

# LA BANCA CHE VORREI

più tecnologia per benefici tangibili, ma senza dimenticare la dimensione umana



Smartphone: emblema dell'innovazione nella relazione con la propria banca



65%

Lo utilizza per servizi bancari e lo considera rilevante nel processo di innovazione



78%  
il pc per l'internet banking



45%  
l'internet banking

## Canali utilizzati

## Canali irrinunciabili



62%  
va in filiale e allo sportello bancomat



19%  
il contatto fisico



56%

dichiara di essere più soddisfatto della relazione con la propria banca rispetto a 5 anni fa

Per una migliore customer experience...



43% riduzione spese di gestione



40% riduzione tempi di gestione operazioni

La digitalizzazione abilita nuovi scenari e una migliore customer experience, ma deve essere integrata con la relazione umana



### Relazionali 51%

Componente social e digital fondamentale nella relazione con la banca

Usano diversi dispositivi

Hanno account social collegato al profilo della banca per ricevere offerte mirate



### Pragmatici 30%

Desiderano maggiori servizi fruibili da smartphone

Sognano una riduzione dei costi delle operazioni bancarie grazie all'innovazione tecnologica

Si recheranno meno in filiale ed aspirano ad avere esperienze più personalizzate con la banca



### Follower 19%

Contatto diretto con la filiale

Internet banking per comodità e soprattutto da tablet

Innovazione della banca solo per aspetti di forma e non di sostanza

Nota metodologica: 806 interviste realizzate con metodologia CAWI a partire dal panel proprietario Doxa a individui tra i 18 e i 65 anni che possiedono almeno un prodotto bancario