

AZIENDABANCA

Tecnologie, marketing, organizzazione e finanza per il mondo bancario

HOME LA RIVISTA WHITE PAPER TOPVENDORS ENGLISH

cerca...

GIOVEDÌ, 25 SETTEMBRE 2014

SIA EXPO 2014 DON'T WORRY, BE DIGITAL



Biverbanca e l'Università di Torino per la customer satisfaction

SCRITTO DA G.C. IL 25 SETTEMBRE 2014.



Una media di quattro clienti su cinque soddisfatti o molto soddisfatti del rapporto con la propria filiale e un indice di soddisfazione generale che, su una scala da uno a dieci, ha registrato un ottimo 8,48. Sono i risultati di Acchiappa il Granchio, l'indagine di customer satisfaction, promossa da Biverbanca

per conoscere il gradimento dei propri clienti privati: 944 clienti di età compresa tra i 18 e gli 80 anni che hanno risposto a un questionario telefonico.

Al centro la relazione con il personale

Più dell'80% degli intervistati, inoltre, conosce per nome almeno una persona della sua filiale: una conferma del ruolo relazionale instaurato dal personale con la clientela, da cui scaturisce anche una elevata fedeltà nei confronti dell'istituto biellese, tanto che il 92% degli intervistati oggi sceglierebbe nuovamente Biverbanca.

Filiali, consulenza e operatività

Giudizi positivi anche per le filiali: particolarmente apprezzata è la prossimità ai clienti e le motivazioni che spingono i clienti a scegliere l'istituto è la comodità e la vicinanza delle filiali, oltre che la professionalità dei dipendenti della banca e la convenienza economica. La relazione con la filiale comunica principalmente efficienza e soddisfazione, ma anche i nuovi canali di contatto proposti ricevono interesse: come l'estensione dell'orario di sportello, la possibilità di ricevere informazioni via SMS e l'acquisto di prodotti bancari online. Infine, risulta particolarmente apprezzata la consulenza del personale e la snellezza operativa.

I consulenti

L'indagine è stata realizzata con la consulenza dei docenti dell'università degli studi di Torino: il Prof. Luigi Bollani, Docente di Statistica, la Prof.ssa Anna Claudia Pellicelli, Docente di Marketing e il Prof. Roberto De Battistini, Docente di Economia, e con la collaborazione degli studenti della Facoltà di Economia che hanno condotto l'indagine telefonica.

Una borsa di studio per l'indagine

Gli studenti provenienti dalla Scuola di Management ed Economia e dal master in Retail Marketing & Store Management entrambi dell'Università di Torino, sono stati formati allo scopo e hanno ricevuto una borsa di studio di 500 euro appositamente istituita per il progetto.

I NOSTRI BLOG

NON SOLO BANCA

WOMEN@BANK

AB7 La newsletter di AZIENDABANCA

Ogni giovedì nella tua casella di posta elettronica le ultime notizie dal mondo bancario e ICT.

Cliccando su iscriviti dichiari di accettare l'informativa sul trattamento dei tuoi dati: ti invieremo una email per confermare la tua iscrizione.

La tua email:

Iscriviti

SEGUICI SU

ADV

SCOPRI PAYLAB



AZIENDABANCA È PARTNER
FINACCORD

PARLIAMO DI...

CORPORATE BANKING

MARKETING

MERCATO

MULTICANALITÀ

ORGANIZZAZIONE

CARRIERE

EVOLUZIONE DELLA FILIALE

PRIVATE BANKING & WM

PRODOTTI

RISK MANAGEMENT

RISORSE UMANE

SICUREZZA

SISTEMI DI PAGAMENTO

SISTEMI INFORMATIVI

COMPLIANCE E AUDITING

MAINFRAME

BANCASSURANCE

BANCHE TICINO

RUBRICHE

CREDITO E IMPRESE

GLOBAL OVERVIEW

ITALIA ED EUROPA

IL VICINO EST

FOREX E VALUTE

BRIC E ALTRI EMERGENTI

BAROMETRO DEL MATTONE

ORO GIALLO E NERO

DALLA FED A WALL STREET