

COMUNICATO STAMPA

Banche: ABI, in forte accelerazione l'utilizzo del *mobile banking*

*In 5 anni, dal 18% al 33% i clienti che operano in mobilità
Il punto sull'evoluzione del rapporto banca-cliente al convegno ABI
#ilCliente, dal 15 al 17 aprile a Milano*

Sono 9,7 milioni i clienti che accedono ai servizi bancari in mobilità, tramite le funzionalità di *mobile banking* accessibili da *smartphone* e *tablet*. Il forte sviluppo del *mobile banking* ha ormai conquistato un terzo dei clienti. Una fascia di clientela che è quasi raddoppiata in 5 anni: se nel 2014 era il 18%, oggi è il 33% la quota dei bancarizzati che opera in mobilità. Il *mobile* aumenta inoltre le possibilità di contatto con la propria banca, con una crescita della frequenza di uso del 25% negli ultimi 3 anni. Sempre più digitale, il cliente bancario ha ormai acquisito piena familiarità nella gestione di modalità evolute di contatto con la propria banca, contando su una relazione continua, a distanza e veloce ma ricca quanto l'esperienza in filiale. E' quanto emerge dall'indagine realizzata dall'ABI in collaborazione con Ipsos che verrà presentata nel primo giorno del convegno #ilCliente, dal 15 al 17 aprile a Milano.

FREQUENZA MENSILE USO DEI CANALI AGENZIA, INTERNET BANKING E MOBILE BANKING



*Fonte: Osservatorio ABI Banche Clienti in collaborazione con Ipsos
Indagine su campione rappresentativo di bancarizzati 18-74 anni Dicembre 2018*

Dedicato alla relazione tra il mondo finanziario e il cliente retail, #ilCliente è l'evento promosso dall'ABI per focalizzare e analizzare le ricadute dei cambiamenti e della trasformazione digitale sui canali distributivi, e fare il punto sulle strategie di innovazione della banca, volte a migliorare la soddisfazione del cliente, con il supporto della multicanalità in un contesto di sostenibilità. Coinvolgimento, omnicanalità e trasformazione sono gli ambiti principali di approfondimento, analizzati nelle numerose sessioni che animeranno la tre-giorni di eventi.

Clienti sempre più coinvolti

Nel 2018 sale al 72% (10 punti percentuali sopra il dato del 2008) la percentuale di clienti che dichiara di aver già parlato dei servizi ricevuti dalla propria banca o di essere propenso a farlo con colleghi, amici, parenti e conoscenti (passaparola). Questo fenomeno si collega

al maggior dinamismo dei clienti nel sentirsi protagonisti nel processo di scelta dei propri servizi, con una più marcata disponibilità a diventare anche "promotori" della banca. Un orientamento questo che incoraggia le banche a coinvolgere maggiormente i clienti, sia nella comunicazione che nel processo di scelta.

La relazione diventa sempre più multicanale

Il forte sviluppo della omnicanalità, cioè della capacità della banca di raggiungere la clientela nelle diverse modalità fisiche e digitali a seconda delle esigenze dell'utente, si traduce in una marcata crescita della percentuale di clienti che utilizzano canali di contatto a distanza, ulteriori rispetto alle agenzie fisiche, a cui, seppur con frequenza inferiore rispetto agli altri canali, si continuano comunque ancora a rivolgere quasi 9 clienti su 10, a testimonianza del ruolo ancora rilevante dei canali fisici nell'operatività bancaria.

Roma, 10 aprile 2019