

Digital Transformation - Il potenziamento dei canali digitali e della relazione con il cliente

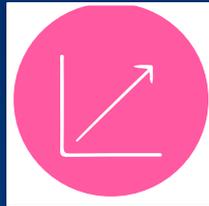


POTENZIAMENTO DEL FRONT TECNOLOGICO DEI CANALI

Ampio ventaglio di **piattaforme** da cui offrire i servizi digitali

2,6 App in media per Banche/ Gruppo bancario

76% ha mantenuto invariato il numero di applicazioni



ESTENSIONE CONTINUA DELL'OFFERTA DI SERVIZI DIGITALI

Forte focalizzazione in ambito **Mobile Banking** su **pagamenti, servizi PISP, strumenti di PFM e Account Aggregation**

52% Prevedeva introduzione del servizio di Account Aggregation Retail da Mobile entro il 2021

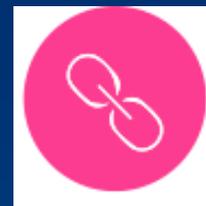


MISURAZIONE DEI TREND E ADATTAMENTO DELLA STRATEGIA

Continua crescita dell'**utilizzo dei canali digitali trainata dal Mobile** e più in particolare dallo Smartphone

+15% clienti attivi su Mobile

83% ha ricalibrato la strategia dopo monitoraggio e raccolta feedback



DIGITALIZZAZIONE DELL'ENTRATA IN RELAZIONE

Customer journey digitale fin dall'ingaggio iniziale...

ha già introdotto il **68%** Digital Onboarding

55% non vincola la prima entrata in relazione in digitale all'apertura del conto corrente



ASSISTENZA EVOLUTA AL CLIENTE

L'**innovazione tecnologica** abilita un'assistenza al cliente sempre più evoluta e permette customer journey intercanali

44% utilizzano Chatbot AI oriented

50% utilizzano meccanismi di click-to-call e call-me-back



SVILUPPO DELLA VENDITA A DISTANZA

La **vendita a distanza** è un obiettivo cruciale di tutti i touchpoint: oltre ai **canali digitali** ha un ruolo importante anche il **Contact Center**

50% chiamate commerciali effettuate che hanno raggiunto il cliente destinatario della proposta