



**#ILCLIENTE 2021**

# **Esiste un giusto mix fisico - digitale per la customer experience?**



Daniela Vitolo  
Ufficio Studi ABI

28/04/2021

# Le 3 forze del nuovo retail



**Ottimizzazione  
del digitale**



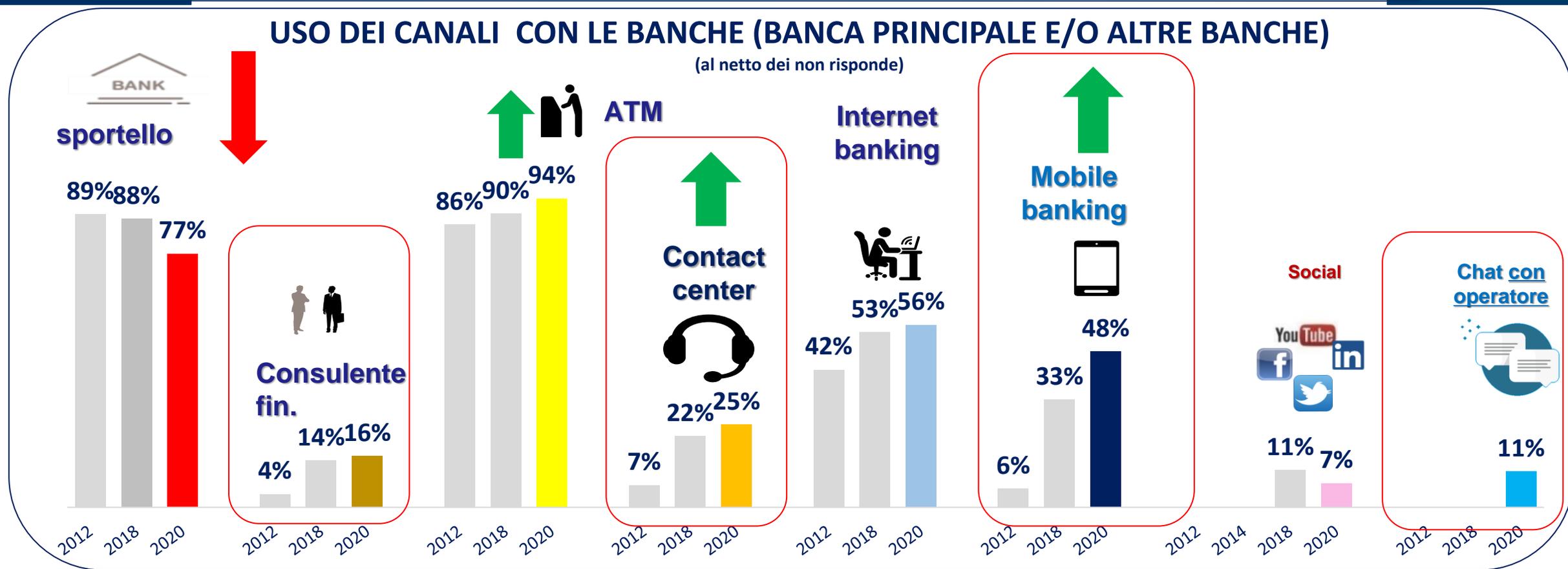
**Sostenibilita'**



**Customer  
experience  
empatica**

**USO DEI CANALI CON LE BANCHE (BANCA PRINCIPALE E/O ALTRE BANCHE)**

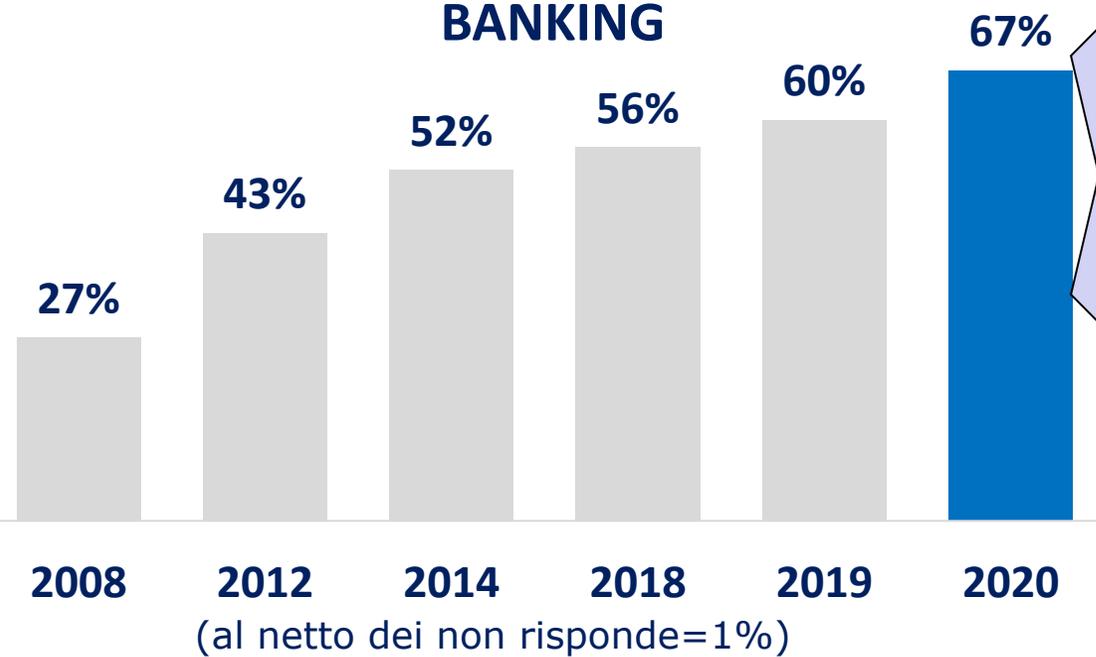
(al netto dei non risponde)



**Il distanziamento 'forzato' ha portato a dover attenuare la relazione sul territorio, ma non il bisogno di relazione dei clienti che hanno trasferito parte del dialogo nel digitale. L'intimità