

# Banca CRSavigliano

## Il miglioramento della Customer Experience passa tramite hAPPy

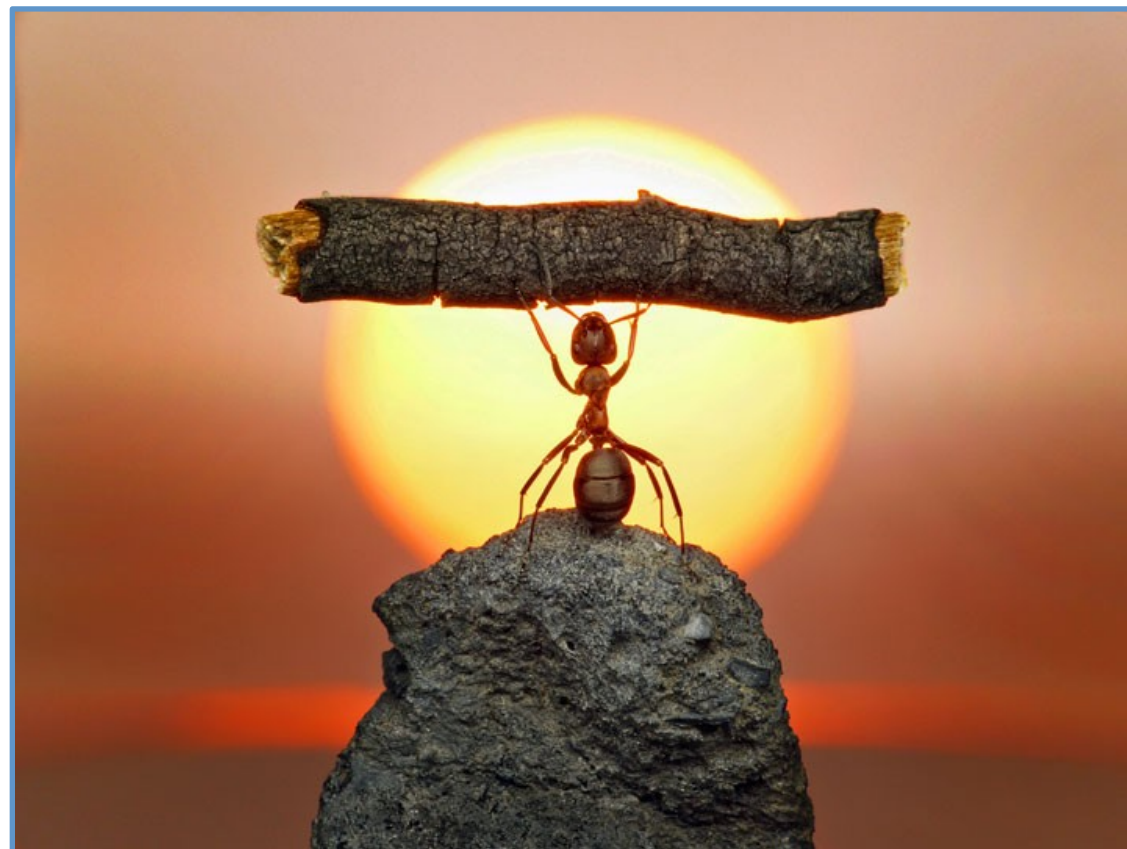


*powered by*



*Anche le banche nel loro piccolo si innovano...  
Perché l'innovazione non è utopia  
in una banca di piccole dimensioni.*

**Claudia Sepertino**  
Responsabile Ufficio Marketing  
Banca Cassa di Risparmio di Savigliano S.p.A.



## Banca Cassa di Risparmio di Savigliano S.p.A. «*Banca di piccole dimensioni*»

- 23 Filiali
- 20 Comuni serviti da una filiale fisica
- Circa 200 dipendenti
- 30.000 clienti circa
- 160 anni di storia



## *Perché l'innovazione non è utopia*

INNOVAZIONE?

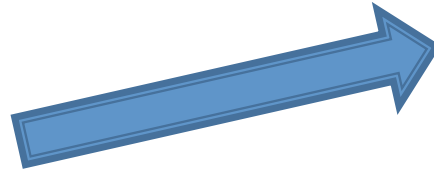


innovazione s. f. [dal lat. tardo *innovatio* – *onis*]. – 1. a. L'atto, l'opera di innovare, cioè di introdurre nuovi sistemi, nuovi ordinamenti, nuovi metodi di produzione.

