



Make it personal:

il banking digitale nell'era della relazione

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

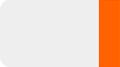
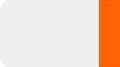
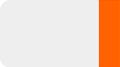
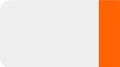
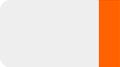
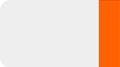
ABI #IlCliente | HUMAN MARKETING - Nuove competenze e nuovi format per una nuova banca
27 Novembre 2020



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.

«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»

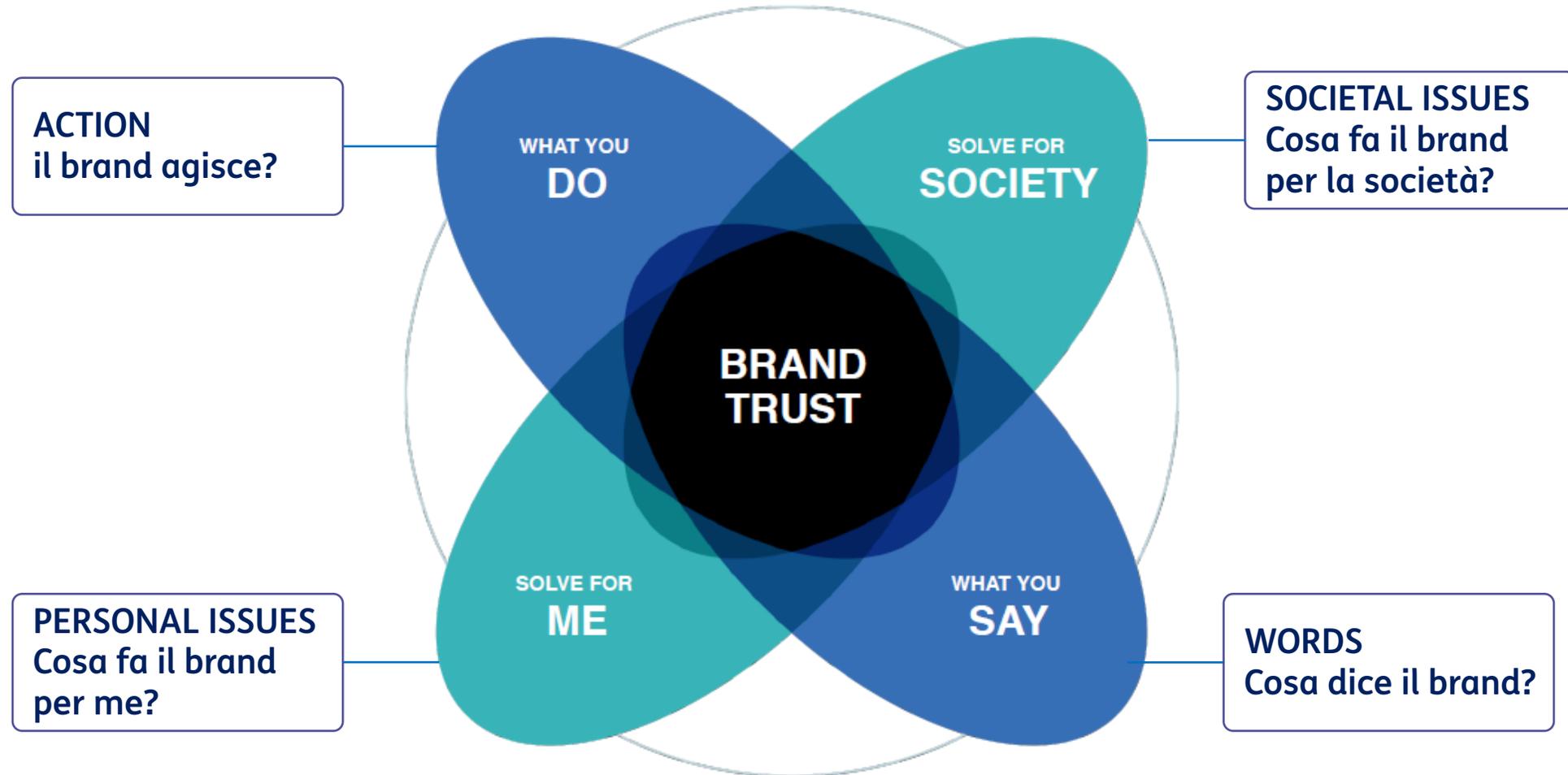
Prof. Marco Giorgino, School of Management Politecnico di Milano

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!



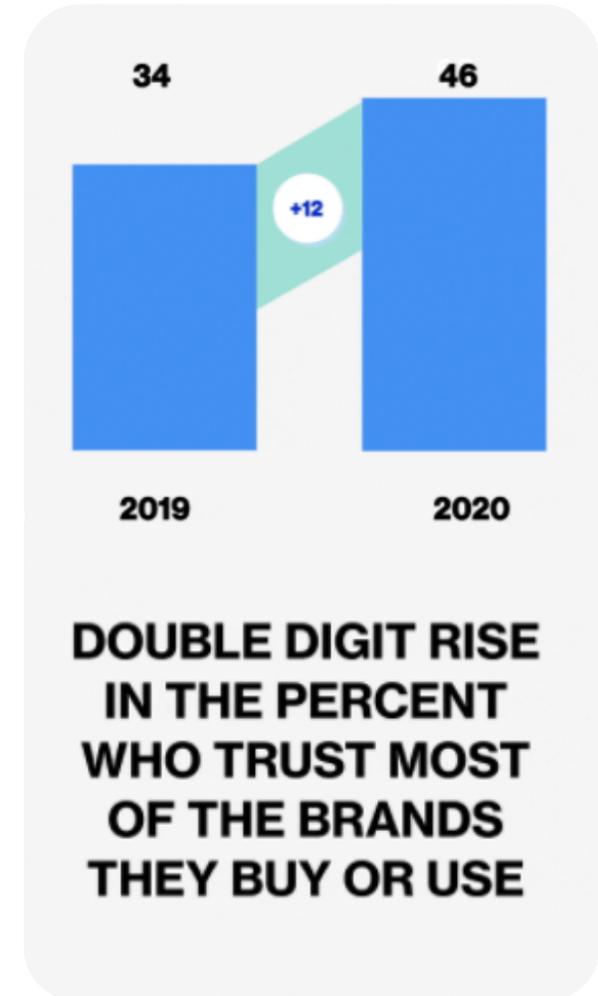
LOYALTY



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!

