

MK

La rivista ABI di marketing e comunicazione in banca



indice 2020

Supplemento a
MK n. 6 - 2020
Bimestrale
dell'Associazione Bancaria Italiana
Nuova serie di
Lettera Marketing ABI
Rivista fondata nel 1981
ISSN 1594-4840

ABISERVIZI
BANCARIA
EDITRICE

indice 2020



NUMERO 1

	Pagina
<i>Daniela Vitolo (ABI)</i> Viaggio nel nuovo contact center bancario	2
<i>Liliana Fratini Passi (CBI)</i> CBI Globe: la piattaforma che consente di passare dall'open banking alla data sharing economy	10
<i>Riccardo Pirrone (KiRweb)</i> Non è instant marketing, è social!	16
<i>Giorgia Greco (ABI)</i> Monitoraggio ABI dei reclami	22
<i>Dario Caiazza (Teads Italia)</i> Mobile advertising: come utilizzare video e display per conquistare l'utente online	30
<i>A cura di CRIF</i> Open banking: destinazione cliente	36
<i>Pillole di marketing - A cura dell'Ufficio Studi dell'ABI</i> La multicanalità: generazioni a confronto ed effetti sulla competizione	38

NUMERO 2

<i>Emanuele Baruffa (BPER Banca)</i> Un nuovo modello distributivo integrato di Bancassurance e Assurbanca	2
<i>Valeria Chiappini (Kantar)</i> Il futuro dell'assicurazione nell'era post-Covid: i 12 trend emergenti	6
<i>Graziana Pesce (Banca Widiba)</i> WOW - Women of Widiba: consapevolezza, immedesimazione ed empatia	12
<i>Fabrizio Fornezza (Eumetra MR)</i> Mamme, nascite e mutamento della famiglia italiana	18
<i>Emanuele Acconciamesa, Sandro Castaldo (Focus Management), Francesca Vecchioni (Diversity)</i> Diversità e Inclusione (D&I) tra etica e opportunità di business	26
<i>A cura di CRIF</i> Il successo sostenibile attraverso nuove soluzioni "sustainability linked"	32

NUMERO 3

<i>Stefania Conti (IPSOS)</i> Aziende italiane: non più un "mondo minore"	2
<i>Enrico Trovati (Nexi)</i> Come supportiamo gli esercenti clienti delle banche partner	10
<i>Giulio Murri (ABI Lab)</i> Specchio specchio delle mie brame, chi è il più bel canale digitale?	14
<i>Antonella Comes (Auriga)</i> Il digitale al servizio della relazione umana per la nuova banca	22
<i>A cura di CRIF</i> Le imprese: come stanno cambiando e quali touch point usano per avvicinarsi al credito	30

NUMERO 4

- Giorgio Coppola (Accenture ICEG)*
La relazione banca-impresa nel nuovo scenario competitivo
- Ivan Barcellona (Crédit Agricole Italia)*
Il feedback del cliente come catalizzatore dell'experience
- Paolo Fumo (CNP UniCredit Vita)*
Un nuovo approccio alla protezione e alle principali innovazioni di offerta
- Nico Saraceno (Banca Agricola Popolare di Ragusa)*
Offerta e servizio ai giovani
- A cura di CRIF*
Open banking: un'opportunità per stare a fianco delle imprese

Pagina

2

8

14

20

30



NUMERO 5

- Chiara Mambelli (ABI)*
Il vademecum sulla finanza sostenibile: un esempio concreto di stakeholder engagement
- Massimo Tessitore (Intesa Sanpaolo)*
Un'experience omnicanale su misura per il cliente, come driver della crescita digitale
- Pasquale Ambrosio (KPMG Advisory)*
La customer experience ai tempi del Covid-19
- Simona Ceccarelli (SCS Consulting)*
Sfide e opportunità per lo sviluppo di prodotti sostenibili
- A cura di CRIF*
Azioni e insight di real-time marketing per far evolvere la customer experience

2

8

14

26

38



NUMERO 6

- Duccio Stefano Gazzei (BNL-Gruppo BNP Paribas)*
Neuromarketing, Personas e la comunicazione efficace ...anche con clienti distratti
- Alessia Tedeschi (Mooney di SisalPay S.p.A.)*
Digital hybrid: il modello che anticipa le evoluzioni del mercato
- Roberta Zurlo (Banca Widiba)*
La banca dell'oggi: il valore della relazione digitale
- Riccardo Scandellari (NetPropaganda)*
Il viaggio del cliente, l'eroe di una nuova comunicazione
- A cura di CRIF*
Creare valore con insight di conto corrente abilitati dall'intelligenza artificiale

2

10

16

22

30



MK

La rivista ABI di marketing e comunicazione in banca



MK la rivista per tutti coloro che lavorano sulle tematiche della relazione banca-cliente

MK propone un continuo dibattito per ottimizzare la relazione banca-cliente, affrontando temi quali: i trend della domanda, la segmentazione, il CRM, le tecniche di fidelizzazione e di vendita, la redditività del cliente, la Customer Satisfaction e Experience, i social media, i reclami, la qualità, la multicanalità, l'Internet banking, i Promotori finanziari...

MK riserva ampio spazio al monitoraggio delle strategie di innovazione delle banche italiane e all'osservazione delle realtà estere; ospita i risultati di importanti ricerche ABI e il contributo di autorevoli esperti del settore

MK rappresenta un canale di comunicazione privilegiato anche per tutte le aziende che offrono agli intermediari finanziari prodotti e servizi nell'area del marketing commerciale, della distribuzione, dell'innovazione finanziaria, della tecnologia, della comunicazione

- Abbonamento annuo Italia € 50,00
- Abbonamento annuo Estero € 80,00
- Prezzo di un fascicolo € 12,00

Per info:
06 6767.395 - www.bancariaeditrice.it

ABISERVIZI  **BANCARIA**
EDITRICE

Via delle Botteghe Oscure, 4 • 00186 Roma