

Analisi Filiali Banca Estesa: Confronto I° Trim. 2014 vs periodi precedenti

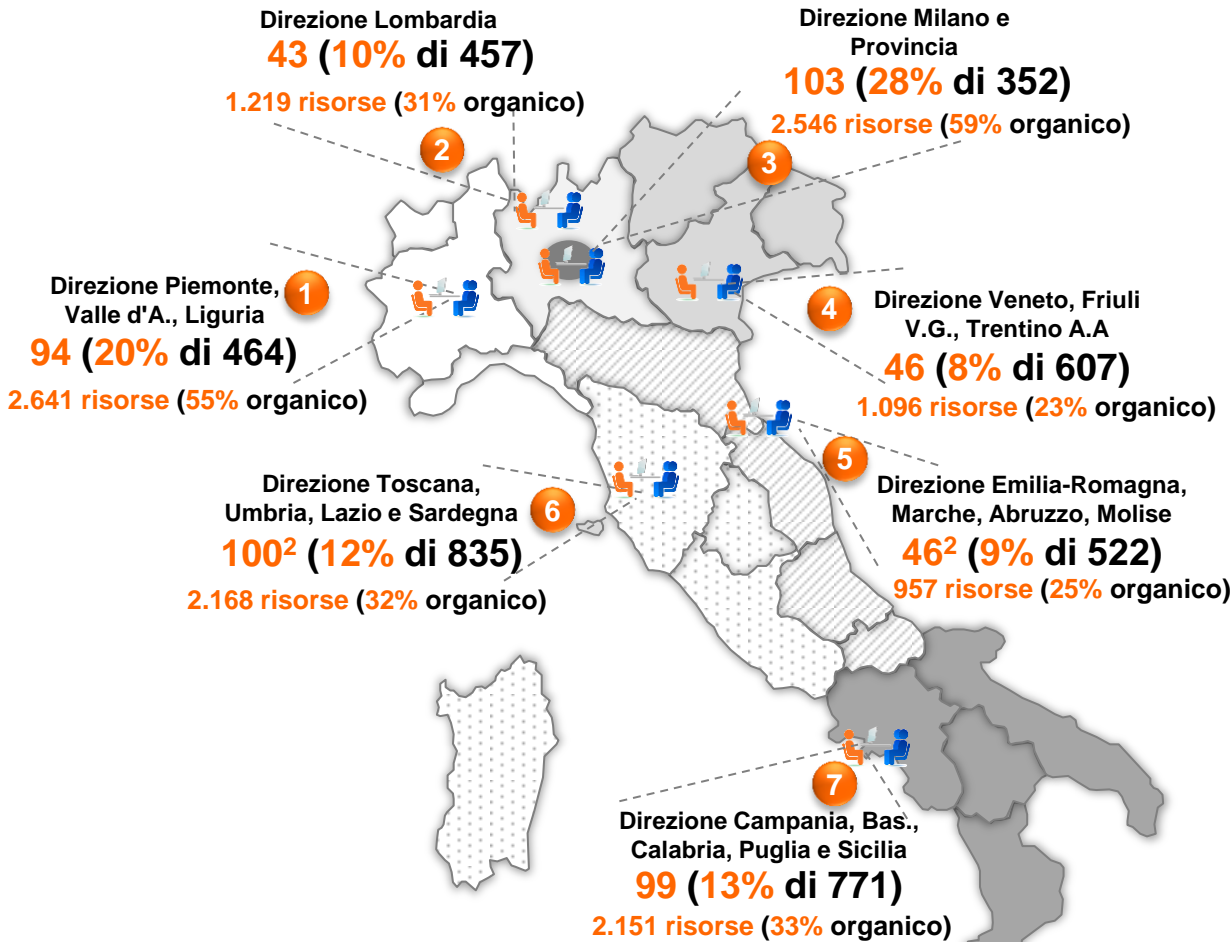
Direzione Pianificazione e Controllo di Gestione

Incontro con le OO.SS.

Milano, 29 maggio 2014

Numerosità e distribuzione delle Filiali di Banca Estesa nel I trimestre 2014

Filiali BE¹ per Direzione Regionale (I trim. 2014)



Tot. Filiali Banca Estesa²: **531** (13% di 4.008) (I trim '14)

Tot. Organico **12.780** (37% di 35.000) *perimetro Retail*

Aperture Filiali BE per DR e trimestre

	1	2	3	4	5	6	7
I trim. 2013	+49	+17	+62	+36	+25	+44	+57
II trim. 2013	+19	+12	+27	+6	+10	+26	+22
III-IV trim. 2013	+24	+14	+14	+3	+10	+30	+20
I trim. 2014	+2	-	-	+1	+1	-	-
Tot. Mar.'14	94	43	103	46	46²	100²	99

1. Si considerano le Filiali Retail a livello di Divisione Banca dei Territori con e senza autonomia contabile. Il perimetro delle BE riguarda le Filiali attualmente monitorate in Dialogo Commerciale
2. Il 6.12.2013 sono state accorpate 2 Filiali: Roma - Piazza di Spagna e S. Benedetto del Tronto

indicatore di intensità di relazione in crescita..