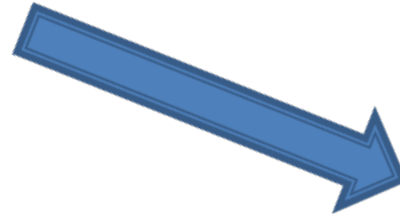
In senso concreto, ogni novità, mutamento, trasformazione che modifichi radicalmente o provochi comunque un efficace svecchiamento in un ordinamento politico o sociale, in un metodo di produzione, in una tecnica.



*...quindi Banca CRS è un'azienda innovatrice?*



INNOVATRICE FORSE



INNOVATIVA SICURAMENTE SÌ

## Il modello di servizio di una banca del territorio: superamento della Banca Multicanale



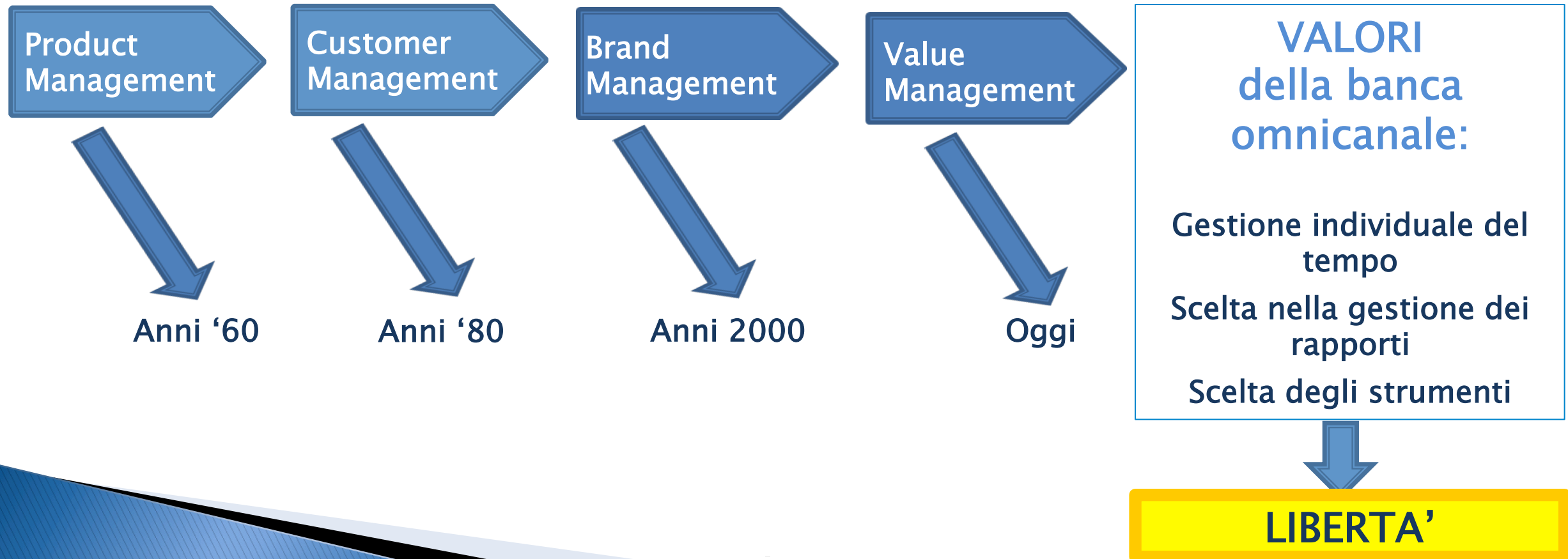
## Il modello di servizio di una banca del territorio: la scelta della Banca Omnicanale

Da cliente  
«bersaglio» a cliente  
**AL CENTRO**  
dei servizi  
e parte attiva nella  
scelta



Pensiamo ai clienti  
non come target o  
masse, ma come  
individui e nicchie  
da ascoltare e con  
cui dialogare.

