

BPER:

Banca

Evoluzione del modello CRM di BPER Banca: la sostenibilità nella programmazione commerciale

CRISTINA PASIN
Customer Journey

ESG in Banking
4 maggio 2023

BPER:
Banca

ALCUNI CONSUMER TRENDS DEL 2023

POTERE ALLE PERSONE



- Ascolto
- Coinvolgimento
- Opinioni/Recensioni
- Tutorial/educational

SICUREZZA E CONTROLLO



- Incertezza e sentimenti di precarietà
- Bisogno di trasparenza e chiarezza
- Semplificazione

ESSERE NEL TERRITORIO



- Essere fisicamente presenti
- Utile alla comunità locale
- Ascolto e conoscenza delle specificità

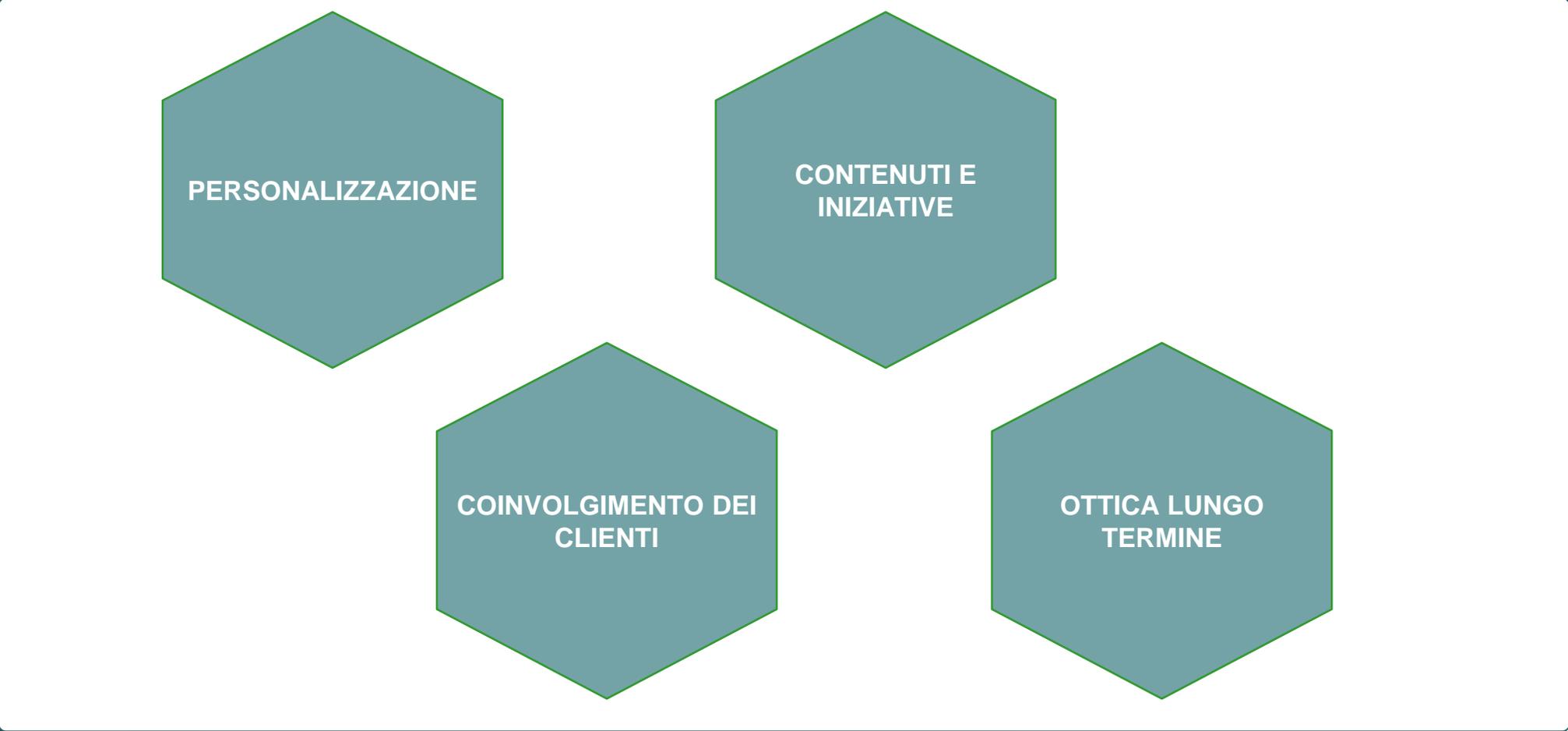
CAMBIAMENTI CLIMATICI



- Scetticismo e preoccupazione
- Contributi attivi e concreti delle aziende
- Focus breve periodo

COSTRUIRE UNA SOSTENIBILITÀ STRUTTURALE, DI PROCESSO E CONTENUTO

COME COSTRUIRE UN APPROCCIO SOSTENIBILE NELLA PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE?



