

Una Customer Experience online più ricca e ottimizzata

L'istituto bancario ha scelto la piattaforma Liferay per comunicare in modo più semplice e personalizzato.

Summary

BPER Banca è la capogruppo del Gruppo BPER, terzo gruppo bancario in Italia, quotato nel FTSE Mib.

La banca ha una diffusione capillare su tutto il territorio nazionale con circa 1.850 filiali, più di 30 centri imprese e centri private banking e 4,3 milioni di clienti. Con il nuovo sito istituzionale, BPER Banca ha rinnovato la sua immagine digitale restando fedele al proprio posizionamento di marca: una banca vicina alle persone e aperta al dialogo.

In Breve

SETTORE:

Servizi Finanziari

PAESE/REGIONE:

Italia

CASO D'USO:

Sito web, Piattaforma collaborativa, Portale utenti

KEY FEATURES:

Stabilità della piattaforma, Accesso Mobile, Content Management, Social Collaboration



Siamo stati in grado di soddisfare tutte le esigenze espresse dagli utenti di business, con un sito attraente, che sfrutta tutti i meccanismi più moderni come chatbot, personalizzazione avanzata, animazioni e filmati.

Fabio Falzoni, IT BPER Banca

Sfide

- Rivisitare e ammodernare la presenza digitale di BPER Banca
- Realizzare siti orientati alle persone, in modo da farli diventare il principale strumento di marketing e digital branding dell'azienda
- Integrare in modo efficiente il customer journey omnicanale delle persone che entrano in contatto con BPER Banca

Risultati



CONTATTI RADDOPPIATI

Nei primi nove mesi dalla messa online, il sito ha realizzato un incremento del 50% nel numero dei contatti



RICONOSCIMENTO DEL MERCATO

Il sito è stato premiato agli Interactive Key Awards 2018 come miglior portale per la categoria "Banking & Insurance"



NAVIGAZIONE OTTIMIZZATA

I clienti trovano risposte su misura per ogni loro esigenza grazie a percorsi altamente personalizzati



APPROCCIO MOBILE-FIRST

Il sito è ottimizzato per l'accesso e la navigazione da dispositivi mobile

Rivisitare la presenza digitale della Banca

BPER Banca è la capogruppo del terzo gruppo bancario italiano per utile ed è presente in 18 regioni con oltre 1.850 filiali distribuite sul territorio. Nel 2017, BPER Banca ha avviato un progetto di rivisitazione e ammodernamento della propria presenza digitale online. La piattaforma esistente era considerata obsoleta. C'erano problemi di stabilità in fase di pubblicazione di contenuti, ed era impossibile implementare evoluzioni in tempi brevi sulla base delle esigenze del business.

Per questo motivo, la banca ha avviato la ricerca di una soluzione che garantisse prestazioni di alto livello senza problemi di stabilità. Parallelamente, il progetto più esteso di rinnovamento si poneva l'obiettivo di realizzare canali orientati alle persone, e farli diventare il principale strumento di marketing e digital branding dell'azienda. Il nuovo sito doveva essere realizzato in ottica mobile first, per andare incontro alle esigenze del mercato e supportare la generazione di lead. Oltre a ciò, doveva integrarsi in modo efficiente nel customer journey multicanale delle persone che entrano in contatto con BPER Banca.

Partendo dalle reali esigenze delle persone ha quindi preso forma un sito innovativo, accessibile e navigabile da qualsiasi device, in grado di agire e reagire in base all'esperienza degli utenti.

Agilità, facilità di utilizzo e flessibilità

La scelta di BPER Banca è caduta su Liferay Digital Experience Platform per le sue caratteristiche di agilità, facilità di utilizzo e flessibilità.

L'implementazione è stata curata in modo altrettanto efficace da SMC, storico partner di Liferay in Italia. La soluzione creata presenta le seguenti funzionalità:

- Content management avanzato
- Una chat basata su albero decisionale (DOTTI)
- Richieste di contatto e gestione contatti personalizzate

- Contenuti dinamici in base alle navigazioni, quindi alto livello di profilazione
- Landing page e mini siti in base alle esigenze di marketing
- Ricerca per filiale e SSO portale aziendale
- "Rimani aggiornato" tramite i post sui profili social

Il portale di BPER Banca è stato sviluppato per semplificare l'esperienza di navigazione da parte del cliente, in ottica mobile first. La trasformazione digitale, al giorno d'oggi, è una evoluzione imprescindibile per le aziende. Liferay DXP e l'expertise di SMC si sono rivelate in grado di garantire l'affidabilità e le performance per intraprendere al meglio tale evoluzione.

“

Grazie alla tecnologia Liferay, BPER Banca può oggi relazionarsi a clienti e prospect con nuove modalità. Questo rappresenta un supporto quanto mai concreto alle strategie di marketing e comunicazione.

Sabrina Bianchi,
Communication BPER Banca

Un progetto che ha coinvolto diverse funzioni aziendali

Il progetto è stato complesso perché ha coinvolto diverse funzioni aziendali, in particolare i Sistemi Informativi e il Marketing, portatori di esigenze diverse. Time-to-market, ergonomia, presentazione moderna ed efficace per le esigenze di business dovevano garantire comunque controllo, affidabilità e robustezza dal punto di vista IT, e il progetto ha potuto conciliare tutte le richieste grazie alle funzionalità messe a disposizione da Liferay.

La scelta della piattaforma Liferay, inoltre, ha permesso di risolvere il problema della scalabilità, variabile in base alle singole esigenze. Non da meno, ha risolto il problema del Time to Market, con una riduzione drastica dei tempi di attesa per la messa online di soluzioni studiate ad hoc per i clienti della banca.

Nuove modalità di comunicazione verso clienti e prospect

Il vantaggio più evidente dell'utilizzo di Liferay è stata la sua immediatezza, abbinata alla scalabilità.

La soluzione si è rivelata particolarmente intuitiva, semplice da implementare e da mettere a punto, con benefici particolarmente significativi in termini di tempi di implementazione, decisamente ridotti rispetto alle esperienze passate di BPER Banca.

Dopo nove mesi dalla implementazione, è stato registrato un raddoppio nel numero dei contatti, con una quantità di sessioni pari a 25 milioni. Oltre all'incremento della generazione di lead,

c'è stato un miglioramento nel posizionamento sui motori di ricerca e il sito è stato premiato agli Interactive Key Awards 2018 come miglior portale per la categoria "Banking & Insurance".

Oggi, BPER Banca è in grado di soddisfare tutte le esigenze espresse dagli utenti di business, con un sito attraente, che sfrutta tutti i meccanismi più moderni come chatbot, audience targeting, animazioni e filmati.

“Grazie alla tecnologia Liferay, BPER Banca può oggi relazionarsi a clienti e prospect con nuove modalità. Questo rappresenta un supporto quanto mai concreto alle strategie di marketing e comunicazione. Il lato più concreto di tutto questo lo si vede quando il marketing può intraprendere da un giorno all'altro delle nuove campagne digital”, aggiunge Sabrina Bianchi, Communication BPER Banca.

Per maggiori informazioni contatta sales@liferay.com.