# La scelta della banca omnicanale supporta il passaggio dal Marketing 3.0 al Marketing 4.0



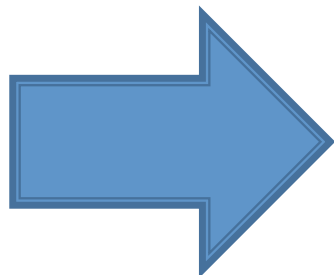


# La scelta omnicanale di Banca CRS è fatta quindi per offrire al cliente TOTALE LIBERTA':

- Facoltà di scelta
- Autonomia: decisioni, operatività, spostamenti
- Servizi dal valore aggiunto sartoriale: proporzionale alla domanda
- Posizionamento al centro del modello di servizio



Cliente soddisfatto?



= Cliente... hAPPy!!

## *hAPPy, la nuova App di Banca CRS: Storytelling di una APP <sup>2</sup>*

Riccardo Masoero  
Responsabile Area Organizzazione  
Banca Cassa di Risparmio di Savigliano S.p.A.

*Il segreto, cara Alice, è circondarsi di persone  
che ti facciano sorridere il cuore.  
È allora, solo allora, che troverai il Paese delle Meraviglie  
(Charles Lutwidge Dodgson aka Lewis Carroll)*

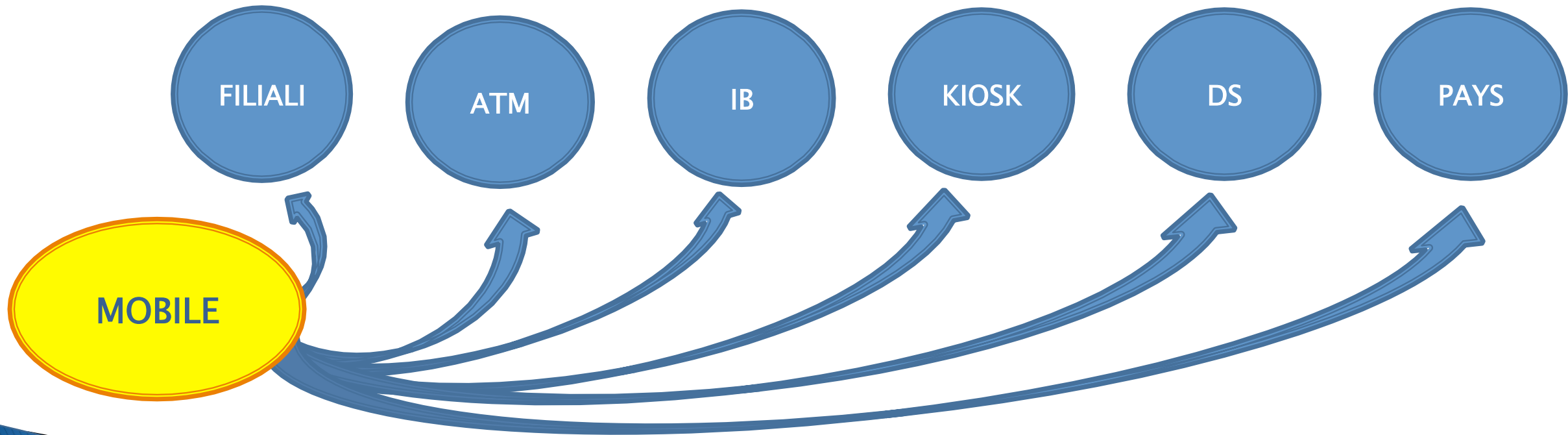


**PRODOTTI / SERVIZI PER TUTTI:  
è il cliente a scegliere quali usare e su quali canali**

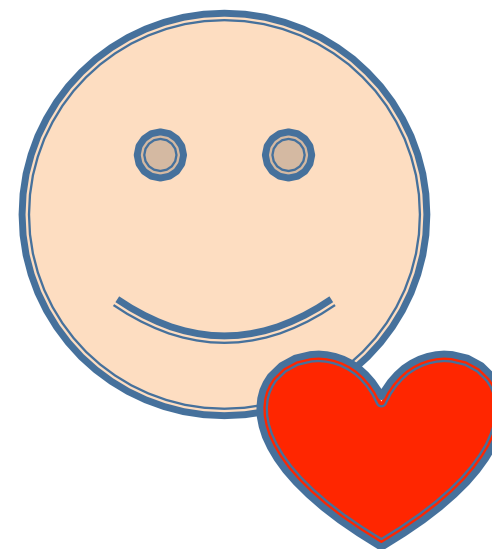
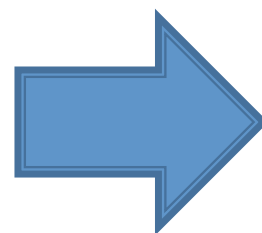
**BANCA OMNISCANALE  
OFFERTA TRASVERSALE**