dello smartphone è stata vincente per mantenere intenso il rapporto informativo e transazionale finanziario e un cliente su 10 ha scoperto la chat con operatore.**

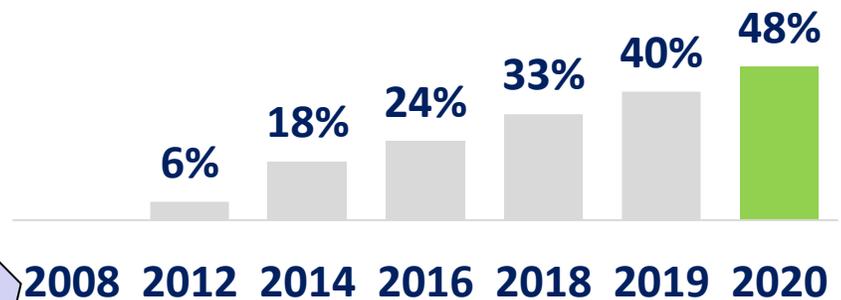
La crescita costante del Web banking vede una riconfigurazione delle preferenze di uso dei clienti a favore del Mobile Banking

## WEB BANKING: INTERNET/MOBILE BANKING

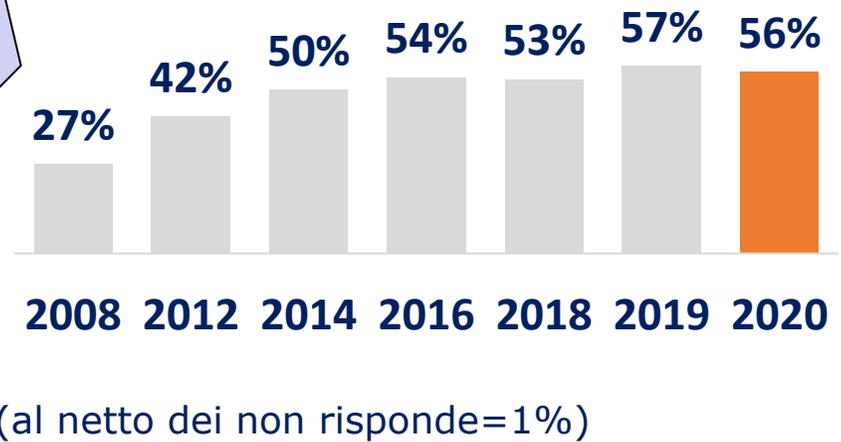


**Il 16 % dei clienti di web banking (11% del totale) ha usato nel digitale solo il mobile banking**

## MOBILE BANKING



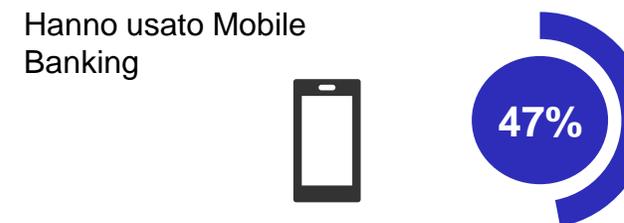
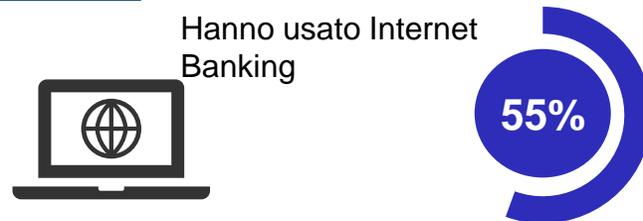
## INTERNET BANKING