- **Crescita significativa del numero di contatti** (es. telefonate) e **incontri medi giornalieri per addetto** sulle Filiali di Banca Estesa nel **periodo 2012 – I° trim. 2014**, in particolare su **contatti giornalieri** (+ 70%; 5,47 nel I trim. 2014 vs. 3,22 nel 2012), su **incontri giornalieri** (+34%; 3,66 vs. 2,74) e su **valorizzazione economica dei successi** (+39%; 290€ vs. 208€)

...e in media più elevati dei valori delle filiali ordinarie

- Nel 2013 **oltre il 50%** delle **Filiali BE** ha ottenuto risultati sugli **indicatori di intensità della relazione e di efficacia commerciale** (successi giornalieri per addetto e valorizzazione economica di tale successo in un orizzonte annuo) **più elevati** rispetto ai **valori medi registrati** nelle Filiali **ordinarie** (vs. 28% ordinarie)

Cross selling e presidio clienti maggiori delle filiali ordinarie

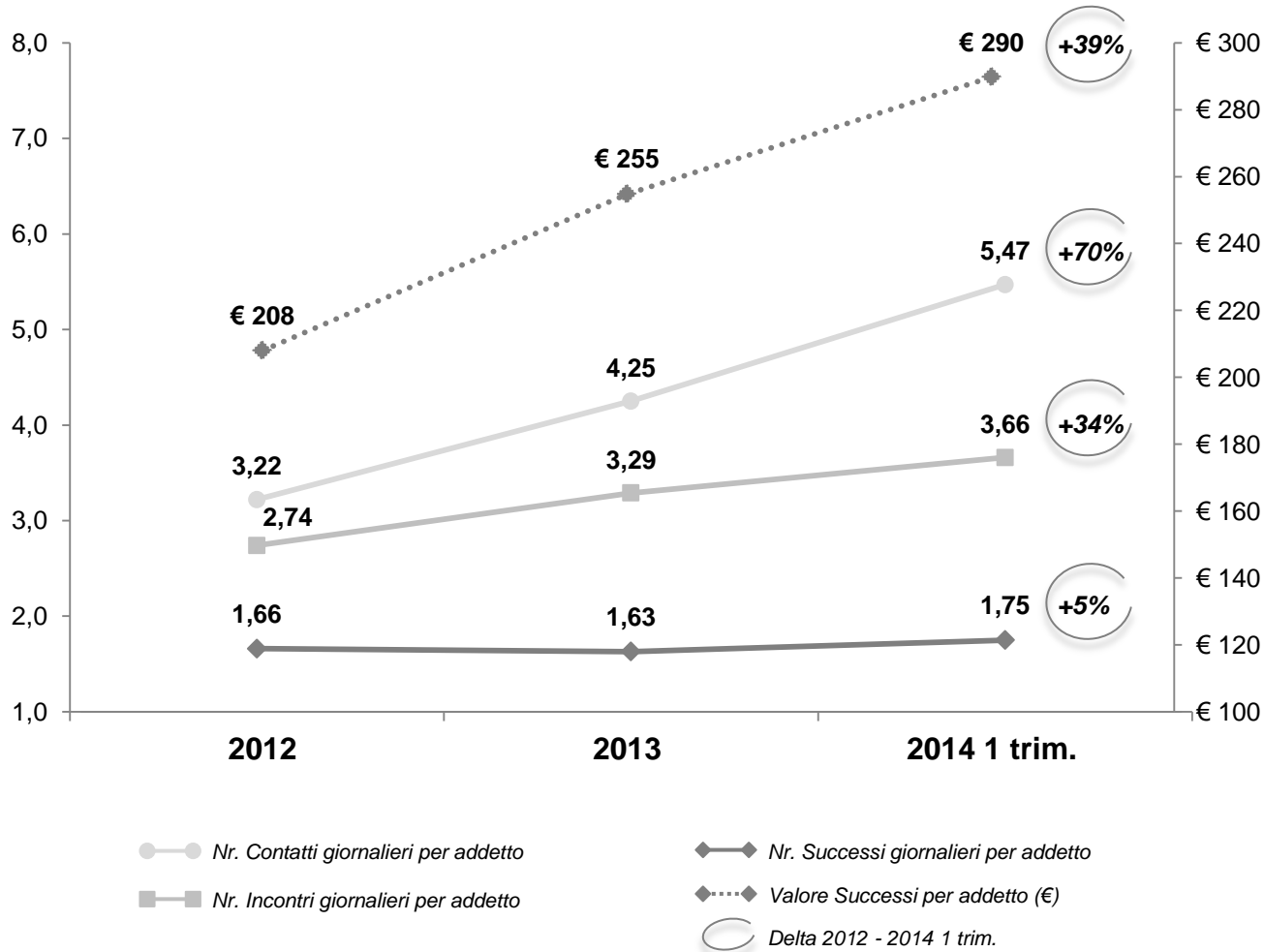
- L'**indicatore dell'estensività dell'offerta (Cross selling)** delle **Filiali BE** su **tutte le figure commerciali** risulta essere **più elevato** rispetto alle filiali **ordinarie** ed in **crescita** rispetto al 2013
- L'**indicatore del presidio base clienti** evidenzia la percentuale di clienti contattati, incontrati o su cui si è rilevato un **successo rispetto al totale dei clienti** presenti nei portafogli. **Tale indicatore** risulta essere **più elevato** rispetto alle filiali **ordinarie** e in **aumento** complessivo rispetto al **2013**

