

COMUNICATO STAMPA

**“THE STATE OF DIGITAL BANKING 2016”:
PER FORRESTER RESEARCH,
INTESA SANPAOLO È TRA LE BANCHE LEADER NEL MONDO
NELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE DEL BUSINESS**

- **L’innovazione dell’esperienza multicanale dei clienti, a due anni dalla partenza del progetto, è un caso di eccellenza internazionale**
- **Piena integrazione dei canali, completa riprogettazione della banca online e del servizio di assistenza clienti, dematerializzazione, revisione dei processi, sono le tappe salienti di un percorso che colloca Intesa Sanpaolo tra i sette player mondiali più evoluti**

Torino, 28 febbraio 2017 - **Intesa Sanpaolo è uno dei sette player mondiali più evoluti** in termini di profondità della **trasformazione digitale** intrapresa, unica banca europea insieme a BBVA e CaixaBank: lo attesta il rapporto **“The state of digital banking 2016”** pubblicato da **Forrester Research**, società di ricerca di mercato leader mondiale sui temi digital.

Nel report, Intesa Sanpaolo è espressamente citata come un *benchmark* ed evidenziata come un caso di eccellenza internazionale: grazie alla chiara comprensione dei percorsi di acquisto e post-vendita e alla superiore capacità di utilizzo dei dati disponibili, ha saputo ridisegnare l’esperienza multicanale della propria clientela, avviando con successo un processo di digitalizzazione del business.

Intesa Sanpaolo ha fatto leva sulle **tecnologie digitali** per implementare una forte **integrazione dei dati** (reddituale, transazionali, comportamenti multicanale da fonti interne ed esterne) che, unita alla **visione globale del cliente**, ha permesso l’avvio di un vero **approccio di real time marketing**; in parallelo sono stati **rivisti end to end i processi**, anche in filiale, per rispondere sempre più in tempo reale alle richieste della clientela e recuperare efficienza: ad esempio, su prestiti personali e carte di credito circa il 25% delle erogazioni avviene in tempo reale, un ulteriore 60% in giornata; contemporaneamente, nei primi undici mesi del 2016, l’introduzione del nuovo processo multicanale ha ridotto drasticamente anche il peso del credito problematico.

Il prestigioso riconoscimento di Forrester Research mette in luce le tappe salienti del percorso di trasformazione di Intesa Sanpaolo, a due anni dall’avvio del progetto: sull’80% del catalogo retail è stata raggiunta la **piena integrazione dei canali**, che fa sì che il cliente possa scegliere come e quando interagire con la banca, decidere di cambiare canale senza interrompere l’interazione, ricevere offerte a distanza dal proprio gestore in filiale o dal gestore online, firmare digitalmente i contratti dal proprio PC o tablet; l’help desk telefonico ha lasciato il

posto alle **Filiali Online**, capaci di assistere il cliente risolvendone i problemi, nell'80% dei casi, alla prima chiamata; la **banca online** è stata **completamente riprogettata**, con l'attivazione di un servizio di internet banking unico per tutte le Banche del Gruppo, su cui già opera quasi il 30% dei clienti, e di un'app con servizi innovativi; le **filiali sono state digitalizzate** e i **processi di firma dematerializzati** sull'80% dei prodotti retail e documenti obbligatori: da giugno dello scorso anno, sono circa 8,5 milioni le operazioni e i contratti firmati su tablet, con un risparmio di circa 400 milioni di fogli di carta.

*“La trasformazione digitale è un fenomeno dirompente in ogni settore e sta rivoluzionando il modo di vivere e di lavorare – spiega **Stefano Barrese, responsabile della Banca dei Territori Intesa Sanpaolo** – Per il nostro Gruppo, la ricerca di un business digitale più efficace e di un'esperienza più soddisfacente per i nostri clienti rappresenta una priorità assoluta, che stiamo sostenendo con un forte impegno ad ogni livello dell'organizzazione aziendale. Siamo molto orgogliosi dei risultati ottenuti fino ad oggi, frutto di un deciso cambiamento culturale e di una visione strategica centrata sulla piena sintonia con i nostri clienti. Grazie a strumenti nuovi e intelligenti, abbiamo migliorato la qualità dei nostri servizi e l'esperienza dei nostri 5 milioni di clienti che operano online. Il rapporto di Forrester Research certifica il raggiungimento tempestivo dei nostri obiettivi d'innovazione e il posizionamento di Intesa Sanpaolo a livelli paragonabili, dal punto di vista di processi e piattaforme, ai leader internazionali nel servizio al cliente.”*

Chi è Forrester Research

Società di ricerca internazionale, tra le più influenti a livello globale in termini di analisi del posizionamento competitivo di player bancari e non bancari in ambito digitale, di Customer Experience, Marketing e CRM.

Totalmente indipendente e attiva da oltre vent'anni, esegue ogni anno indagini su un campione di oltre 500.000 tra consumatori ed executive di vari settori, avvalendosi di metodologie all'avanguardia che, interpolando i risultati delle indagini con dati di business, offrono una chiara comprensione delle strategie di successo dei top player mondiali nelle varie industry.

Informazioni per la stampa

Intesa Sanpaolo

Rapporti con i Media Banca dei Territori e Media locali

stampa@intesasanpaolo.com