

**Capgemini contacts:**

**Raffaella Poggio**

Marketing & Communication Director

[raffaella.poggio@capgemini.com](mailto:raffaella.poggio@capgemini.com)

+39 347 4271901

**Michela Cotich**

Marketing & Communication

[michela.cotich@capgemini.com](mailto:michela.cotich@capgemini.com)

+39 347 3620244

**Community Group:**

**Michele Bon**

[michele.bon@communitygroup.it](mailto:michele.bon@communitygroup.it)

+39 338 6933868

**Carlo Carboni**

[carlo.carboni@communitygroup.it](mailto:carlo.carboni@communitygroup.it)

+39 348 9412226

## **World Retail Banking Report 2018: le banche devono rispondere alle crescenti aspettative dei clienti per contrastare la concorrenza di player non tradizionali**

*I clienti sono sempre più aperti alle alternative offerte da società esterne al settore finanziario e dalle Big Tech<sup>1</sup>; le banche retail devono collaborare con i propri concorrenti e personalizzare la customer experience*

**MILANO, 20 settembre 2018** – Oltre alle sfide tradizionali, le banche retail di tutto il mondo stanno affrontando il forte impatto di nuove forme di concorrenza: ecosistema open banking, tecnologie emergenti e incremento delle attese da parte dei clienti. Questo è quanto emerge dal [World Retail Banking Report 2018 \(WRBR 2018\)](#), pubblicato oggi da [Capgemini](#) in collaborazione con Efma.

Dal report risulta che:

- **Il grado di soddisfazione dei clienti è basso:** nonostante i continui investimenti da parte delle banche, appena la metà dei clienti afferma di aver avuto un'esperienza positiva rispetto ai diversi canali bancari (51,1% per le filiali, 46,9% per il mobile e 51,7% per l'internet banking).
- **I consumatori sono aperti alle BigTech:** quasi un terzo dei consumatori (32,2%) potrebbe rivolgersi alle BigTech per servizi e prodotti finanziari (cioè il 43% degli intervistati che appartiene alla categoria dei Millennial<sup>2</sup>, il 53% degli esperti di tecnologia<sup>3</sup> e il 70,2% di quelli che hanno già intenzione di cambiare il proprio provider di riferimento).
- **La personalizzazione è strategica:** il livello di soddisfazione è più elevato fra quei clienti ai quali è stata offerta un'esperienza digitale personalizzata in maniera proattiva (49,1%) rispetto a quelli a cui non è stata offerta (39,5%).

Per il report, sono stati interpellati anche i dirigenti del settore bancario a proposito delle cause principali dei grandi cambiamenti nel comparto. Il fattore più citato è stato l'incremento delle aspettative dei clienti, con quasi tre quarti dei dirigenti (70,8%) che afferma come una customer experience positiva vissuta in altri settori si traduca nell'incremento delle aspettative che i clienti ripongono verso la propria banca. La maggior parte dei dirigenti (58,3%) ha aggiunto anche che la

<sup>1</sup> Le BigTech sono grandi aziende multinazionali del settore tecnologico come Google, Amazon, Facebook, Apple, Alibaba, Tencent, ecc.

<sup>2</sup> I Millennial hanno una fascia d'età compresa tra i 18 e i 34 anni.

<sup>3</sup> Questa categoria comprende i clienti che utilizzano frequentemente canali online e mobili per effettuare transazioni come l'acquisto di prodotti di elettronica, vestiti, cibo e generi alimentari, pagare bollette, ecc. La definizione di esperto di tecnologia abbraccia tutte le generazioni.

pressione normativa è un altro elemento che spinge al cambiamento, mentre il 54,2% indica la crescente domanda di canali digitali come un ulteriore fattore. Man mano che le tradizionali divisioni tra settori diversi diventano meno nette, le banche si trovano ad affrontare un aumento della concorrenza di aziende non tradizionali, che si stanno concentrando su aree di nicchia della catena del valore del comparto bancario. Inoltre, l'incremento della digitalizzazione e l'esplosione di nuove tecnologie stanno cambiando rapidamente il modo di lavorare delle banche.

