

Marketing e Finanza

Strategie, marketing e innovazione finanziaria



**Acquisire nuovi clienti in uno scenario competitivo VUCA:
identificare nuovi bisogni per intercettare nuovi target** 04

Davide Bevini, BPER Banca

**Customer First, il nuovo paradigma
del marketing assicurativo**

14

Marco Brachini, Sara Assicurazioni



**Local Data Driven Marketing delle
nuove banche locali**

23

Andrea Costi, ICCREA Banca

**La digitalizzazione nel settore finance:
le sfide del marketing nel credito al consumo**

31

Luca Giacomini - Caire, Cofidis Italia





Innovation
Networking
Ideas
Strategy
Culture
Analysis
Marketing
Education
Manager
Awards
Training
Research
Master
Workshop
Magazine

Banking - Insurance - Financial Services

AIFIn - The Financial Innovation Think Tank - è un think tank indipendente attivo dal 2004 che si propone di sviluppare, promuovere e diffondere la cultura dell'innovazione nel settore bancario, assicurativo e finanziario.

AIFIn vuole rappresentare il centro competenza sul tema dell'innovazione finanziaria per le istituzioni finanziarie (banche, compagnie assicurative e intermediari finanziari) e per i manager del settore.

Obiettivo di AIFIn è anche quello di analizzare i trend più significativi per l'industria, delineare i possibili futuri, stimolare l'innovazione di valore per promuovere e favorire lo sviluppo di un sistema finanziario più evoluto e sostenibile nel lungo periodo.

Le istituzioni finanziarie possono aderire alle attività di analisi, ricerca e formazione, ecc. promosse da AIFIn.

Le istituzioni finanziarie aderenti possono nominare uno o più rappresentanti nell'Advisory Board, organo esclusivamente consultivo per la progettazione delle attività AIFIn.



www.aifin.org

Marketing e Finanza

n. 2 del 2022

Direttore responsabile:
Sergio Spaccavento

Editore:
MarketLab s.r.l. Viale Cesare Battisti, 54
27100 Pavia
tel. 0382/523317 fax 0382/529164
segreteria@marketlab.it

Pubblicità:
advertising@marketingefinanza.it

Abbonamenti:
4 numeri all'anno. La rivista è riservata agli
Aderenti AIFIn.
Per ulteriori informazioni scrivere a:
segreteria@aifin.org

Autorizz. Tribunale di Pavia
n. 693 del 21/06/2008

Sono vietate la riproduzione e la distribuzione,
anche parziale, di quanto pubblicato
senza la preventiva autorizzazione scritta
dell' editore

Grafica editoriale e impaginazione:
Maria Stella Spaccavento

Rivista fondata nel 2006

Ai sensi del decreto legislativo 196/2003, le finalità del trattamento dei dati relativi ai destinatari del presente periodico, o di altri dello stesso Editore, consistono nell'assicurare una informazione tecnica, professionale e specializzata a soggetti identificati per la loro attività professionale.

L'Editore, titolare del trattamento, garantisce ai soggetti interessati i diritti di cui all' art.13 della suddetta legge.



AIFIn - è un think tank indipendente attivo dal 2004 che si propone di promuovere e diffondere la cultura dell'innovazione nel settore bancario, assicurativo e finanziario.
www.aifin.org

Indice

04 ACQUISIRE NUOVI CLIENTI IN UNO SCENARIO COMPETITIVO VUCA: IDENTIFICARE NUOVI BISOGNI PER INTERCETTARE NUOVI TARGET

di Davide Bevini - BPER Banca

La continua evoluzione dei bisogni dei consumatori, accelerata dal contesto esterno sempre più mutevole, impone, per mantenere un elevato livello di attrattività e competitività, di disegnare offerte sempre più flessibili, personalizzate e "ingaggianti". Oggi questa sfida è resa sempre più possibile grazie alle capabilities abilitate da open banking, marketing automation e data analytics, anche se lo "human touch" rimane un fattore indispensabile nella interpretazione dei bisogni e nella conseguente definizione della value proposition per ciascun target strategico.

