

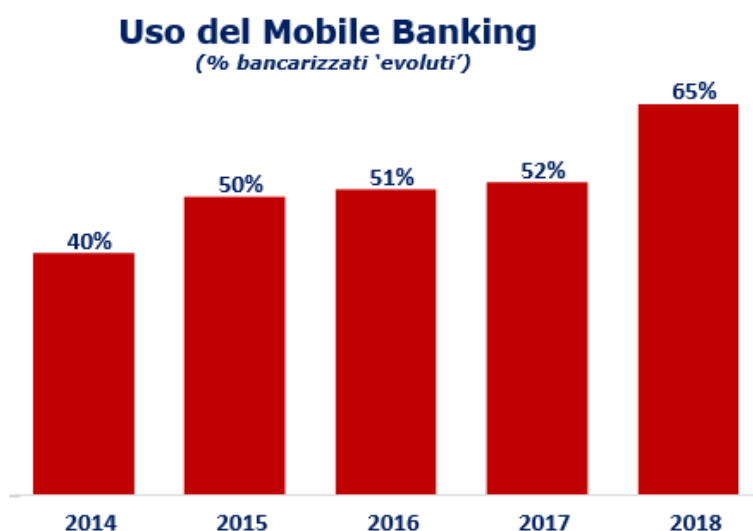
COMUNICATO STAMPA

Banche: ABI, 2 clienti "evoluti" su 3 operano in mobilità

Nell'indagine ABI in collaborazione con Ipsos, focus sulle nuove tendenze dei clienti bancari che usano i canali online, la cui relazione con la banca è sempre più digitale e personalizzata

Naviga abitualmente in Internet e usa il web anche per accedere ai servizi bancari, sia da pc che, sempre più spesso, da cellulare: il cliente "evoluto", la cui relazione con la banca è sempre più digitale e personalizzata, in 2 casi su 3 (65%) usa il mobile banking (1 su 3 se consideriamo i bancarizzati in generale).

È quanto emerge dall'indagine realizzata dall'Abi in collaborazione con Ipsos. La rilevazione online è stata condotta su un campione rappresentativo di bancarizzati "evoluti", cioè che usano abitualmente Internet e che usano il conto corrente online, e mette in luce i tratti distintivi e le nuove tendenze di questa fascia di clientela che usa i canali digitali per entrare in contatto con le banche.



Fonte: Osservatorio ABI BANCHE-CLIENTI in collaborazione con Ipsos. Indagine online su campione di bancarizzati 'evoluti' 18-74 anni che usano Internet frequentemente e usano Internet Banking nell'anno; dati a dicembre 2018.

Secondo l'indagine, questa fascia di clientela, sempre più protagonista nel rapporto con le banche e sempre più consapevole delle proprie scelte finanziarie, è tendenzialmente giovane (età media 42 anni), istruita (il 23% è laureato) e abita in centri abitati più popolati (il 15% nelle metropoli) dove è maggiore la necessità di utilizzare in maniera dinamica i servizi bancari e finanziari.

Verso la cultura dell'esperienza: la relazione diventa interattiva e personalizzata

Non solo rapidità e innovazione, ma anche servizi in grado di costruire occasioni di ascolto e di interazione con la clientela. Il coinvolgimento del cliente "evoluto" in banca passa infatti attraverso una relazione sempre più personalizzata e attenta alle diverse esigenze. Secondo

l'indagine ABI in collaborazione con Ipsos, la clientela "evoluta" preferisce relazionarsi con un consulente finanziario o con il referente in agenzia per essere aiutato nella gestione dei servizi finanziari più complessi e per avere assistenza. Nel 40% dei casi usa il contact center. In 1 caso su 3 ha rapporti con più banche.

I clienti "evoluti" vogliono essere informati e valorizzati

Dall'indagine ABI con Ipsos, emerge che il 42% di questo segmento di clientela dinamico ha fatto "shopping around" nell'anno, confermando la sua tendenza a muoversi anche in Rete con attitudine proattiva, in cerca di informazioni su prodotti e servizi finanziari. Il 52% ha acquistato un prodotto finanziario nell'anno. Attento alle offerte presenti sul mercato, il cliente "evoluta" preferisce usare il sito web della banca o ricevere email per informarsi sui nuovi prodotti, ed essere informato su cosa fa la propria banca anche attraverso i media tradizionali (TV/radio). Riguardo alla necessità di gestire e coinvolgere la clientela in modo adeguato a seconda dei suoi bisogni, l'indagine mette in evidenza come diventa importante ascoltare e fornire consigli dedicati ai clienti "evoluti" adulti, mentre per quelli più giovani è preziosa la capacità di aiutarli a risparmiare.

Roma, 21 settembre 2019