Nel I trimestre 2014 le Filiali Banca Estesa esprimono in media una maggiore intensità commerciale rispetto ai dati medi annui registrati sia nel 2012 sia nel 2013

Andamento indicatore di intensità di relazione Filiali BE

[2014: dati medi giornalieri dal 02.01 al 06.04.2014]

[2013-2012: media annua dati medi giornalieri]



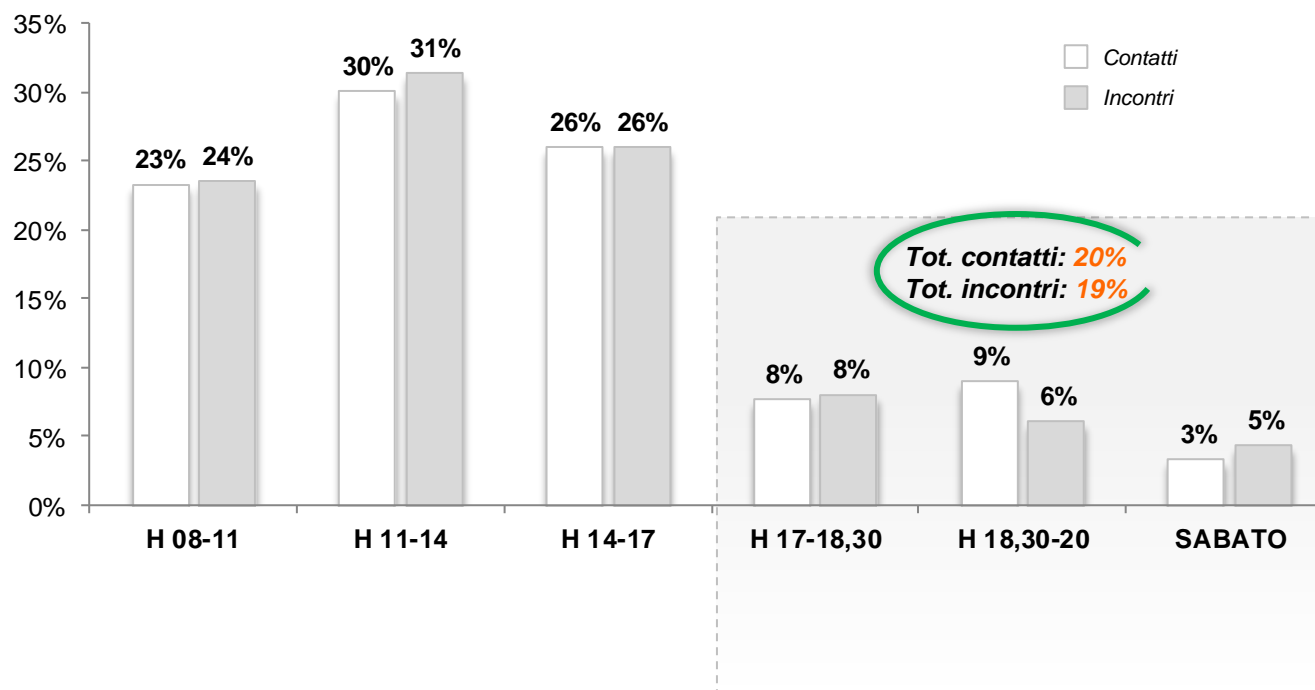
- **L'indicatore di intensità di relazione delle Filiali Banca Estesa risulta in crescita nel I trimestre 2014 sia rispetto al 2012 (valori registrati prima della partenza del progetto), sia rispetto al dato medio 2013**
- In particolare nel periodo di analisi si evidenziano **crescite significative** degli indicatori di **contatto (+70%)**, di **valore economico dei successi (+39%)** e di **incontro (+34%)**; più **stabile l'andamento del nr. successi giornalieri per addetto**

