

COMUNICATO STAMPA

ABI: servizi 'su misura' del cliente rafforzano la relazione con le banche

Sviluppare e rafforzare relazioni con i clienti sempre più attraverso canali di contatto in grado di rispondere in modo personalizzato e flessibile ai diversi bisogni. Se da una parte le banche modulano e ampliano i loro servizi per sostenere il bisogno di vicinanza della clientela, anche in fase di pandemia da Covid-19, dall'altra parte i clienti apprezzano sempre di più la possibilità di contare su soluzioni fatte 'su misura', semplici e affidabili. Lo spaccato emerge dall'ultima indagine realizzata dall'ABI in collaborazione con Ipsos nell'ambito dell'osservatorio banche-clienti.

I principali risultati dell'indagine ABI con Ipsos sono stati presentati oggi in apertura del convegno #ilCliente, la due giorni di evento dedicata alla relazione banche e clientela, promossa da ABI. Online, su piattaforma digitale dedicata, fruibile liberamente, #ilCliente si rivolge in particolare ai professionisti del settore per offrire loro un ambito di approfondimento e confronto sull'evoluzione del mondo retail, le novità e le tendenze in atto anche in ottica di sostenibilità e alla luce degli impatti determinati dalla pandemia in corso.

Un cliente su 10 ha scoperto la chat con operatore

Secondo l'indagine ABI con Ipsos, realizzata su un campione rappresentativo di clientela, nel 2020 il 61% della clientela si è rivolto direttamente al proprio referente per ricevere un supporto rispetto alle scelte finanziarie più complesse. Dall'indagine emerge inoltre che cresce la fascia di coloro che si rivolgono ai consulenti finanziari a domicilio e a distanza (pari al 16% nel 2020; era il 14% nel 2018 e il 4% nel 2012), mentre si rafforza tra le abitudini della clientela l'utilizzo di contact center (25% nel 2020; era il 22% nel 2018 e il 7% nel 2012) e, nell'anno segnato dall'avvio dell'emergenza sanitaria e dal conseguente distanziamento dei contatti, per la prima volta figura la Chat con l'operatore. Utilizzato dall'11% della clientela per comunicare con la propria banca, questo canale di messaggistica istantanea si sta velocemente affermando per via della sua semplicità di utilizzo, perché permette rapidità di assistenza ed è disponibile da computer e da telefono.

Le operazioni dispositive sempre più 'fai da te'

La modalità di contatto con la banca oggi più diffusa presso la clientela è rappresentata dall'uso combinato dei canali fisici e digitali. In particolare, dall'indagine emerge che la pandemia non ha fermato la relazione sul territorio per garantire l'operatività legata a contanti e assegni, per la consulenza su progetti finanziari più complessi o per adempimenti normativi (il 77% della clientela ha utilizzato l'agenzia nell'ultimo anno). Mentre l'agenzia diventa un luogo di riferimento importante e qualificato per la consulenza su operazioni importanti, la banca via Web (Internet e mobile banking) è sempre più apprezzata per l'immediatezza e la rapidità con cui è possibile controllare e gestire in ogni momento il proprio conto ed effettuare attività in autonomia, quali pagamenti e operazioni finanziarie di routine.

Secondo l'indagine, il 90% dei clienti digitali stanno utilizzando i canali Internet e mobile in modo più ampio, anche per operazioni di pagamento. Se l'Internet banking si conferma il canale digitale preferito (per il 56% della clientela), il mobile si sta

velocemente affermando tra le abitudini di questi clienti: un cliente su due (il 48%), infatti, opera in mobilità portando con sé la banca ovunque vada, accedendo ai servizi attraverso dispositivi mobili quali smartphone e tablet (la percentuale era del 6% nel 2012).

Roma, 28 aprile 2021