

Empowering Digital Banks

Digital Banking
Scheda di sintesi 2015

GFT ■

STATO DELL'ARTE DELLA STRATEGIA DI DIGITAL BANKING

IL VANTAGGIO COMPETITIVO PUO' ANCORA ESSERE OTTENUTO



Oltre il
90%

delle banche intervistate hanno o stanno attualmente sviluppando una **strategia e offerta** di servizi bancari digitali

Meno del
10%

hanno implementato una **soluzione completa**

STATO DELL'ARTE E TEMPI DI IMPLEMENTAZIONE > 3 anni

Oltre il 50% ritiene che saranno necessari almeno dai 3 ai 5 anni (dal 2015) per implementare la propria strategia.



Piattaforma di servizi
bancari digitali attualmente
disponibile



3 o più anni per
completare
l'implementazione
della strategia

TOTALE

59%

56%

Germania

52%

67%

Spagna

71%

56%

Italia

63%

38%

Altri

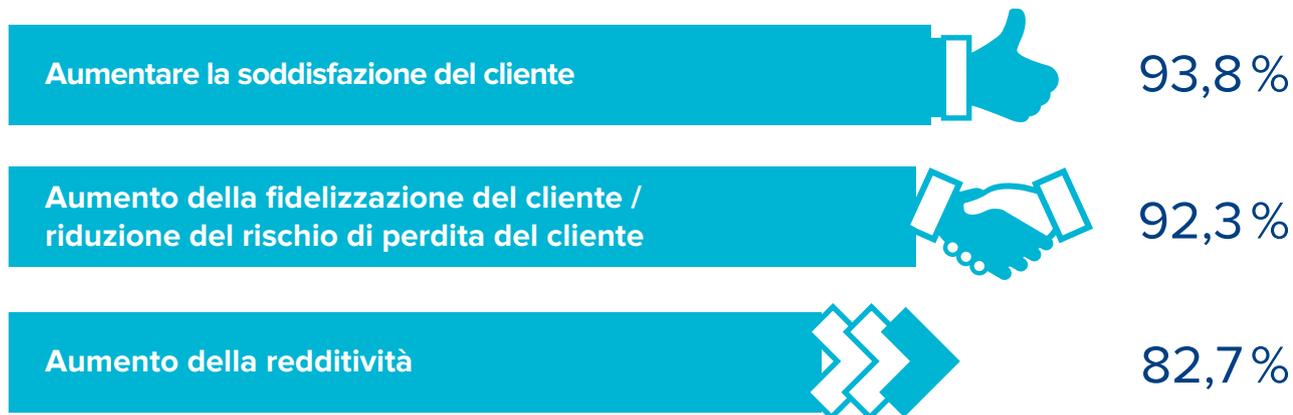
37%

61%

I DRIVER DI BUSINESS IMPORTANTI

GLI OBIETTIVI PIU' IMPORTANTI NEL PERSEGUIRE UNA STRATEGIA DI DIGITAL BANKING

Più del 90% delle banche intervistate ha indicato l'aumento della soddisfazione del cliente e la retention quali importanti driver di business per l'implementazione di servizi bancari digitali.



FATTORI CHIAVE DI SUCCESSO

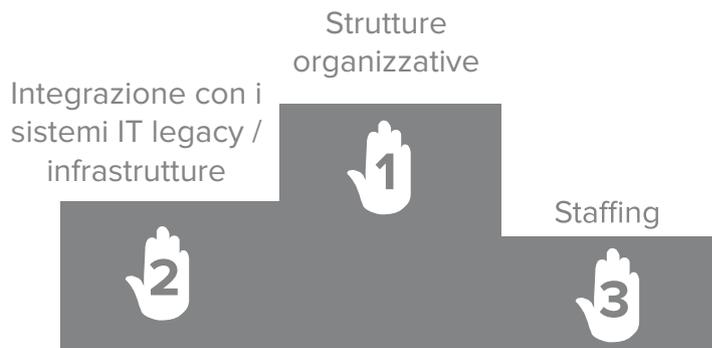
GLI ELEMENTI PIU' IMPORTANTI NELL'IMPLEMENTAZIONE DEI SERVIZI BANCARI DIGITALI



Customer experience attraverso tutti i canali e personalizzazione sono i fattori chiave di successo dei servizi.

PRINCIPALI BARRIERE

SFIDE NELL'IMPLEMENTAZIONE DEI SERVIZI BANCARI DIGITALI



Organizzazione interna, staffing e infrastrutture sono le barriere più importanti che ostacolano il successo.

PROSSIMI PASSI NELL'IMPLEMENTAZIONE DELLA STRATEGIA DI DIGITAL BANKING

Piattaforme Digitali, Real-time Decisions sono gli elementi del servizio indispensabili per il successo della strategia di digital banking. La maggior parte degli intervistati hanno implementato o stanno già dando chiaramente priorità a questi elementi – marketing dei servizi e pagamenti mobile seguono al 4° e 5° posto

Priorità



TOP 3 DIGITAL BANKING RECOMMENDATIONS

Sulla base dei risultati del sondaggio e della sua competenza nel settore, GFT raccomanda che le banche retail continuino a concentrare la loro attenzione sui clienti.

1

Consolidare la qualità e la coerenza del servizio in aree chiave come le piattaforme digitali e i pagamenti mobile prima di passare a elementi di servizio più avanzati / complessi.

2

Concentrarsi sull'innovazione per differenziare le offerte della banca in mercati sempre più competitivi.

3

Dare priorità all'allineamento della struttura organizzativa e dello staffing con una strategia di servizi bancari digitali focalizzata sul cliente.

CONTATTATE GFT PER ANALIZZARE LO STATO DELL'ARTE DELLA VOSTRA BANCA



digitalbanking@gft.com

INFORMAZIONI SUL GRUPPO GFT

Il Gruppo GFT è un partner tecnologico globale per le sfide digitali del futuro - che copre l'intero settore, dalla scoperta dell'innovazione allo sviluppo ed implementazione di modelli di business sostenibili.

All'interno del Gruppo GFT, GFT si distingue per la competenza consulenziale e lo sviluppo, implementazione e manutenzione affidabili di soluzioni IT personalizzate. La società è provider di soluzioni IT per il settore bancario, leader a livello mondiale.

Con sede in Germania, il Gruppo GFT si contraddistingue per la competenza tecnologica, la forza innovatrice e l'eccellenza. Fondato nel 1987, il Gruppo GFT è rappresentato in undici paesi con un team a livello globale di oltre 3.400 dipendenti. Il Gruppo GFT è quotato al Frankfurt Stock Exchange (TecDAX).

www.gft.com/digitalbanking
digitalbanking@gft.com

GFT ■

Nota importante: A causa delle relativamente ridotte dimensioni del campione, in particolare per singolo paese, i risultati di questo sondaggio devono essere considerati come indicativi di trend generali, piuttosto che come accurata evidenza statistica delle situazioni del mercato.