Fonte: Osservatorio ABI-Ipsos DIC. 2020  
Interviste CATI - campione di bancarizzati 18-74 anni

Il bisogno di personalizzazione, sicurezza e velocità sta premiando oggi lo **smartphone**





## **cosa hanno fatto su Internet che facevano in agenzia**



## **cosa hanno fatto con Mobile che facevano in agenzia**

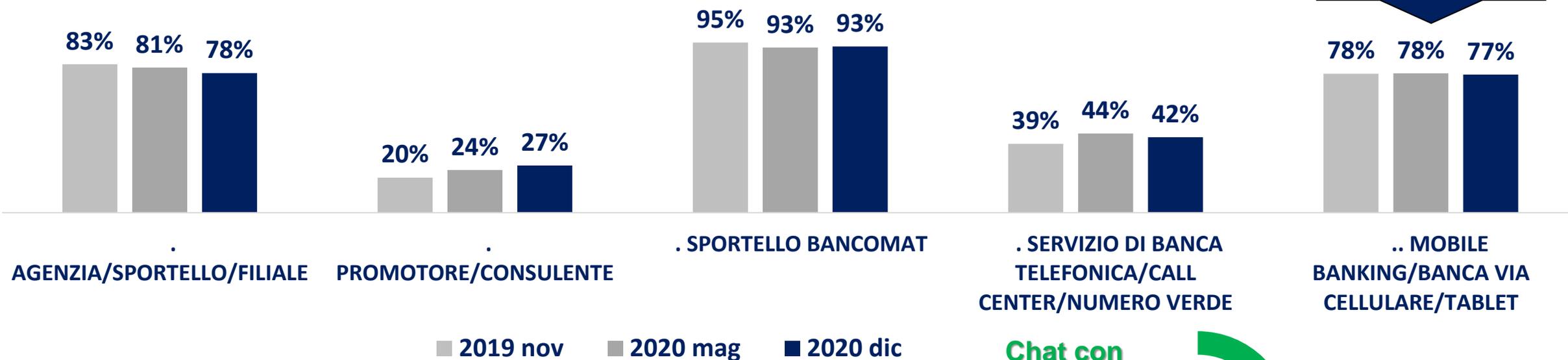


**l'internet banking mostra maggiori potenzialità per la consulenza**

Cosa accade oggi al cliente evoluto che  
fa del web già uno stile di vita (100%  
usano internet banking)?

solo il 23%  
non usa anche  
il mobile  
banking

USO CANALI TREND (BANCARIZZATI EVOLUTI)

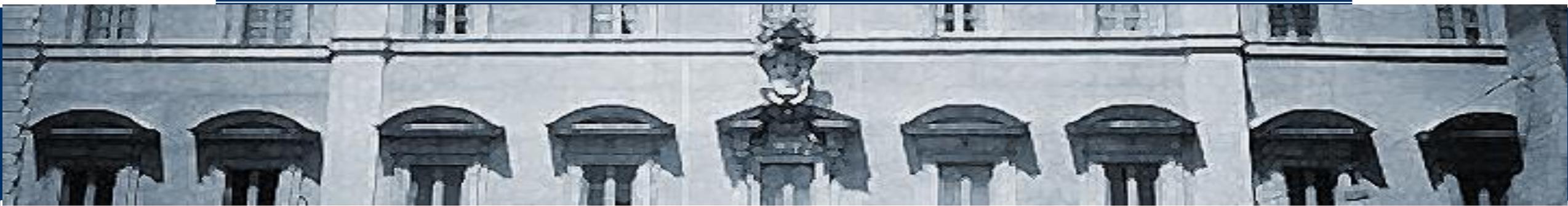




La sfida della customer experience  
è il **giusto bilanciamento di  
digitale e fisico**

**mantenendo vicinanza e relazione  
con tutti i diversi clienti**





**#ILCLIENTE 2021**

Grazie per l'attenzione

28/04/2021