[HOME](#) / BANCA VIRTUALE E MULTICANALE

BANCA VIRTUALE E MULTICANALE

Strategie, best practices, errori da evitare

Tipologia	Libri
Temi	Comunicazione

PRESENTAZIONE

Il volume vuole rispondere a una domanda provocatoria: ha ancora senso scommettere sull'e-banking? La risposta emerge dallo studio di alcuni fondamentali casi italiani, europei e statunitensi, e dall'esame non solo i punti di forza, ma anche i punti di debolezza dell'approccio che ha sinora caratterizzato il business della banca virtuale.

Ha ancora senso scommettere sull'e-banking, mentre è in corso una diffusa revisione al ribasso degli investimenti e delle stime di crescita della banca virtuale? E' questa la domanda, volutamente provocatoria, a cui esperti del mondo accademico e bancario cercano di rispondere, offrendo un percorso su **modelli di business e strategie**, scelte operative ed esperienze concrete della banca virtuale e multicanale in Italia.

Un percorso che porta ad affermare che gli argomenti su cui si fondavano, fino a pochi mesi fa, le previsioni più ottimistiche della **banca virtuale e multicanale in Italia**. Un percorso che porta ad affermare che gli argomenti su cui si fondavano, fino a pochi mesi fa, le previsioni più ottimistiche della banca on line sono tuttora ben vivi e attuali.

La prima parte del volume ci induce alle caratteristiche strutturali del nuovo fenomeno e ai possibili insegnamenti provenienti dai mercati esteri:

- **pluralità di canali distributivi**, qualità e diversificazione del prodotto sono elementi essenziali per realizzare strategie vincenti e, soprattutto, per evitare gli errori del passato;
- **l'esperienza americana nel settore del financial advisory** pone l'accento sull'importanza della convergenza tra canali virtuali e reti fisiche;
- anche il contesto europeo offre spunti di particolare interesse, alla luce di vivaci iniziative di grandi banche nell'abbracciare il nuovo paradigma dell'e-banking.

La seconda parte del volume sposta l'analisi sull'esperienza di alcune tra le **maggiori banche virtuali e multicanale in Italia** e descrive le principali leve per la messa a punto di un progetto di successo di e-banking. Tra queste:

- ruolo della tecnologia;
- segmentazione del mercato;
- centralità e valorizzazione del cliente.

Ma la banca virtuale non è solo appannaggio degli istituti di maggiore dimensione. E' quanto si dimostra nella terza parte, in cui sono riportate le **testimonianze di alcuni gruppi interregionali** riguardo agli interessanti - se pur differenti - orientamenti in materia di Internet banking.

Quale **banca virtuale** dunque? Una banca dinamica e flessibile, che sia in grado di rivedere le proprie scelte tattiche in base ai segnali di mercato e della concorrenza; capace, soprattutto, di monitorare costantemente attitudini e preferenze della propria clientela.