*"Con l'avvento sul mercato delle FinTech, delle BigTech e di altre aziende non appartenenti al settore dei servizi finanziari, il comparto del retail banking è completamente focalizzato sulla customer experience che viene offerta nell'interazione con il proprio istituto finanziario", ha affermato **Monia Ferrari, Banking Sector Director, Capgemini Business Unit Italy.** "Man mano che un nuovo ecosistema aperto - composto da clienti, banche tradizionali, imprese non tradizionali, regolatori e sviluppatori - prende forma, per le banche si presenta una chiara opportunità di sfruttare la digital transformation per mantenere la relazione con il cliente, reinventando il customer journey e creando nuovi flussi di entrate".*

Nonostante un contesto caratterizzato da una crescente regolamentazione, da una concorrenza non tradizionale, da tecnologie emergenti e aspettative della clientela, le banche hanno la possibilità di utilizzare tale cambiamento a proprio vantaggio. Una significativa maggioranza di dirigenti bancari (70,8%) ritiene di poter "generare entrate non tradizionali" attraverso collaborazioni con fornitori FinTech e BigTech, sia sviluppando un nuovo servizio, sia distribuendo prodotti di terze parti tramite una piattaforma di marketplace. La maggior parte delle banche ritiene che vi siano opportunità non sfruttate per utilizzare i dati in maniera più strategica, così da migliorare l'esperienza del cliente: i dirigenti hanno dichiarato di voler utilizzare i dati dei clienti per creare customer journey più fluidi (87,5%), sviluppare un sistema di determinazione dei prezzi basato sul rapporto con il cliente (75,0%), creare premi fedeltà personalizzati (58,3%) e prodotti e servizi differenziati per le diverse fasi del ciclo di vita (54,2%).

*"Il settore dei servizi bancari al dettaglio ha raggiunto un punto di svolta e ha bisogno di definire il proprio ruolo futuro all'interno dell'universo open banking. Esiste l'opportunità di innovare attraverso la collaborazione e la capacità di reiventarsi. Questo è un momento molto stimolante per il settore bancario, in quanto regolamentazione, innovazione, concorrenza e collaborazione stanno convergendo per modellare il settore bancario del futuro", ha affermato Vincent Bastid, Secretary General di Efma.*

### **Metodologia di ricerca**

Il World Retail Banking Report di quest'anno traccia le prospettive attuali e l'evoluzione potenziale delle banche tradizionali in un contesto caratterizzato dal continuo emergere di aziende BigTech e FinTech nel settore dei servizi finanziari. Include dati dell'indagine globale svolta su oltre 10.000 clienti del settore retail banking in 20 paesi e interviste a 60 dirigenti senior del comparto bancario di 23 mercati.

Per maggior informazioni visitare il sito [www.worldretailbankingreport.com](http://www.worldretailbankingreport.com).

### **Capgemini**

Leader mondiale nei servizi di consulenza e tecnologia e in ambito di digital transformation, Capgemini è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio in un mondo costantemente in evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di 50 anni di esperienza e di una profonda conoscenza degli specifici settori di mercato, Capgemini sostiene le organizzazioni nel realizzare le proprie ambizioni di business, offrendo una gamma di servizi che



vanno dalla strategia alle operations. Capgemini è mossa dalla convinzione che il valore di business della tecnologia sia creato dalle e attraverso le persone. Con un'organizzazione multiculturale di 200.000 dipendenti presenti in più di 40 paesi nel mondo, nel 2017 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 12,8 miliardi di euro. Visita il nostro sito [www.it.capgemini.com](http://www.it.capgemini.com).

*People matter, results count.*

### **Efma**

Organizzazione globale senza fini di lucro fondata nel 1971 da banche e compagnie di assicurazioni, Efma facilita l'attività di networking tra i decisori. Fornisce analisi di qualità per aiutare le banche e le compagnie di assicurazione a prendere le decisioni giuste per promuovere l'innovazione e promuovere la loro trasformazione. Oltre 3.300 brand in 130 paesi sono membri di Efma.

Sede centrale a Parigi. Uffici a Londra, Bruxelles, Barcellona, Stoccolma, Bratislava, Dubai, Mumbai e Singapore.

Per informazioni visitare il sito [www.efma.com](http://www.efma.com)