PREVENDITA - VENDITA - POST VENDITA

EVOLUZIONE DEL CRM: PASSARE A UN MODELLO COMMERCIALE BASATO SUI CUSTOMER JOURNEY

DA UNA PROGRAMMAZIONE...

PRODOTTO-CENTRICA

Iniziative push a lista statica create per singolo prodotto

MONOCANALE SULLA FILIALE

Iniziative con l'utilizzo della filiale come unico canale di contatto

CAMPAGNE STANDARD

Iniziative uniformi e poco differenziate sul target identificato

CLIENTE-CENTRICA

Iniziative attivate sui comportamenti e bisogni dei clienti

OMNICANALE

Iniziative multi-step con utilizzo dei vari canali digitali per educare/informare/raccontare al cliente prodotti e servizi

INIZIATIVE PERSONALIZZATE

Iniziative personalizzate sulla base delle caratteristiche dei clienti



Sfruttare a pieno i dati e le tecnologie disponibili

DA CAMPAGNE TOP DOWN A CUSTOMER JOURNEY

*Per Customer Journey si intende l'**itinerario** che il cliente percorre quando entra in **relazione con la banca** a fronte di uno **specifico interesse**, tramite i diversi **touchpoint**, assistiti o diretti, in un determinato **periodo di tempo**.*

UN MODELLO COMMERCIALE BASATO SUI CJ COMPORTA TRE BENEFICI CHIAVE ...



MAGGIORE EFFICIENZA

Ottimizzazione del **cost-to-serve** grazie ai contatti tramite **canali digitali** (sempre meno telefonate “a freddo” dei gestori)



MAGGIORE EFFICACIA

Aumento della qualità dei contatti (minor numero di telefonate ma maggiori tassi di successo)



MAGGIOR VALORE

Aumento del livello di **soddisfazione del cliente** e del **lifetime value** tramite **iniziative commerciali personalizzate** che colgono il **bisogno del cliente** nel giusto momento

PERSONALIZZAZIONE DELLE INIZIATIVE COMMERCIALI IN BASE AI PROFILI DEI CLIENTI

PERSONALIZZAZIONE

PRINCIPALI ELEMENTI DA PERSONALIZZARE



Canale di ingaggio del Cliente



Utilizzare i **canali preferiti** dai clienti per **sviluppare modalità di ingaggio in linea con le preferenze/aspettative**



Tipologia di comunicazione



Definire lo stile comunicativo dei materiali di comunicazione sulla base della **profilazione di marketing**



Value proposition



Personalizzare l'offerta commerciale e i prodotti sulla base delle clusterizzazioni/segmentazioni e comportamenti del cliente (interessi, stili di vita)

Elementi da personalizzare

Declinazione

OLTRE IL TARGET MARKET

PERSONALIZAZIONE

Proporre al cliente le soluzioni adatte alle sue esigenze nel giusto momento, con il giusto approccio

