

Comunicato Stampa

Milano, 15 Aprile 2014.

È STATO PUBBLICATO IL PRIMO ESTRATTO DELLA RICERCA SOCIAL MINDS SU BANCHE E SOCIAL MEDIA. SCARICABILE GRATUITAMENTE, CONTIENE RISULTATI DI SCENARIO DEL SOCIAL BANKING ITALIANO, DELLA SURVEY ONLINE “LA TUA BANCA È SOCIAL?” E QUALCHE DATO DI UN ESPERIMENTO SUI CANALI TWITTER DELLE BANCHE ITALIANE.

Social Minds ha rilasciato il **Primo Estratto** della **II Edizione della Ricerca**, contenente la sintesi di alcuni risultati ottenuti nella fase iniziale dell'indagine. Il progetto, giunto alla sua II Edizione, ha l'obiettivo di analizzare i modelli di **utilizzo ed efficacia dei social media** per il business da parte delle banche italiane.

La ricerca ha preso in esame lo stesso panel di banche italiane dell'indagine precedente, aggiungendo alcune nuove realtà, per un totale complessivo di **47 banche**.

Il documento illustra un'istantanea del social banking italiano (a Gennaio 2014), che mostra l'aumento delle banche italiane che **presidiano almeno un canale social**, dal 55% del Maggio 2013 al **62% del Gennaio 2014**. Il canale più utilizzato, scelto dal **62% delle banche** del campione analizzato (29 banche su 47) risulta essere **LinkedIn**, seguito da **YouTube (55%)**, **Facebook (53%)** e **Twitter (51%)**.

Dai **risultati** di un'analisi sperimentale su 4 canali **Twitter aperti da banche italiane** e dedicati (anche) al customer service si rileva un **tasso di risposta medio**, relativo agli account considerati, **dell'82%**. Durante l'esperimento, durato **4 settimane**, sono stati inviati complessivamente **60 tweets**, simulando su Twitter l'interazione cliente-banca, per cogliere alcuni dati qualitativi fondamentali, connessi con i processi di social customer care. Grazie al software di web e social media analytics di **Reputation Manager** sono state inoltre elaborate le metriche più rilevanti relative al **customer care** (su **tutti** i tweet del periodo 1 febbraio-31 marzo 2014). Il **tempo di risposta media** ai tweet è risultato di **7 ore e 30 minuti**: dato apparentemente alto ma dovuto al fatto che i tweet ricevuti nelle ore serali e notturne sono quasi sempre evasi il giorno seguente.

I **primi risultati della survey online “La tua banca è social?”**, che ha raccolto aspettative e utilizzi dei clienti rispetto alla **dimensione social** delle proprie banche, rivelano che **il 58%** dei 150 soggetti rispondenti (casi ritenuti validi) ha **contattato almeno una volta** nell'ultimo anno **la propria banca attraverso ambienti social** e di questi **il 48%** li ha utilizzati **per porre una domanda** o fare una richiesta, cioè per motivi legati al **customer service**.

I risultati complessivi della ricerca, comprendenti alcune case history di banche social e l'analisi delle **conversazioni online** effettuata grazie alla partnership con **Reputation Manager**, saranno presentati durante l'**Italian Social Banking Forum** del 24 Giugno 2014 presso il **Centro Congressi Palazzo Stelline**. All'evento saranno presenti le migliori esperienze del **social banking italiano**: hanno già confermato la propria partecipazione Banca IFIS, Banca Popolare Etica, BNL, ING Direct Italia, IWbank, UniCredit.

Per maggiori informazioni: info@socialminds.it

Riferimenti online:

Sito web: www.socialminds.it

Blog: <http://www.socialminds.it/the-blog/>

Slideshare: <http://www.slideshare.net/socialminds/presentations>

Facebook: <https://www.facebook.com/SocialMindsIT>

Twitter: <https://twitter.com/SocialMindsIT>

Partner tecnologico: <http://www.reputazioneonline.it/>