

COMUNICATO STAMPA:

Un grande successo *social* per #ISBF15 - Italian Social Banking Forum 2015

Milano, 2 Ottobre 2015

Il 1 Ottobre si è svolto a Milano l'*Italian Social Banking Forum 2015*, presso il Palazzo delle Stelline. Durante il convegno sono stati presentati i risultati finali della [III Edizione della Ricerca](#), condotta da [Social Minds](#), sull'utilizzo dei **social media** da parte delle **banche italiane**.

L'evento è stato ricco di contributi interessanti e si è dimostrato, ancora una volta, un importante momento di **approfondimento** e confronto sul **social banking italiano**.

Sono intervenute alcune delle **banche** più **social** del panorama nazionale, che hanno presentato la propria **strategia digitale** attraverso il racconto di una **case history**. Hanno partecipato a questa edizione di ISBF: [BNL](#), [Deutsche Bank Italia](#), [Webank](#), [Banca Popolare Etica](#) e [UniCredit](#).

Ospite della giornata anche [ROIALTY](#), partner tecnologico di [Social Minds](#), che ha parlato di **Social Customer Segmentation** (analisi degli interessi dei clienti sui social media) e ha fornito un tool per il monitoraggio online dei Top Tweeters, premiati alla fine del convegno. Durante il convegno si è discusso, inoltre, di **Customer Loyalty** con [Like Reply](#), **Main Sponsor del progetto**.

Le novità principali della ricerca sono state l'allargamento del campione di banche mappate - 50 in questa edizione - e il focus su di un **modello di analisi del Social Customer Relationship Management**.

Nella presentazione della ricerca è stato mostrato un **cruscotto di metriche** che seguono l'evoluzione della **relazione con il cliente**, attraverso quattro fasi: **Awareness, Engagement, Caring, Conversion**.

Sono stati quindi presentati gli indicatori relativi alla **presenza online delle banche**, i dati relativi al **sentiment**, e le misurazioni relativi all'**efficacia comunicativa** e alla **capacità di risposta** all'utente delle Pagine Facebook e degli account Twitter del campione di banche, distinto in 3 gruppi: *Banche Nazionali, Banche Locali e Banche Online*.

Dallo studio effettuato in partnership con [ROIALTY](#) è stata anche illustrata un'analisi di **Social Customer Segmentation** per valutare, tramite elaborazione semantica, gli interessi principali e le tematiche più discusse nelle conversazioni degli utenti Twitter delle banche del campione della Ricerca.

Gli output finali dell'indagine parlano di uno scenario in evoluzione e sempre più maturo: si è rilevato, infatti, l'aumento del numero di banche che **presidiano almeno un canale social**, dal **62% del Gennaio 2014 al 76% di Aprile 2015**. Il canale più utilizzato, scelto dal **68% delle banche** del campione analizzato (31 banche su 50) risulta essere **Youtube**, seguito da **Twitter (64%)**, **LinkedIn (62%)** e **Facebook (60%)**.

Tuttavia si è rilevato come alcuni dei social media più utilizzati rappresentino ancora una sorta di presidio, che **non è in grado di sfruttare a pieno le potenzialità** di questi canali social. Ad esempio riguardo a LinkedIn si è rilevato che **solo il 62%** delle banche che hanno aperto un Company Page **pubblica attivamente update e contenuti specifici**, e solo il 39% utilizza lo strumento relativo alla sezione Careers di LinkedIn, che permette l'effettiva creazione di reti per il recruiting e le connessioni tra professionisti.

Il **Report Finale della III Edizione** della Ricerca sarà **acquistabile** dalla prossima settimana sul sito www.socialminds.it. Tutte le **presentazioni** dell'*Italian Social Banking Forum 2015* sono invece già disponibili su <http://www.slideshare.net/socialminds>

Per maggiori informazioni: info@socialminds.it

Riferimenti online:

Sito web: www.socialminds.it



SOCIAL MINDS

Ricerca sull'utilizzo dei social media da parte delle aziende italiane

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

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

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

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

Partner tecnologico: [ROIALTY](#)

Main Sponsor: [LIKE REPLY](#)

Partner

Tecnologico:



Roialty: Leader nella gamification e social media data analysis.

Main Sponsor:



like

Like Reply: Società specializzata nei servizi di Digital Marketing e Internet delle Relazioni del

Gruppo Reply.