TARGETING EVOLUTO



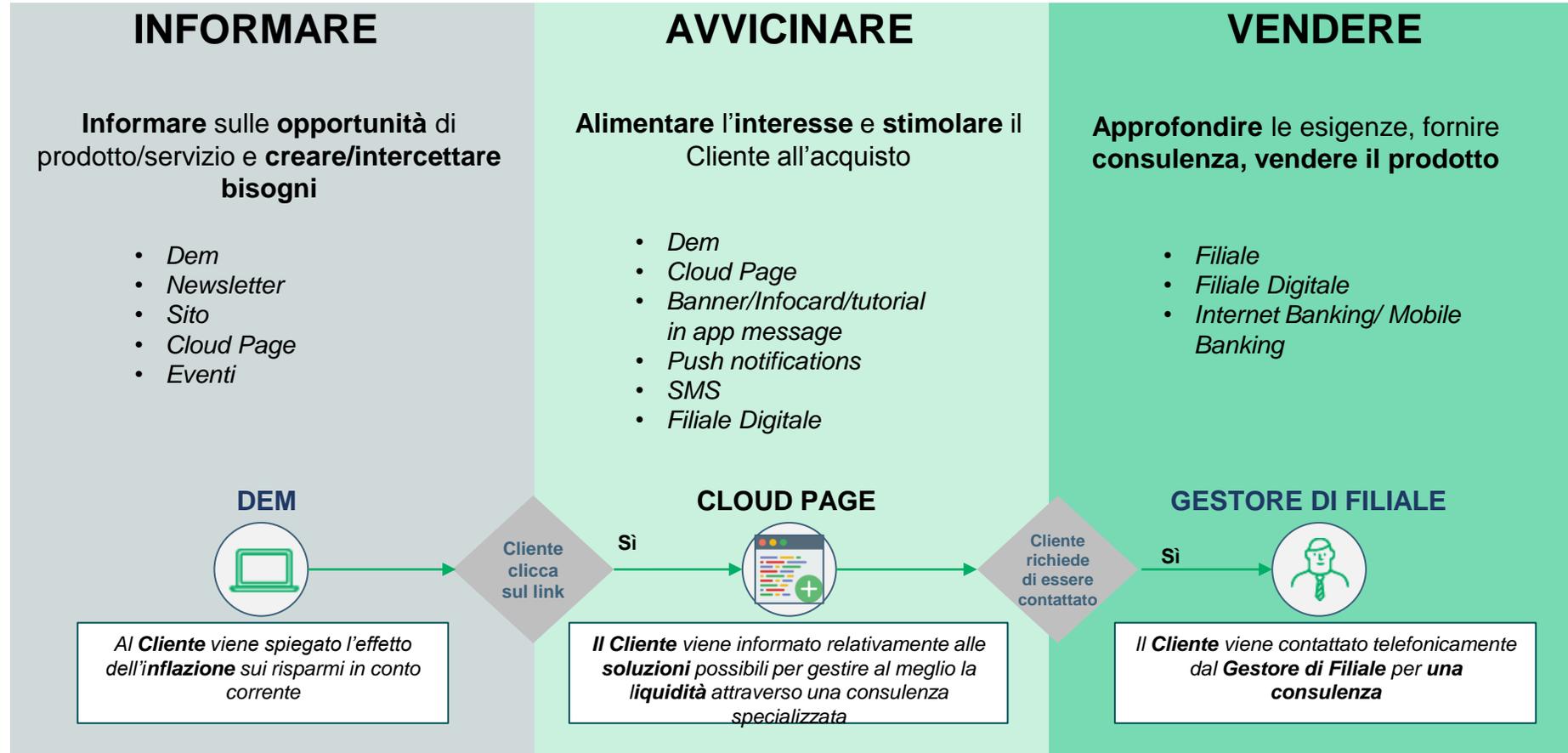
DATI CENTRALIZZATI

- Target market
- Segmentazione comportamentale
- Profilazione di marketing
- comportamenti digitali e non del cliente
- Modelli statistici/Analytics



DATI GESTORE

- Inserimento Note
- Creazione opportunità



Approccio omnicanale personalizzato, pertinente, contestuale

LAVORARE SULL'EDUCAZIONE FINANZIARIA DEI CLIENTI

CONTENUTI
E INIZIATIVE

Creare un dialogo costante e un rapporto di fiducia con la propria clientela

Aumentare il numero di persone che possiedono competenze specifiche nel campo della finanza e dell'economia, aiutandole a compiere scelte consapevoli di spesa, investimento e risparmio

- Progetti
- Webinar
- Podcast
- Comunicazioni dirette
- Eventi



Donne al Quadrato: Pianificazione Finanziaria e Previdenziale

Iscriviti al corso



Il 2022 è stato un anno per certi versi eccezionale. Archiviata la pandemia da Covid-19, gli uffici studi e i principali organi di valutazione nazionali e mondiali, si aspettavano per il



Colmare il gap previdenziale o destinare una parte del proprio patrimonio con le agevolazioni previste dalla normativa.

