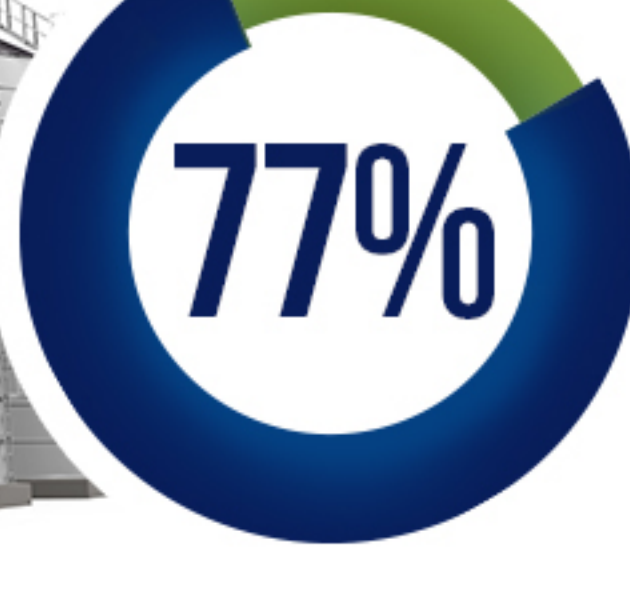


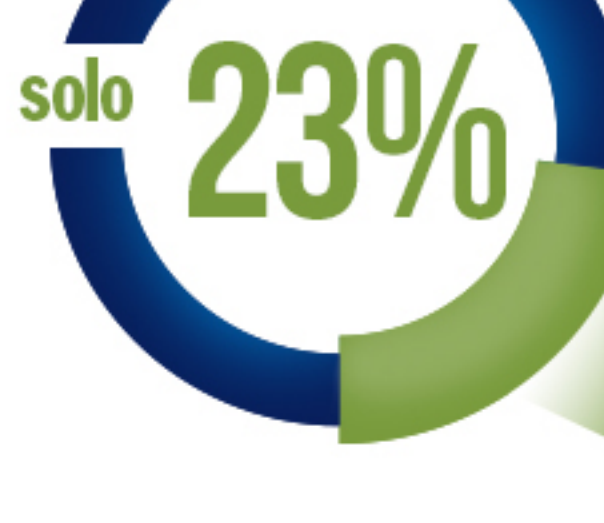
ABBATTERE I SILOS

Clientela sempre più omnicanale, il marketing nelle banche lo è altrettanto?

SILOS VERTICALI VS OMNICALITA'



delle banche gestisce i propri canali distributivi attraverso "siloed system", ovvero sistemi a silos verticali

