



CUSTOMER RETENTION ABI MONITORAGGIO ABI CLIENTELA RETAIL

PIATTAFORMA CRABI PER LA PARTECIPAZIONE AI GRUPPI DI LAVORO ABI DELLA CUSTOMER
RETENTION NONCHÉ PER LA CREAZIONE DI UN SISTEMA DI MONITORAGGIO DELLE FILIALI E DELLE
AREE TERRITORIALI

ABSTRACT

La Customer Retention è una filosofia gestionale che misura la fedeltà della Clientela e le relative correlazioni in termini di redditività, patrimonio finanziario, prodotti posseduti cross-selling, ecc.. L'ABI, la SDA Bocconi ed un gruppo di lavoro di circa 40 banche, hanno formalizzato una metodologia comune individuando le regole per misurare i seguenti indicatori: Tasso di retention; Tasso di retention nuove acquisizioni; Tasso di acquisizione; Tasso di sviluppo; Cross selling dei prodotti; Patrimonio finanziario medio.

Il comportamento di acquisto dei prodotti e servizi finanziari è valutato in termini di trend di diffusione di prodotti/servizi ed incidenza di possesso presso i diversi segmenti di clientela.

I prodotti rilevati sono: Conto Corrente; Conto Corrente a pacchetto; Bancomat; Carte di Credito; Carte Revolving; Depositi a Risparmio; CD; Obbligazioni della banca; Risparmio amministrato; Obbligazioni e titoli di stato; Azioni; PCT; Fondi comuni; GPM e GPF; Assicurazioni; Fondi pensione; Apertura linee di credito; Prestiti personali; Mutui ipotecari; On Banking; Canalizzazione stipendio; Utenze.

I segmenti di clientela sono: Sesso; Età della clientela; Anzianità di relazione; Fasce di patrimonio finanziario; Macro area territoriale di appartenenza.

L'analisi degli indici di Customer Retention, dei trend di diffusione dei prodotti e servizi nonché dell'incidenza del possesso degli stessi nei vari segmenti di clientela sono utili per capire l'addensamento delle problematiche e delle virtù commerciali per settore e per valutare la produttività e sintonizzare la strategia di produzione e di vendita.

I Gruppi di Lavoro ABI della Customer Retention sono quattro:

Customer Retention e Performance Commerciali della Banca per il segmento di clientela Privati

Comportamento di Acquisto dei Servizi Finanziari da parte della sola clientela Privati

Customer Retention e Performance Commerciali della Banca per il segmento di clientela Small Business

Customer Retention e Performance Commerciali della Banca per il segmento di clientela Piccole Imprese

La piattaforma CRABI consente di cogliere due obiettivi fondamentali:

- a) Fornire all'A.B.I. i dati relativi al monitoraggio periodico della Customer Retention e delle Performance Commerciali della Banca per il confronto con gli altri istituti di credito consentendo alla banca di partecipare ai primi tre gruppi di lavoro;
- b) Creare un osservatorio interno per il monitoraggio e la valutazione delle performance commerciali delle Filiali, delle Aree territoriali, della Banca (ed eventualmente del Gruppo) attraverso un'analisi del "valore" del portafoglio della Clientela ed un'analisi dinamica dell'importanza della clientela con la rilevazione dei flussi di migrazione tra classi di redditività;

Risultati forniti dalla piattaforma:

1. Foglio excel da inviare all'ABI
2. Schede Riassuntive per Filiale, Area territoriale e Banca
3. Report Dettagliati per Filiale, Area territoriale e Banca
4. Accesso diretto ai dati elementari per attività di data mining

CRABI, è una piattaforma software che viene alimentata da forniture periodiche, generalmente trimestrali, provenienti dal sistema informativo della banca generando un archivio storico contenente i dati riepilogativi della clientela retail. I dati fondamentali di ciascun Istituto sono parametrizzati e sono comunque modificabili. L'archivio in ingresso che alimenta la base dei dati storica dei clienti, deve rispettare determinati requisiti.