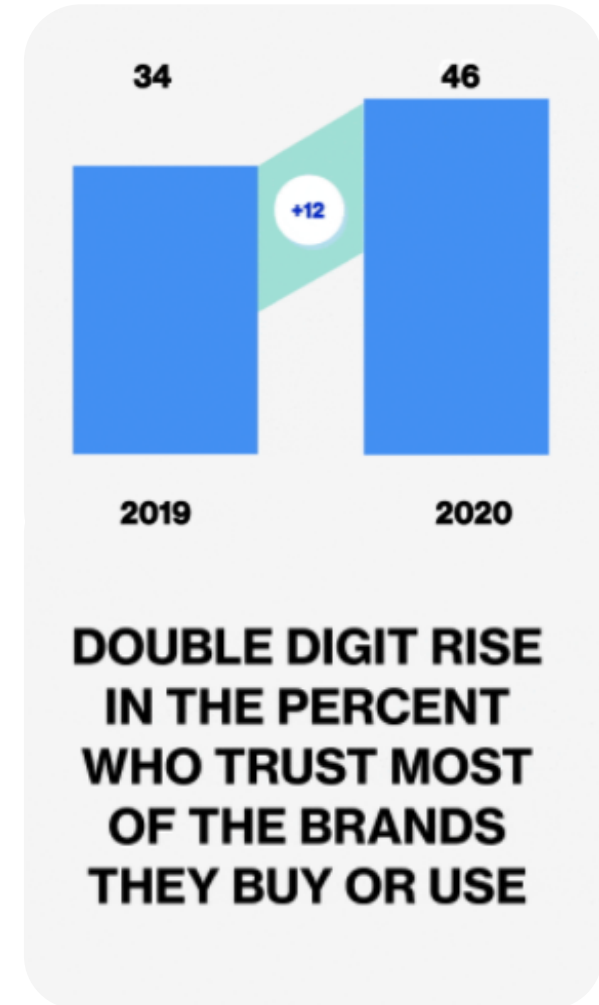
LOYALTY



ENGAGEMENT



ADVOCACY



Lo stile orange: la mission di ING



**Empower people to stay a step ahead
in life and business**

Vogliamo dare alle persone gli strumenti
per essere i protagonisti delle loro vite

INNOVAZIONE

- Il nostro **DNA** è **digitale**, pensiamo *digital first* nello sviluppo dei prodotti
- Il nostro obiettivo è il **continuous improvement**
- Siamo innovatori **oltre il digitale**

- **96%** dei clienti è digitale
- **+2.500.000 App** scaricate
- **+140.000** transazioni al giorno



PERSONALIZZAZIONE

- Progettiamo un'**esperienza personale** per il cliente
- Parliamo la **stessa lingua**, chiara e trasparente
- Siamo personali **oltre il banking**

- Prodotti **modulabili**
- I **tecnicismi** sono banditi
- La **sostenibilità** è tra i nostri obiettivi
- Promuoviamo **diversità e inclusione**





Case study: Mutuo in Vista

Personalizzazione 100% digitale? È **Mutuo in Vista!**

L'idea di richiedere un mutuo ti fa salire l'ansia? Mutuo in Vista è l'alleato perfetto per trasformare questo momento in un piacevole ricordo.



Ancora alla ricerca della casa ideale? No problem, con il **preventivatore online** sai subito quanto puoi ottenere.

Attestato valido 6 mesi che ti aiuta nella ricerca e nella trattativa... garantisce ING!



100% digitale: a disposizione una **monitoring page** per gestire la pratica. E carichi i documenti da qualsiasi dispositivo!

Consulente dedicato sempre a tua disposizione fino alla stipula, al telefono o via mail.





Domande?

Grazie!