**STRATEGICITA' DELLA LEVA «MOBILE»**



**STRATEGICITA' DELLA LEVA MOBILE:**  
unica a coniugare in modo equilibrato le 3  
variabili determinanti nel rapporto banca-cliente  
e nel passaggio dall'approccio «*satisfaction  
oriented*» a quello «*experience oriented*»



**CUSTOMER  
EXPERIENCE**



Da qualche anno ormai, per molte aziende, avere il cliente soddisfatto non basta più: il consumatore va coinvolto nell'esperienza che l'azienda vuole trasmettere, va alimentato un immaginario che renda sempre più piacevole e amichevole il prodotto o il brand. Sarà il cliente stesso a trasformarsi in testimonial dell'azienda.

*«prima di vendere, bisogna coinvolgere il cliente, costruire un legame affettivo [...] ; non stiamo vendendo un prodotto o un marchio, ma un servizio e un'esperienza»*

*(J. Stengel, GM Procter&Gamble)*

SATISFACTION	➔	EXPERIENCE
tangibile	dimensione	intangibile
cognitivo-razionale	meccanismo di attivazione	emotivo-multisensoriale
focalizzata sul singolo servizio/prodotto	area di giudizio	diffusa e basata sull'intero vissuto
discreta	frequenza di revisione	continuativa



## hAPPy: una APP<sup>2</sup>

MODELLO DI SERVIZIO

IL CLIENTE AL CENTRO

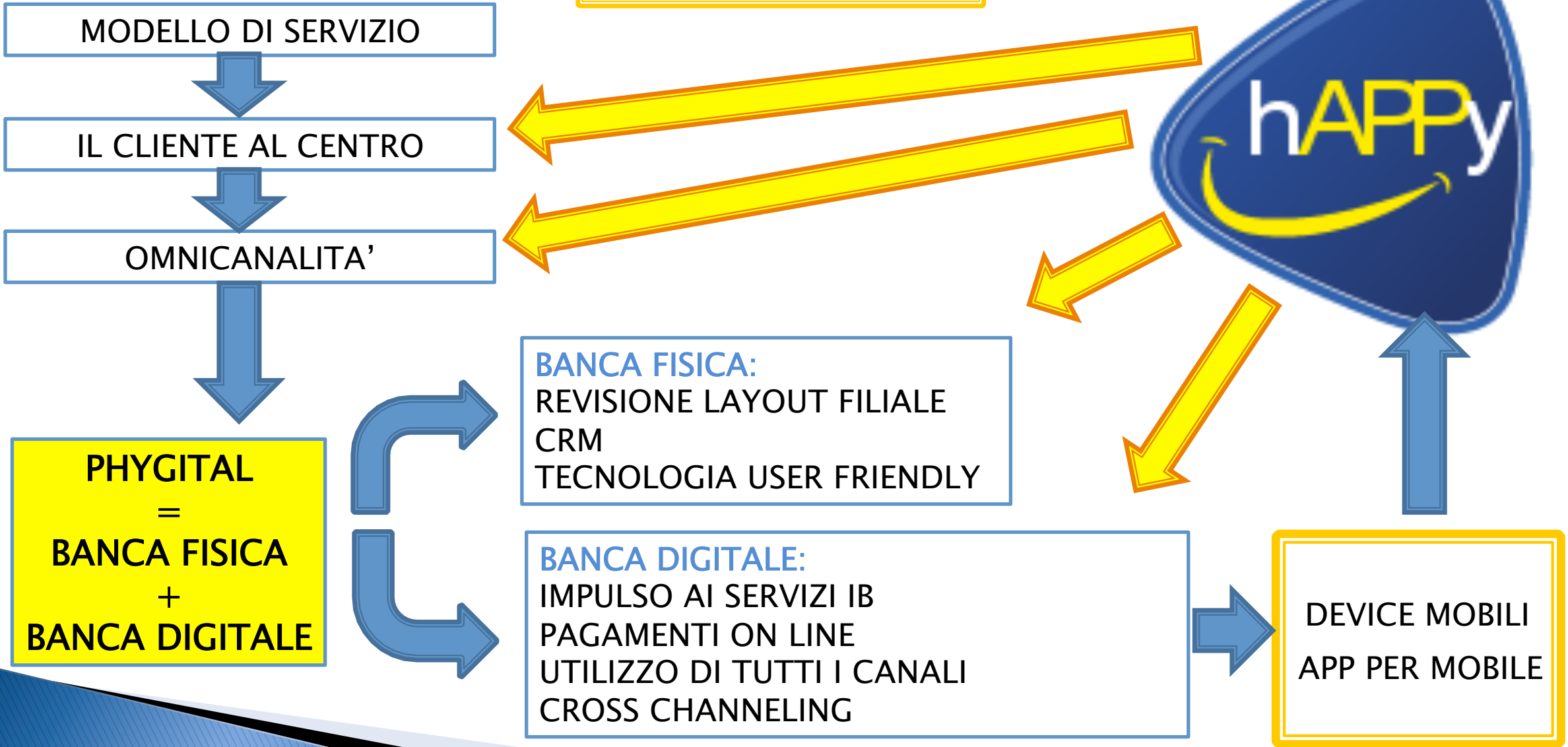
OMNISCANALITA'