14 CUSTOMER FIRST, IL NUOVO PARADIGMA DEL MARKETING ASSICURATIVO

di Marco Brachini - Sara Assicurazioni

La customer centricity è oggi il minimo comun denominatore alla base dell'approccio strategico di ogni incumbent e operatore del mercato assicurativo. Ormai non si può prescindere da questa logica e tutti i player cercano/tentano di svilupparla nel modo migliore possibile. Il business case Sara Assicurazioni.

23 IL LOCAL DATA DRIVEN MARKETING DELLE NUOVE BANCHE LOCALI

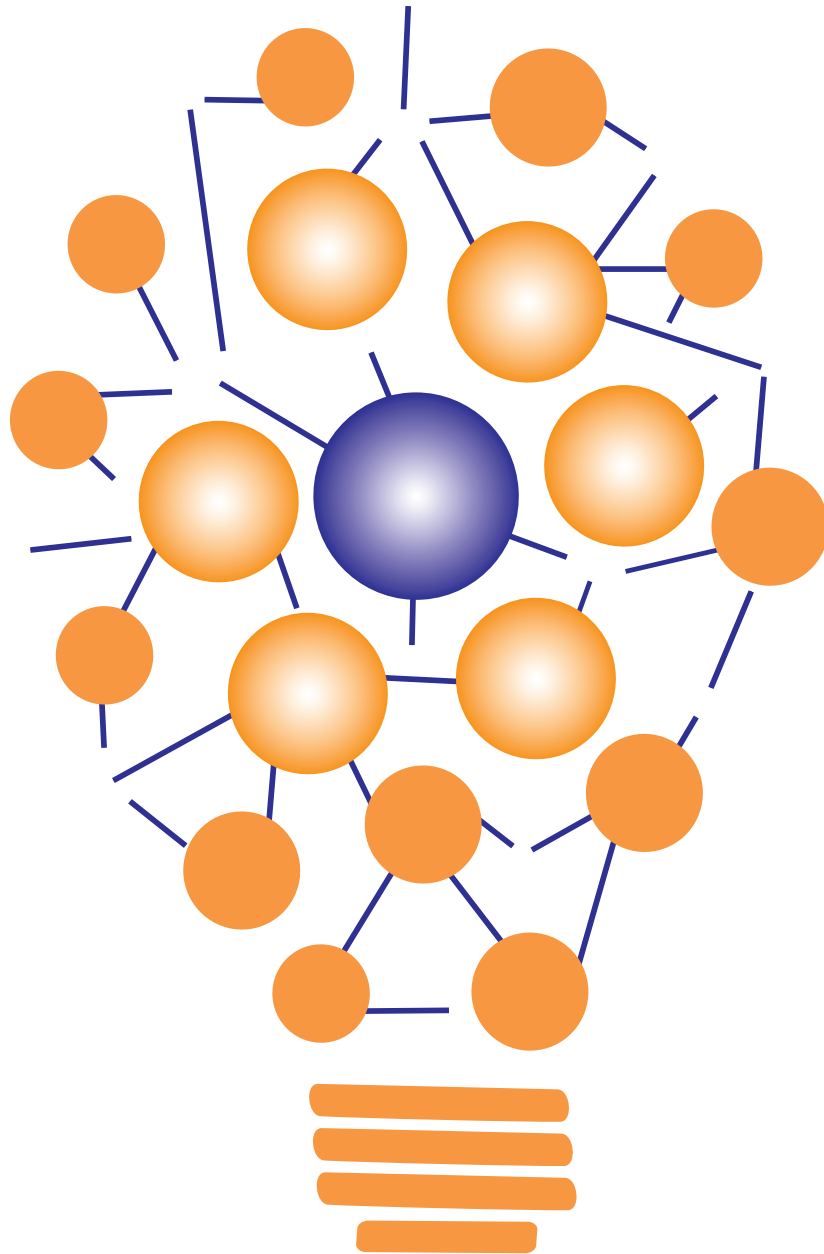
di Andrea Costi - ICCREA Banca

Con l'analisi dei dati, la storica "vicinanza" delle Banche di Credito Cooperativo del Gruppo BCC Iccrea diventa "scientifica" per dare a ciascun territorio un'offerta finalmente su misura.