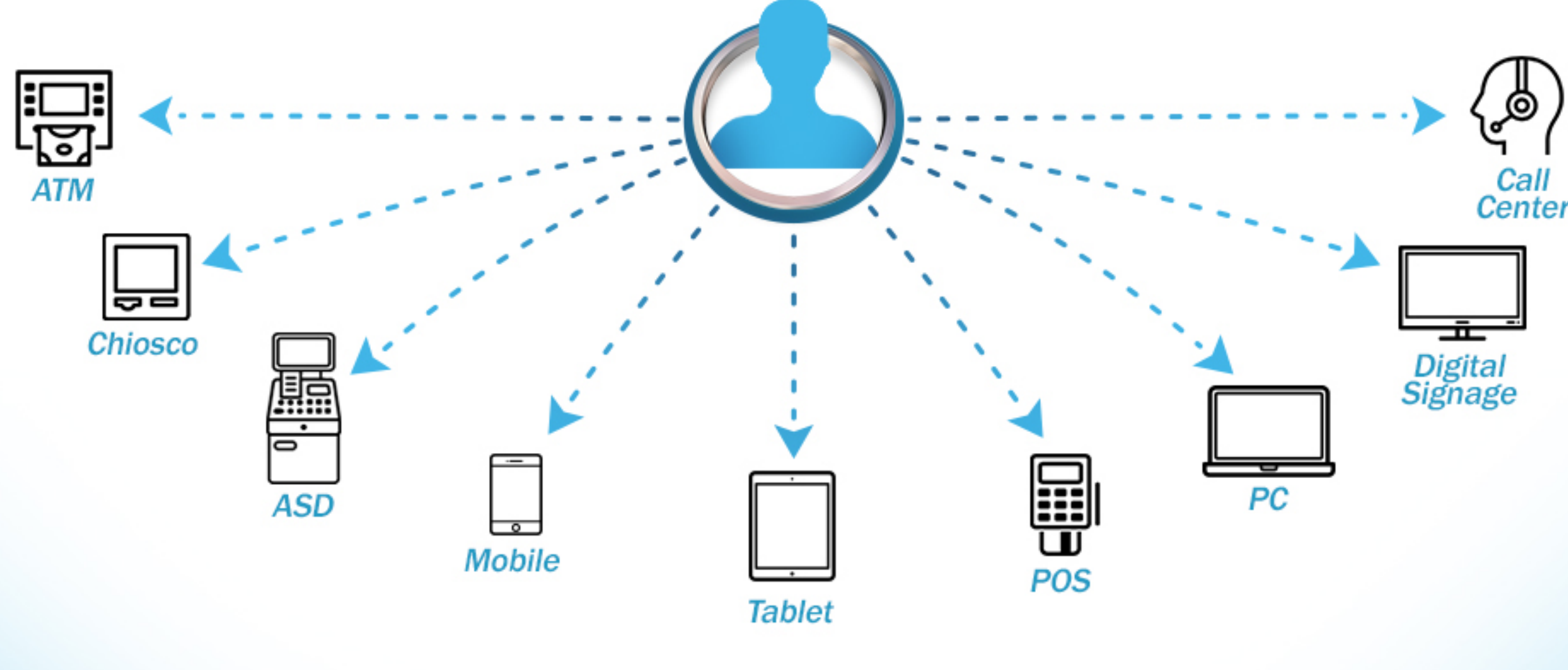


delle banche possiede un unico sistema di gestione integrata dei canali

Tuttavia



pianifica il passaggio ad un unico sistema di gestione omnicanale nei prossimi anni



"Attualmente molte banche sono in grado di diffondere messaggi su ogni canale usato dalla propria clientela", spiega **Carmine Evangelista**, Chief Technology Officer di Auriga. "Un approccio integrato però significa andare oltre, per entrare in una gestione intelligente e unica di tutti i canali, offrendo al marketing dati interessanti su cui costruire le proprie azioni".

MARKETING PERSONALIZZATO

40%

degli intervistati dichiara di inviare messaggi ed offerte personalizzate ai propri clienti sul canale ATM/chiosco

35%

non può farlo a causa delle limitazioni del proprio software

86%

delle banche intervistate vorrebbe poter inviare messaggi ed offerte personalizzate ai propri clienti sul canale ATM/chiosco in futuro

Canali maggiormente utilizzati attraverso un sistema di marketing omnicanale:



MOBILE BANKING



INTERNET BANKING



ATMs/CHIOSCO



DIGITAL SIGNAGE

"Oggi adottare un approccio omnicanale non significa solo essere in grado di fornire alcuni contenuti su ogni canale utilizzato dal cliente, significa mettere il cliente al centro. Per fare questo, è necessario fare in modo che i clienti possano accedere alle informazioni e ai servizi utilizzando il canale che preferiscono, garantendo un'esperienza simile su tutti i canali, in modo sincronizzato".

SODDISFAZIONE

26%



DELLE BANCHE RISULTA **ESSERE SODDISFATTO** DEL PROPRIO SISTEMA DI MARKETING

61%



AL CONTRARIO, SOSTIENE DI **NON ESSERE SODDISFATTO** DEL PROPRIO SISTEMA DI MARKETING

70%



DEL CAMPIONE INTERVISTATO HA IN PIANO DI CAMBIARLO

LE CARATTERISTICHE PIÙ IMPORTANTI DI UN SISTEMA DI MARKETING DI SUCCESSO SONO:

- 1 INTEGRAZIONE CON IL CRM
- 2 OMNICALITA'
- 3 FACILITÀ DI UTILIZZO PER LA CREAZIONE, PIANIFICAZIONE E GESTIONE DELLE CAMPAGNE
- 4 CAMPAGNE DI MARKETING/SONDAGGI INTERATTIVI
- 5 ACCESSO A REPORT COMPLETI ED ESAUSTIVI

"Dall'approccio omnicanale deriva la capacità di disporre, e quindi di analizzare, un'enorme quantità di informazioni sulle scelte dei clienti, sulle loro preferenze e sulle loro reazioni dopo una campagna marketing".

Fonte: "Omnichannel Marketing for Financial Institutions: An Industry Guide" ricerca realizzata da Atmmarketplace e commissionata da Auriga. Scaricala su:

<http://www.atmmarketplace.com/whitepapers/omnichannel-marketing-for-financial-institutions-an-industry-guide/>

Per conto di Auriga
www.aurigaspaspa.com