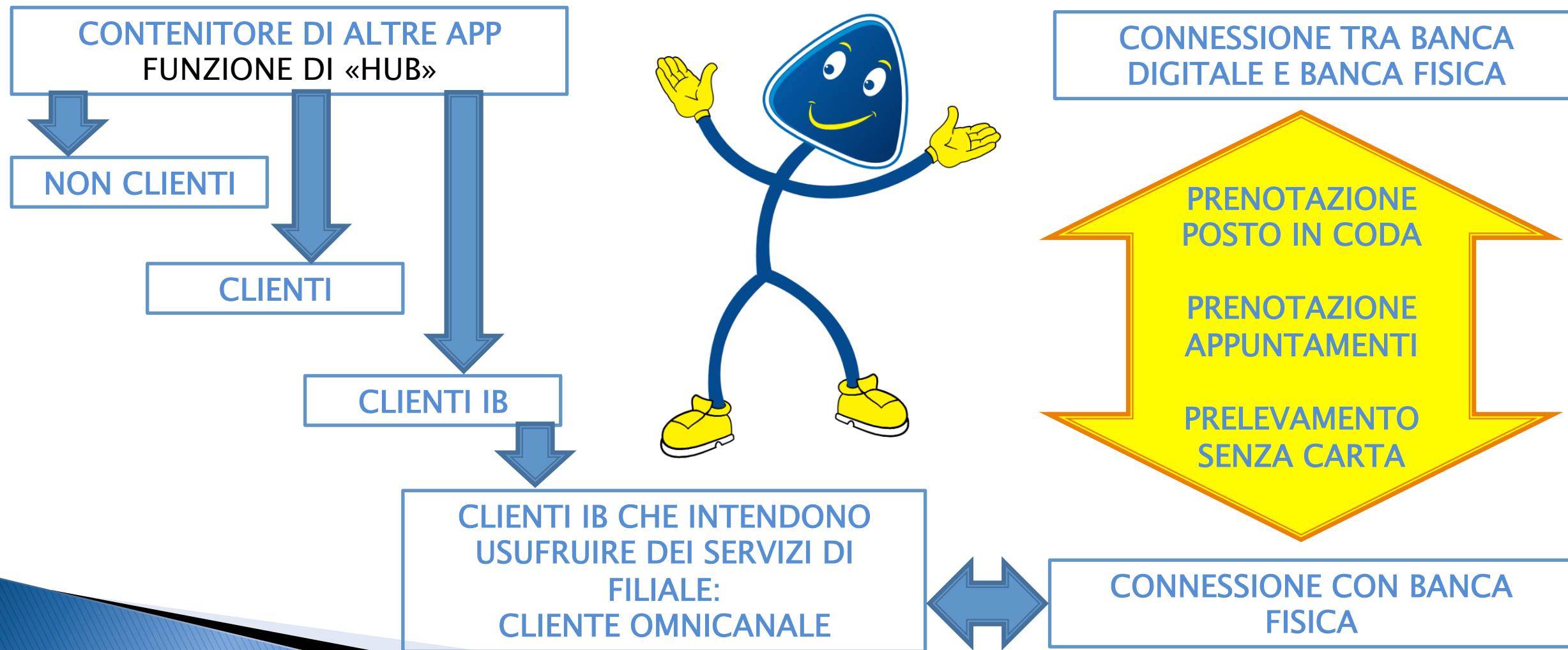
**PHYGITAL**  
=  
**BANCA FISICA**  
+  
**BANCA DIGITALE**

