

## Economia

### L'INTERVENTO

## Il «sorpasso» delle Popolari nella relazione coi clienti

DI GIUSEPPE DE LUCIA LUMENO\*

**L**e banche popolari, in tutta Europa, sorpassano le altre banche nella «relazione» con i clienti. Ad affermarlo non è l'Associazione fra le Banche Popolari ma la statunitense Forrester, società di ricerca e consulenza tra le più influenti al mondo che assiste aziende e organizzazioni nella loro crescita tramite la customer obsession, la cura, cioè, della clientela che viene messa al centro della leadership e della strategia. Necessità, bisogni e richieste dei clienti vengono analizzati e studiati periodicamente attraverso sondaggi tra più di 675.000 consumatori, business leader e leader tecnologici di tutto il mondo con metodologie riconosciute, rigorose e obiettive. Grazie a queste ricerche, alla consulenza e a una serie di eventi internazionali, i leader aziendali e tecnologici hanno l'opportunità di costruire e correggere le proprie strategie di crescita. Il Customer Experience Index (CX Index™) europeo 2020, che ha classificato 28 brand del settore bancario in Francia, Regno Unito, Italia e Spagna, è stato presentato a Londra. Frutto

di oltre 12.200 sondaggi di clienti europei di 57 gruppi bancari - inclusi 28 tra i più grandi del settore - è una delle indagini di customer experience tra le più complete e affidabili realizzate. Il risultato? Sentirsi sicuri, rispettati e apprezzati sono i principali fattori emozionali che generano fedeltà. Il 54% dei clienti che si sentono sicuri prevede di rimanere con la propria banca, il 71% è disposto a raccomandare il brand e il 68% prevede di investire di più con il proprio brand. Dunque, sicurezza, rispetto e apprezzamento generano la fidelizzazione della clientela delle banche europee. Fin qui un risultato prevedibile anche se conferme «certificate» sono sempre utili. Ma c'è di più. Le principali banche europee si differenziano sempre maggiormente sul piano della qualità della customer experience e, in questa differenziazione, le banche popolari sorpassano gli altri modelli di banca grazie alla scelta di puntare su relazioni dirette, personali ed emozionalmente positive con i propri clienti. «In Europa - ha commentato Oliwia Berdak, VP e Research Director di Forrester, presentando il rapporto - le banche popolari stanno ridefinendo le aspettative del cliente costruendo forti

relazioni emozionali che fanno sentire apprezzati i propri clienti». Il sorpasso può risultare sorprendente soltanto per chi non conosce il credito popolare, le sue caratteristiche e peculiarità, la sua storia e le sue prospettive. Il legame tra le banche popolari e la propria clientela è destinato, inoltre, a radicarsi e rafforzarsi ancor di più oggi grazie alla consapevolezza della responsabilità che portano nel contribuire a ridurre l'impatto sociale ed economico della crisi, nel rendere effettiva, ma non escludente, la transizione verde e digitale, e nel rafforzare il potenziale di crescita dell'economia per la creazione di sviluppo e di occupazione. Il rapporto di Forrester è molto importante perché, nel confermare quanto la vicinanza al cliente sia elemento vincente e sul quale investire risorse e personale, conferma, in maniera autorevole, quanto tale qualità, essenziale per l'intero sistema industriale, possa essere garantita soltanto da un sistema bancario che, grazie alla coesistenza di diversi modelli, possa operare in un mercato di libera ed effettiva concorrenza.

\*Segretario Generale  
Associazione Nazionale  
fra le Banche Popolari