Nota: valori 2012 calcolati sul perimetro di Filiali BE in essere al 31 dicembre 2013

Il ~20% dei contatti ed incontri effettuati tra giugno 2013 e marzo 2014 hanno avuto luogo in fasce serali o il Sabato

Distribuzione contatti e incontri giugno '13 – marzo '14 per fascia oraria

[Totale contatti e incontri registrati dal 03.06.2013 al 06.04.2014 per ogni fascia oraria]

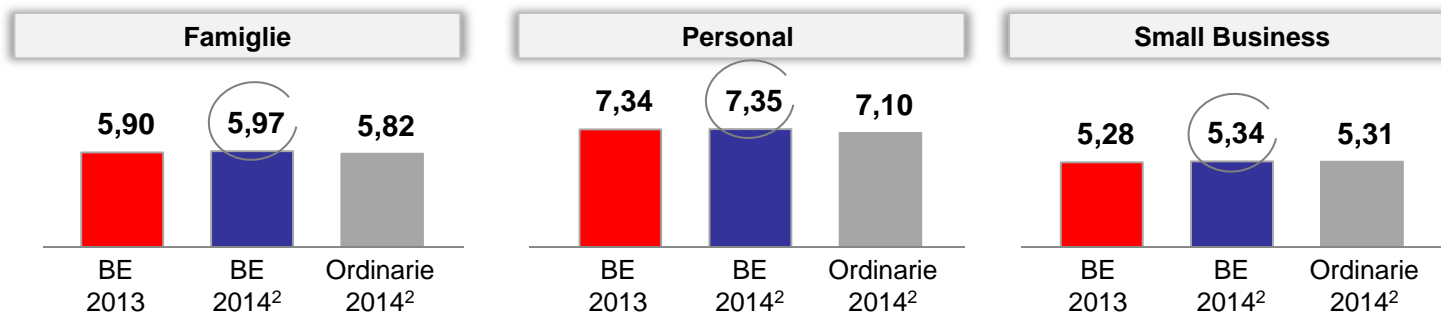


- Osservando la distribuzione complessiva dei **contatti ed incontri** tra **giugno 2013 e marzo 2014**, il **20%** del totale **contatti** e **19%** del totale **incontri** sono stati **effettuati nelle fasce orarie serali o il Sabato**

Anche gli indicatori di Cross-Selling e Presidio base clienti delle Filiali BE risultano in crescita rispetto al 2013 e mostrano valori più elevati rispetto alle Filiali ordinarie¹

Cross-Selling figure commerciali

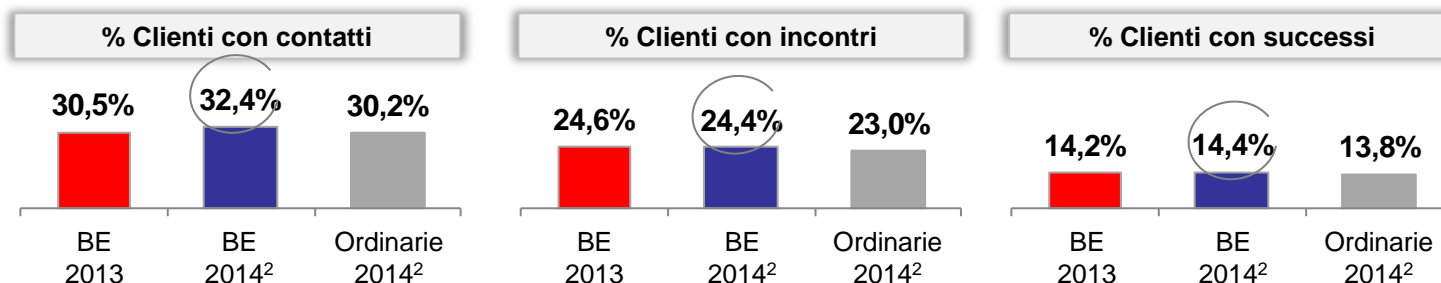
[2014: dati medi giornalieri marzo]
[2013: dati medi giornalieri dicembre]