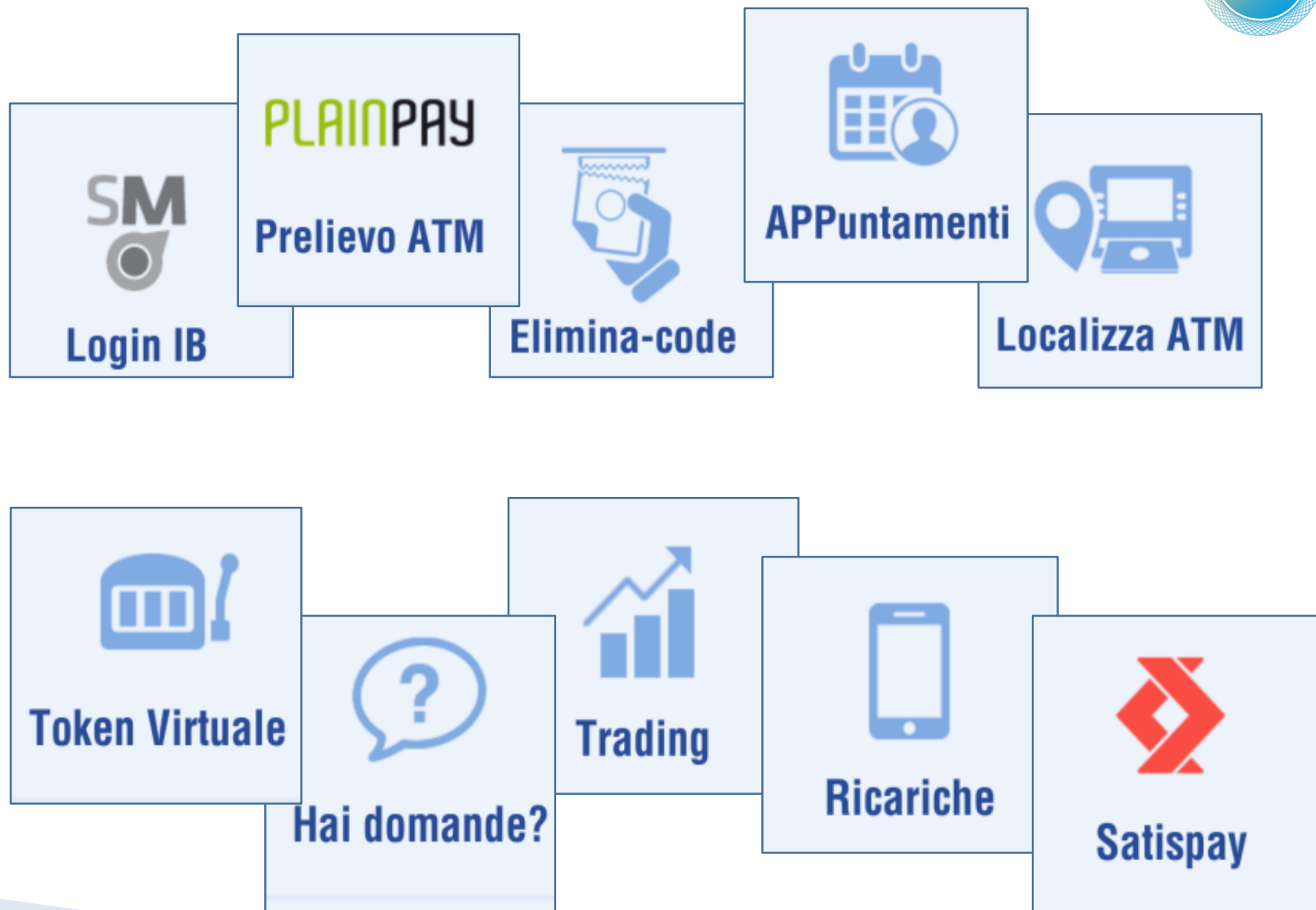
**BANCA FISICA:**  
REVISIONE LAYOUT FILIALE  
CRM  
TECNOLOGIA USER FRIENDLY

**BANCA DIGITALE:**  
IMPULSO AI SERVIZI IB  
PAGAMENTI ON LINE  
UTILIZZO DI TUTTI I CANALI  
CROSS CHANNELING