31 LA DIGITALIZZAZIONE NEL SETTORE FINANCE: LE SFIDE DEL MARKETING NEL CREDITO AL CONSUMO

di Luca Giacomina Caire - Cofidis Italia

L'evoluzione tecnologica e le nuove abitudini di acquisto come opportunità per generare conversion e mantenere alta la fiducia di clienti e partner.



FinancialTechnology.it

OPEN INNOVATION B2B/B2B2C ACCELERATOR

ACCELERATORE INDIPENDENTE DI OPEN INNOVATION B2B/B2B2C SPECIALIZZATO NEL SETTORE BANCARIO, ASSICURATIVO E FINANZIARI

La mission di FinancialTechnology.it è quella di favorire l'incontro tra domanda e offerta di innovazione con un modello di open inn

Il servizio connette Innovation Seeker e Innovation Provider interessati ad identificare, valutare e sviluppare progetti innovativ
FinancialTechnology.it vuole supportare la collaborazione tra Istituzioni Finanziarie e FinTech/TechFin e contribuire allo sviluppc
ecosistema che promuova l'innovazione finanziaria.

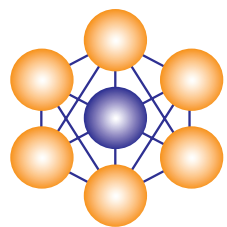
PARTNER



FinancialInnovation.it



www.financialtechnology.it



MarketLab

Financial Marketing & Research



CONSULENTI DI INNOVAZIONE

MarketLab – Financial Marketing & Research è un istituto di ricerca e una società di consulenza strategica specializzata nell'innovazione nel settore bancario, assicurativo e finanziario. Offre servizi di analisi e ricerche di mercato, formazione, consulenza in strategy, innovation e marketing.



LABORATORI DI INNOVAZIONE - iLAB

Sviluppiamo Laboratori di idea generation e service design utilizzando metodologie di design thinking e agile. Organizziamo e moderiamo community di practice per generare knowledge a supporto del processo di innovazione.



CONSULENZA SULL'INNOVAZIONE

Aiutiamo e supportiamo banche, compagnie di assicurazioni e intermediari finanziari a valutare la propria capacità di innovazione e a definire azioni concrete per ridurre le barriere all'innovazione.



ANALISI E RICERCHE

Realizziamo analisi di scenario, competitive e di mercato a supporto della definizione di strategie innovative e per lo sviluppo di nuove value proposition e customer experience. Sviluppiamo modelli di ascolto continuativi e ad hoc di tutti gli stakeholder (clienti, dipendenti, comunità, ecc.) a supporto del processo di innovazione.



FORMAZIONE E COMUNICAZIONE

Progettiamo ed eroghiamo corsi di formazione sull'innovazione apportando valore attraverso la nostra specializzazione settoriale e le nostre ricerche e analisi. Sviluppiamo percorsi e attività per accrescere la cultura aziendale sull'innovazione.



MarketLab srl è certificata UNI EN ISO 9001:2015 relativamente alla progettazione ed erogazione di servizi formativi, di ricerche e analisi mercato e marketing in ambito bancario, assicurativo e finanziario (settore EA 35 e EA 37).



Marketing e Finanza

Strategie, marketing e innovazione finanziaria



Acquisire nuovi clienti in uno scenario competitivo VUCA:
identificare nuovi bisogni per intercettare nuovi target 04

Davide Bevini, BPER Banca

Customer First, il nuovo paradigma
del marketing assicurativo 14

Marco Brachini, Sara Assicurazioni



Local Data Driven Marketing delle
nuove banche locali 23

Andrea Costi, ICCREA Banca

La digitalizzazione nel settore finance:
le sfide del marketing nel credito al consumo 31

Luca Giacoma - Cairo, Cofidis Italia



n.2 del 2022

**Non perda
il prossimo numero
del nuovo
trimestrale di
approfondimento su
strategie,
innovazioni e
protagonisti del
mondo finanziario.**

riservato agli aderenti AIFIn
www.aifin.org

*In collaborazione con AIFIn, un contributo fondamentale
alla riflessione e alla analisi strategica e di marketing per
chi opera nel settore bancario, assicurativo e finanziario.*

**Per informazioni scrivere a:
segreteria@aifin.org
tel. 0382/523317**