Giovedì 27 Aprile 2023, live dalle 18.00.

in programma giovedì 27 aprile dalle 18, approfondiremo i temi per il privato.

per precisare i caratteri della previdenza complementare, negli ultimi interventi del Legislatore, scoprirne gli aspetti meno conosciuti e il cammino da errati convincimenti ed esaminare i benefici fiscali

Progetto GRANDE!

L'economia spiegata ai più piccoli

Il progetto educativo GRANDE! nasce per educare i bambini al risparmio e all'economia. Con l'aiuto di due piccoli testimonial, i simpatici Billo e Perla, i bimbi viaggeranno nella Valle di Parsimonia alla scoperta dell'economia: tanti cartoon e giochi per imparare giocando. Al centro dell'iniziativa di edutainment, il progetto scuole che coinvolge gli studenti delle scuole primarie, guidati dalle loro insegnanti in un percorso per conoscere i segreti dell'economia.

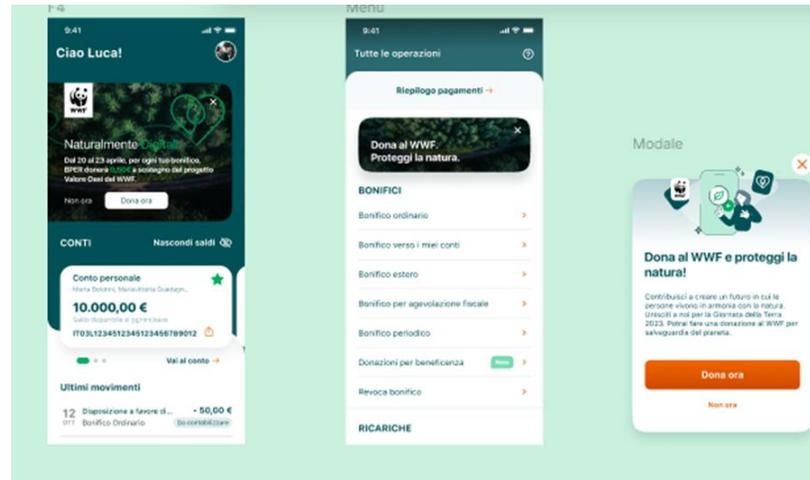
SUPPORTARE E PROMUOVERE INIZIATIVE SOSTENIBILI

CONTENUTI
E INIZIATIVE

Promuovere stili di vita più ecosostenibili a supporto di progetti ambientali sfruttando l'omnicanalità

Partnership WWF Giornata della Terra

- Donazioni dei clienti BPER Banca, con possibilità di arrotondare per eccesso i bonifici effettuati dall'App e donare l'importo in più
- Donazione flat di BPER Banca: 50 centesimi per ogni bonifico effettuato dai propri clienti nel periodo di raccolta;
- Donazione flat di Mastercard per ogni pagamento effettuato tramite wallet digitale, con carta di credito Mastercard BPER Banca.



Ciao Pietro,

nella vita di ogni giorno produciamo grandi quantità di CO₂, non possiamo evitarlo, però possiamo catturarla e isolarla. Come? Grazie alle piante delle oasi naturali.

Il 22 aprile è la **Giornata della Terra** e noi siamo in prima linea assieme al **WWF**

SISTEMA DI ASCOLTO DEL CLIENTE: L'IMPORTANZA DEL FEEDBACK

COINVOLGI
MENTO DEI
CLIENTI



- Survey NPS
- Panel Community
- Digital Experience Analytics
- Social listening

Raccolta ed elaborazione dei feedback per indirizzare miglioramenti di prodotto/servizio/processo

- Interventi UX/UI
- Revisione processi
- Riprogettazione prodotti/servizi

Esempio

Criticità compilazione F24 da internet banking

Analisi dell'experience e individuazione punti critici comuni del processo

- Riprogettazione del processo di compilazione dell'F24
- Comunicazione ai clienti

COSTRUIRE UN PERCORSO DI VALORE NEL TEMPO

OTTICA
LUNGO
TERMINE

Integrare i principi di sostenibilità in modo strutturale nei processi di business e di proposizione commerciale



CONOSCERE I PROPRI
CLIENTI

SPECIFICITÀ



ASCOLTARE I BISOGNI
E LE ESIGENZE

PERTINENZA



VEICOLARE
CONTENUTI UTILI

RILEVANZA



PROMUOVERE LA
CONOSCENZA E LA
SEMPLIFICAZIONE

TRASPARENZA