■ Nelle Filiali BE il **Cross-Selling** è in crescita **su tutte le figure commerciali** rispetto ai valori medi registrati nel dicembre 2013, e presenta **valori più alti** rispetto alle Filiali ordinarie

Presidio base clienti³

[2014: dati trimestrali a marzo 2014]
[2013: medie dati 4 trimestri]



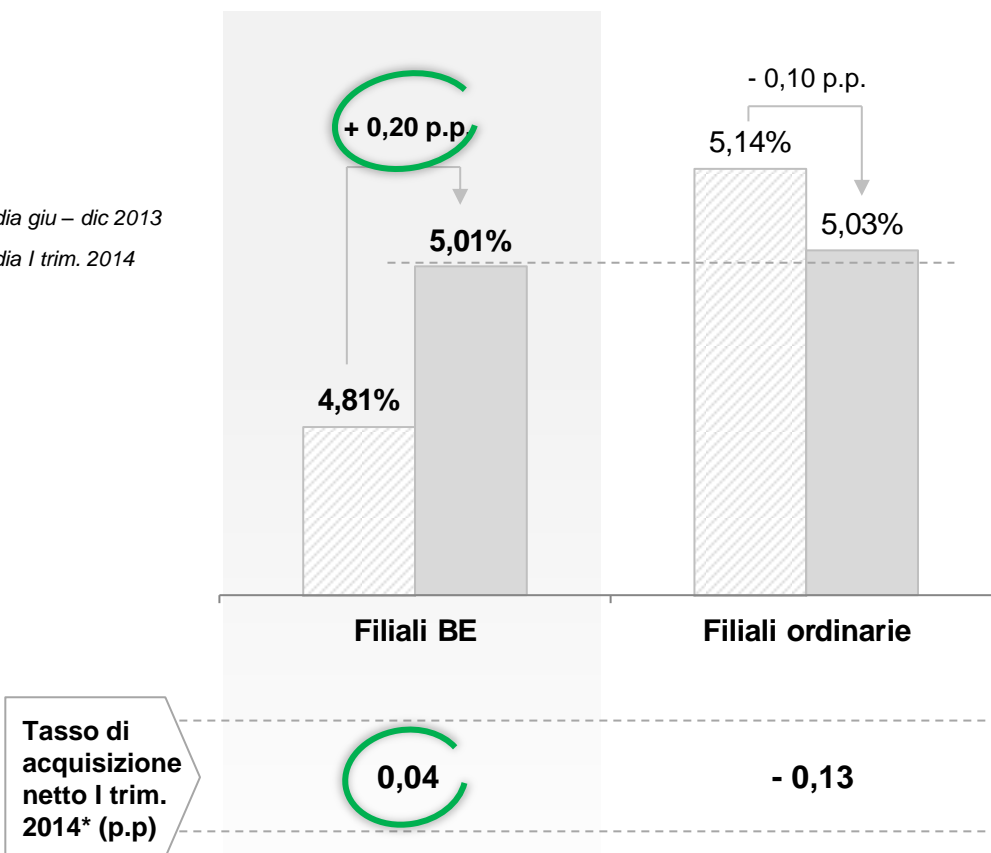
■ Anche gli indicatori di **presidio** clienti esprimono **valori più elevati** rispetto alle ordinarie e sono complessivamente **in crescita** rispetto al 2013

1. Considerate solo le Filiali non BE di medio-grandi dimensioni (tot. risorse >=7)
2. 1 trimestre 2014
3. Escluso il flusso alla cassa

Il tasso di acquisizione lordo delle Filiali BE è in crescita ed esprime un andamento migliore rispetto alle filiali ordinarie

Tasso di acquisizione nuova clientela (%)

▨ Media giu – dic 2013
■ Media I trim. 2014



- Il tasso di **acquisizione** clientela delle **Filiali BE** è passato **dal 4,81%** (media 2013) al **5,01%** (media I trim. 2014), **allineandosi** contestualmente al tasso medio registrato sulle **Filiali ordinarie** (variazione: -0,10 p.p.)
- Il **tasso netto di acquisizione** nuova clientela relativo al I trim. 2014 è **positivo** (+ 0,04 p.p.) mostrando un risultato **migliore rispetto alle ordinarie** (-0,13 p.p.)

* Al netto del tasso di abbandono