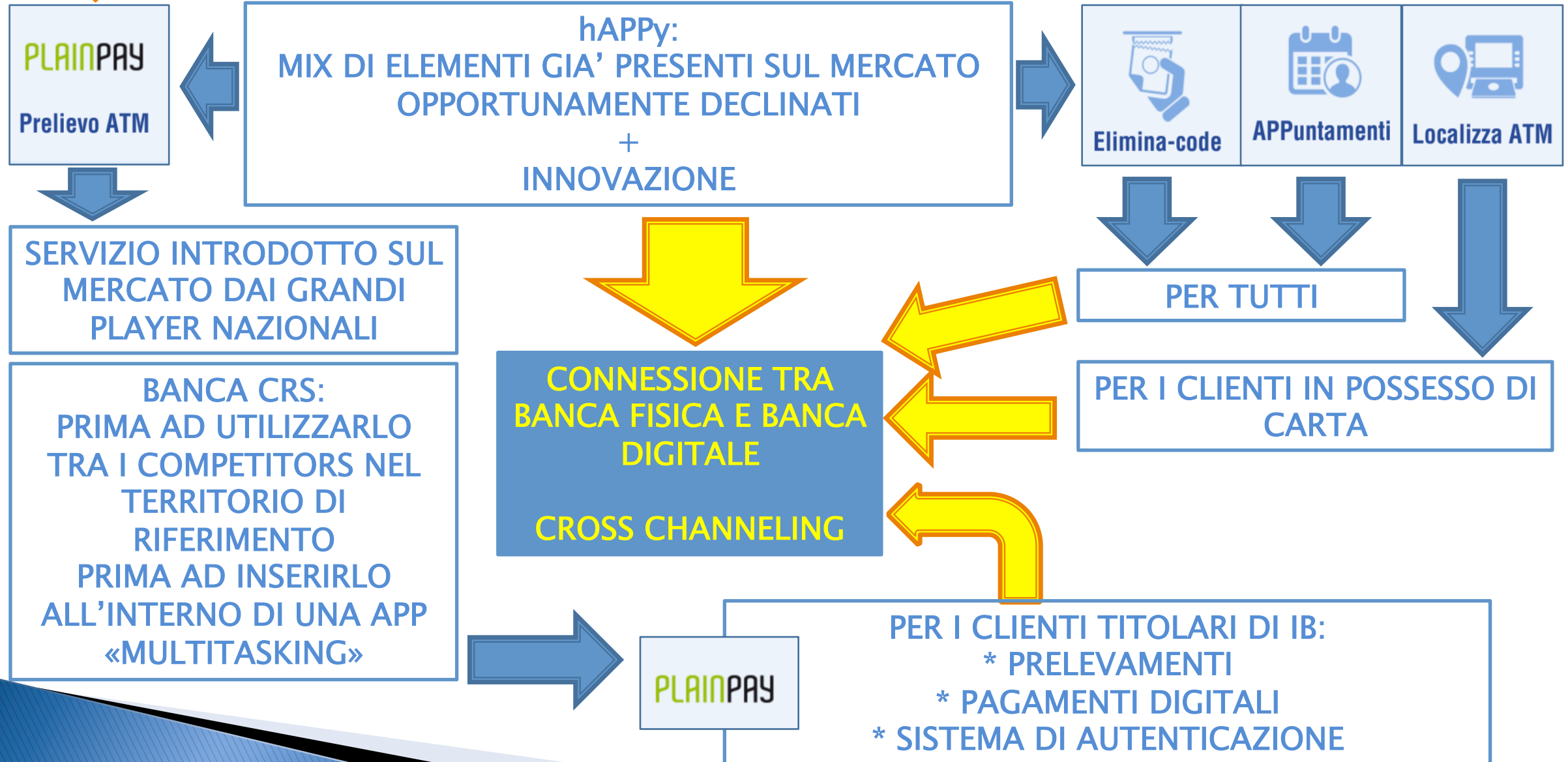
DEVICE MOBILI  
APP PER MOBILE







## 2 «STORIE NELLA STORIA»



*Se vuoi andare veloce, vai da solo.  
Se vuoi andare lontano, vai insieme ad un buon partner  
(proverbio africano)*

