



#ilCliente

VERSO UN NUOVO
EQUILIBRIO.



#ilCliente

SCHEMA DELLE SESSIONI

07 | 08 GIUGNO 2022

ROMA - SCUDERIE DI PALAZZO ALTIERI

Live streaming su <https://convegnoilcliente.abieventi.it>



 #ilcliente

convegnoilcliente.abieventi.it

Promosso da

ABI Associazione
Bancaria
Italiana

Organizzato da

ABISERVIZI 

Media Partner

BANCAFORTE
innovation key

MK La rivista ABI di marketing e comunicazione in banca

07 | 08 GIUGNO 2022

#ilCliente

ROMA
 Live streaming su
<https://convegnoilcliente.abieventi.it>

7 GIUGNO | MATTINA

8.00 - 9.00 | Registrazione dei partecipanti in presenza e apertura del live streaming

SESSIONE DI APERTURA – I PARTE (9.00 – 10.45)

COMUNICAZIONE DI IMPATTO OGGI

In un mondo nuovo ricco di complessità da gestire e bisogni e attese emergenti dei cittadini e consumatori, tutti i settori si rinnovano nelle strategie distributive, nel servizio ai clienti e nei valori fondanti della nuova economia che si sta configurando. Un momento di forte cambiamento in cui la ricerca di nuovi equilibri si innesta in un nuovo dialogo tra aziende e persone. Un dialogo che deve transitare dal difficile mestiere di comunicare i nuovi valori fondanti dell'economia sostenibile. Una comunicazione di impatto che faccia breccia nelle persone per trasferire il nuovo modo di gestire il presente verso il futuro.

TEMI TRATTATI:

- CORPORATE GOVERNANCE: COME COMUNICARE IL BRAND E LE SUE PERSONE OGGI
- DAI MESSAGGI ALL'AZIONE: QUANDO LA COMUNICAZIONE SI BASA SUI FATTI
- LA FORZA DELLA COMUNICAZIONE A DUE VIE: CONDIVISIONE È LA NUOVA PAROLA D'ORDINE
- ECONOMIA, SOCIETÀ, TECNOLOGIA, PERSONE: IL RUOLO ATTIVO DEL BRAND PER CAMBIARE IN MEGLIO IL MONDO IN CUI VIVIAMO
- DAL GLOBALE AL LOCALE COME CAMBIANO I MESSAGGI DELLE AZIENDE RETAIL
- LA RILEVANZA DELLA PERSONALIZZAZIONE DEI MESSAGGI: DAL FISICO AL DIGITALE
-

Chair: Massimo Cerofolini, *Giornalista radiofonico e televisivo*

10.45 - 11.15 | Breve Pausa

SESSIONE DI APERTURA – II PARTE (11.15 – 13.00)

TAVOLA ROTONDA

ALLA RICERCA DI UN NUOVO EQUILIBRIO

Il mercato finanziario affronta oggi nuove sfide: dopo l'emergenza pandemica le attuali complessità politiche europee impongono la ricerca di un nuovo equilibrio. Un equilibrio tra profitto e sostenibilità, tra etica e tecnologia, tra fisico e digitale, tra relazione e efficienza. Un'economia ricca di complessità da gestire nella quale gli sforzi devono essere indirizzati all'innovazione e all'inclusione di tutte le tipologie di clienti. In questo quadro di riferimento si innestano le nuove strategie di sviluppo delle banche per il mercato retail che forniscano ai cittadini, alle piccole imprese e ai clienti privati attuali e potenziali la direzione di sviluppo del paese e gli strumenti di sostenibilità utili per affrontare il cambiamento.

TEMI TRATTATI:

- CREARE UN NUOVO MONDO FINANZIARIO IN CUI SOSTENIBILITÀ E PROFITTO COESISTONO SINERGICAMENTE
- CANALI DISTRIBUTIVI IN SINERGIA: FISICO E DIGITALE IL GIUSTO MIX PER INCREMENTARE FIDUCIA E VICINANZA
- MODELLI DI SERVIZIO INNOVATIVI E INCLUSIVI PER LA BANCA DEL FUTURO
- LA SOSTENIBILITÀ COME DRIVER DI SVILUPPO DELLA RELAZIONE
- INNOVAZIONE TECNOLOGICA E TUTELA DEI DATI DEI CLIENTI: COME STA CAMBIANDO LA PERCEZIONE DELLA DOMANDA E LA GESTIONE DELL'OFFERTA
- SMALL BUSINESS E CLIENTI PRIVATI: IL NUOVO RUOLO DELLA CONSULENZA PER GESTIRE I NUOVI BISOGNI DI MERCATO
- LE SFIDE DELLA RELAZIONE NEI DIVERSI TARGET DI CLIENTELA: DAI GIOVANI AI SENIOR, DAL MASS ALL'AFFLUENT
-

Moderata: Daniela Vitolo, *Ufficio Studi ABI*

13.00 - 14.00 | Pausa

07 | 08 GIUGNO 2022

#ilCliente

ROMA

Live streaming su

<https://convegnoilcliente.abieventi.it>

7 GIUGNO | POMERIGGIO

I SESSIONE (14.00 – 15.30)

TAVOLA ROTONDA

IL VALORE DEI DATI NELLA BANCA DI DOMANI: DALLA PROTEZIONE ALLA CONDIVISIONE

TEMI TRATTATI:

- INNOVAZIONE TECNOLOGICA E TUTELA DEI DATI DEI CLIENTI AL CENTRO DEL DIBATTITO EUROPEO
- LA BANCA DEL FUTURO E IL VALORE DEI DATI
- I DATI GUIDANO IL MARKETING E LA CUSTOMER EXPERIENCE
- LA GEOLOCALIZZAZIONE DEI DATI PER COSTRUIRE NUOVI MODELLI DI SERVIZIO
- LA PERSONALIZZAZIONE DELLA RELAZIONE SI NUTRE DI DATI
- COME CAMBIA LA PROMOZIONE E LA VENDITA DI PRODOTTI E SERVIZI FINANZIARI GRAZIE AI DATI
- IL METAVERSO E LE SUE OPPORTUNITÀ
-

Moderà: Massimo **Cerofolini**, *Giornalista radiofonico e televisivo*

15.30 - 16.00

Breve Pausa

II SESSIONE (16.00 – 17.30)

TAVOLA ROTONDA

TRA MARKETING, SERVIZIO E INNOVAZIONE DI PRODOTTO: LE OPPORTUNITÀ DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

TEMI TRATTATI:

- LA FRONTIERA DELLA GAMIFICATION PER COINVOLGERE E FAR CRESCERE LE COMPETENZE DIGITALI
- L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE COME STRUMENTO PER CAPIRE E ANTICIPARE I BISOGNI DEI CLIENTI
- L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER OTTIMIZZARE LE CAMPAGNE PROMOZIONALI
- INTELLIGENZA ARTIFICIALE E HUMAN TOUCH: LA SINERGIA VINCENTE PER CONQUISTARE LA FEDELTA' DEI CLIENTI
- IL SERVIZIO OFFERTO COME PRIMO DRIVER COMPETITIVO
- INTELLIGENZA ARTIFICIALE A SUPPORTO DEL CRM EVOLUTO IN REAL TIME E DELLE VENDITE
-

Moderà: Massimo **Cerofolini**, *Giornalista radiofonico e televisivo*

17.30

Conclusione della prima giornata

07 | 08 GIUGNO 2022

#ilCliente

ROMA
Live streaming su
<https://convegnoilcliente.abieventi.it>

8 GIUGNO | MATTINA

III SESSIONE (9.30 – 10.45)

SUPPORTARE SMALL BUSINESS E PMI DOPO LA PANDEMIA. DAL GLOBAL AL LOCAL: COME CAMBIA LA FILIERA

TEMI TRATTATI:

- DAL CREDITO AI MODELLI DI SERVIZIO: COME CAMBIA IL SERVIZIO ALLE MICROIMPRESE
- LA CONSULENZA DIVENTA IL DRIVER COMPETITIVO PRINCIPALE PER GUIDARE LE PMI NELLA NUOVA ECONOMIA
- I CAMBIAMENTI DELLE FILIERE E GLI IMPATTI SULLA CATENA DEL VALORE DELLE PMI
- SERVIZI INNOVATIVI PER LE PMI: UNA SCELTA NON PIÙ RIMANDABILE
- NUOVI MODELLI DI SERVIZIO PER LO SMALL BUSINESS
- LA SOSTENIBILITÀ COME DRIVER DI SVILUPPO
- DIGITALIZZAZIONE, INNOVAZIONE, TRANSIZIONE ECOLOGICA E INCLUSIONE SOCIALE NEL PNRR: I PILASTRI DELLA NUOVA CONSULENZA ALLE PMI
-

Chair: Francesco **Masala**, *Responsabile Ufficio Studi ABI*

10.45 - 11.15 | Breve Pausa

IV SESSIONE (11.15 – 13.15)

DIGITALE E CONTATTO UMANO: OMNICANALITÀ PER VALORIZZARE L'UNICITÀ DELLA RELAZIONE

TEMI TRATTATI:

- SOCIAL COMMERCE
- EVOLUZIONE DEI SOCIAL MEDIA: DAI VALORI AGLI ACQUISTI
- BANCA E TERRITORIO: COME CAMBIA LA RELAZIONE FACE TO FACE
- I CANALI DIGITALI CAMBIANO IL MODO DI FARE BANCA
- MOBILE BANKING, INTERNET BANKING E DIGITAL ONBOARDING
- MARKETING CONVERSAZIONALE: BOT, CHAT BOT, ASSISTENTI VIRTUALI E MESSAGGISTICA. QUALI SFIDE E OPPORTUNITÀ
-

Chair: Daniela **Vitolo**, *Ufficio Studi ABI*

13.15 - 14.15 | Breve Pausa

8 GIUGNO | POMERIGGIO

V SESSIONE (14.15 – 15.30)

ESSERE INCLUSIVI: COME SCEGLIERE PAROLE E MESSAGGI

TEMI TRATTATI:

- INNOVAZIONE DI PRODOTTO PER I NUOVI BISOGNI
- LA SEMPLICITÀ DEL LINGUAGGIO PER UNA NUOVA VICINANZA
- MARKETING INCLUSIVO
- IL RUOLO DELLE EMOZIONI NELL'INCLUSIVITÀ
-

Moderata: Ildegarda **Ferraro**, *Responsabile Ufficio Stampa e Comunicazione ABI*

15.30 | Saluti finali e arrivederci al prossimo appuntamento di #ilCliente!