

DA “PRODOTTO” A “ECOSISTEMA CASA”

CUSTOMER JOURNEY E NUOVI SISTEMI
DI OFFERTA RAFFORZANO IL
RAPPORTO TRA BANCA, CLIENTI E
PARTNERS.

ROMA, 6 APRILE 2022



BNL
BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

Il contesto mostra una **PROFONDA** e rapida **TRASFORMAZIONE** nei comportamenti dei **CLIENTI** ...



Evolve il profilo dei clienti: cresce il peso delle fasce d'età centrali e il livello socio-culturale medio alto⁽¹⁾



La forte spinta all'utilizzo di servizi digitali/a distanza per la Pubblica Amministrazione, il Servizio Sanitario Nazionale, la Scuola **si traducono anche per il Retail Banking** in crescita dei correntisti abilitati ai **canali diretti**, crescita nell'utilizzo del **Mobile**, incremento delle **consulenze a distanza**



Le scelte dei consumatori sono sempre più **orientate a prodotti e servizi legati ai temi ESG**, indipendentemente dai settori di business



La fiducia nel sistema finanziario cresce ma rimane la più bassa tra i settori di business⁽²⁾

Fonte : (1) Elaborazione Mindshare su dati GFK TSSP (2) Edelman Trust Barometer 2022



BNL
BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

| 04/04/2022 | 2

Classification : Internal

...In questo scenario evolve anche il modo di fare Banca, con **SISTEMI DI OFFERTA** evoluti e **NUOVE MODALITÀ DI INTERAZIONE** con **CLIENTI** e **PARTNER**



CUSTOMER JOURNEY

Fisici, remoti e digitali per semplificare l'esperienza
end to end in ottica omnicanale

SISTEMI DI OFFERTA

Ecosistemi di soluzioni – bancarie e non bancarie – per affiancare i clienti nei progetti più coinvolgenti come l'acquisto di una casa, la ristrutturazione, la gestione o la protezione della casa e dei familiari.

MODELLI DI INTERAZIONE

Consulenza olistica in tutti i canali: rete fisica, canali remoti, agenti e partners .

Anche in prodotti più complessi come il **MUTUO**, l'innovazione **TECNOLOGICA** e la **TRASFORMAZIONE DIGITALE** abilitano nuove modalità di **INTERAZIONE** ...



L'evoluzione della
Tecnologia
permette di
richiedere
un Mutuo in
modalità diverse ...



*L'evoluzione tecnologica
semplifica la **customer
experience** e riduce le **distanze**.*



*Nuovi **strumenti**, analisi **dati**,
ascolto e **conoscenza** del cliente
sono gli ingredienti per migliorare
operatività ed **efficienza**...*



*... lasciando piu' spazio alla
relazione e alla **consulenza**
tramite i **canali fisici, remoti** e
digitali*



... grazie a
Customer Journey
e strumenti che
semplificano
l'esperienza
complessiva



BNL
BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

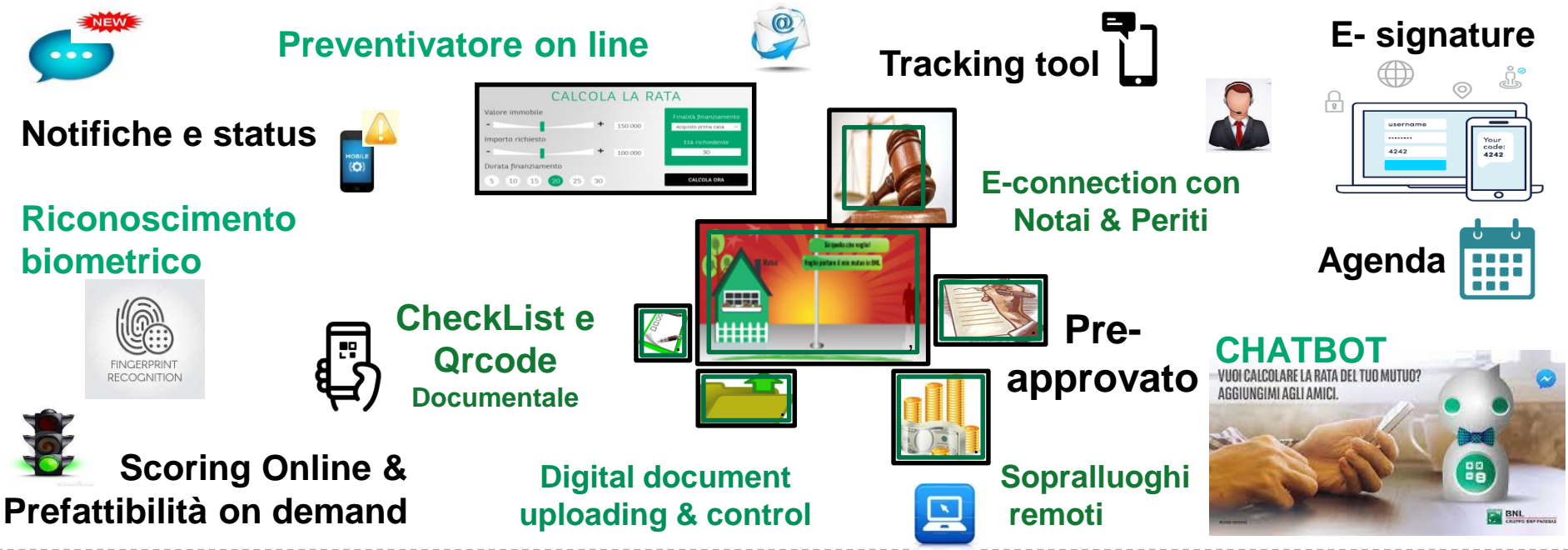
| 04/04/2022 | 4

Classification : Internal

... con **STRUMENTI** che permettono di diversificare **CUSTOMER JOURNEY** e offrire **SOLUZIONI PERSONALIZZATE** per un **MIGLIORAMENTO** continuo.

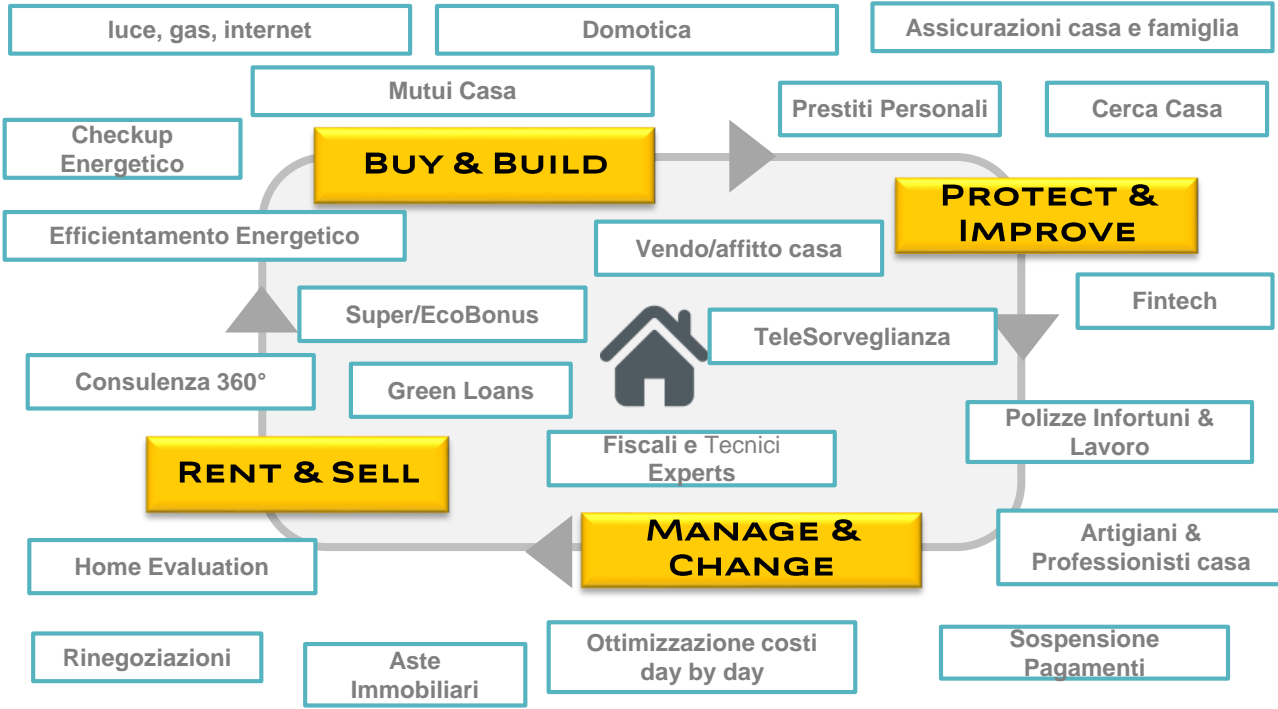
LA TECNOLOGIA PER SUPPORTARE IL CLIENTE E
LIBERARE TEMPO COMMERCIALE ...

... E PER OTTIMIZZARE PROCESSI E MIGLIORARE
L'OPERATIVITÀ END TO END



Il **FOCUS** si sposta dalla vendita del **PRODOTTO** all'**ASCOLTO** del **CLIENTE** e dei **BISOGNI**. La **CONSULENZA** resta centrale in una relazione di **FIDUCIA**

ECOSISTEMA CASA - Soluzioni TAILOR MADE e OMNISCANALE



Un cambio di **PARADIGMA** che amplifica il **VALORE** delle **PARTNERSHIP** per rispondere ai bisogni dell'**ECOSISTEMA CASA** e creare **BENEFICI TRASVERSALI**

ECOSISTEMA CASA - Soluzioni TAILOR MADE e OMNISCANALE



Es. Key Result BNL 2020 vs 2021: NPS, EES, Lead Time end to end e NRFT

**SODDISFAZIONE
CLIENTI**



**SODDISFAZIONE
DIPENDENTI**



TEMPI END TO END



RICICLI/REWORKING



**BNL
BNP PARIBAS**

La banca per un mondo che cambia



GRAZIE

BARBARA BIVIANO

Responsabile HOME – Retail Banking

barbara.biviano@bnpparibas.com



BNL
BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia