

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

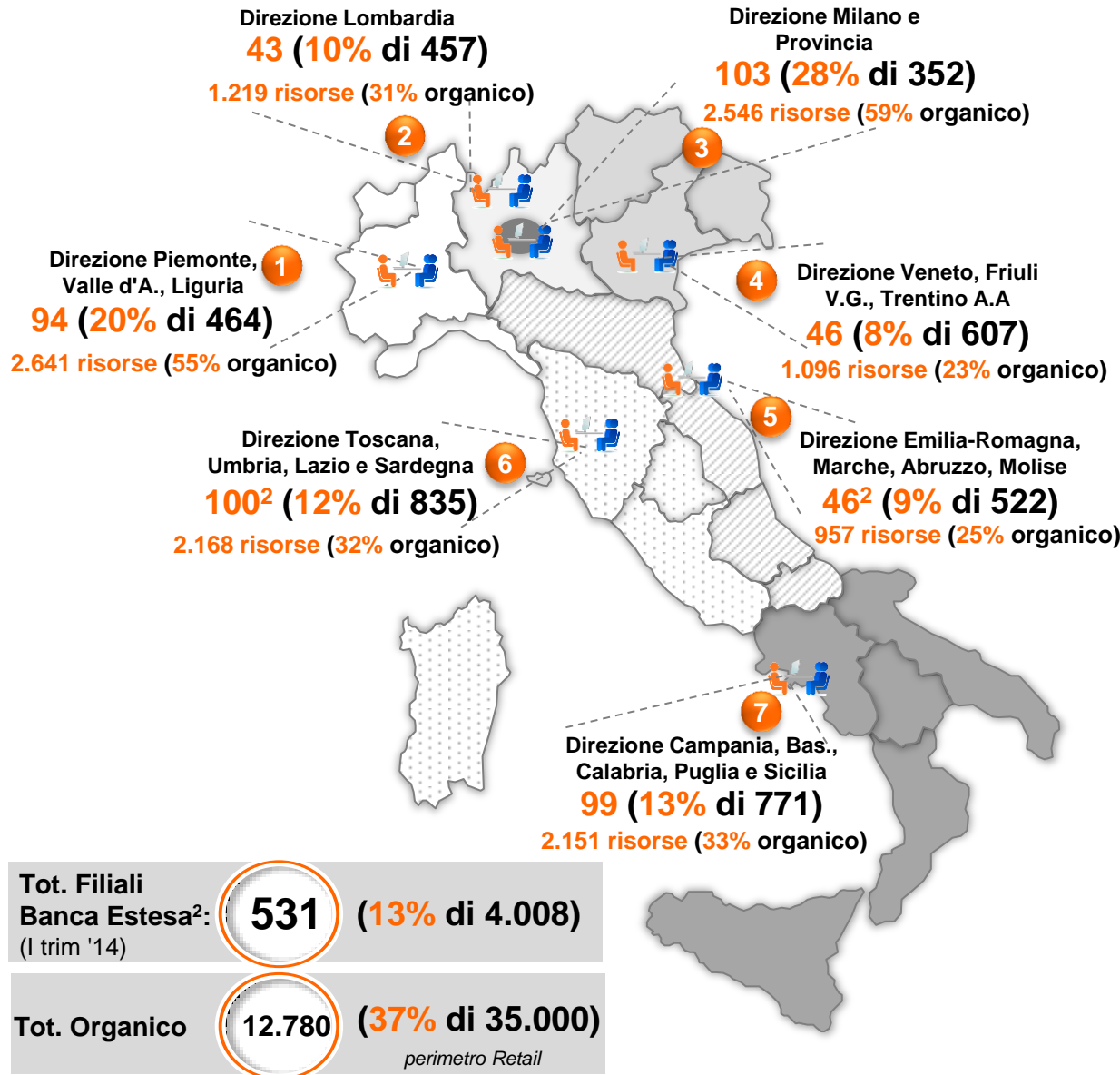
Direzione Pianificazione e Controllo di Gestione

**Incontro con le OO.SS.**

**Milano, 29 maggio 2014**

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

## Filiali BE<sup>1</sup> per Direzione Regionale (I trim. 2014)



## 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	-	-
<b>Tot. Mar.'14</b>	<b>94</b>	<b>43</b>	<b>103</b>	<b>46</b>	<b>46<sup>2</sup></b>	<b>100<sup>2</sup></b>	<b>99</b>

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

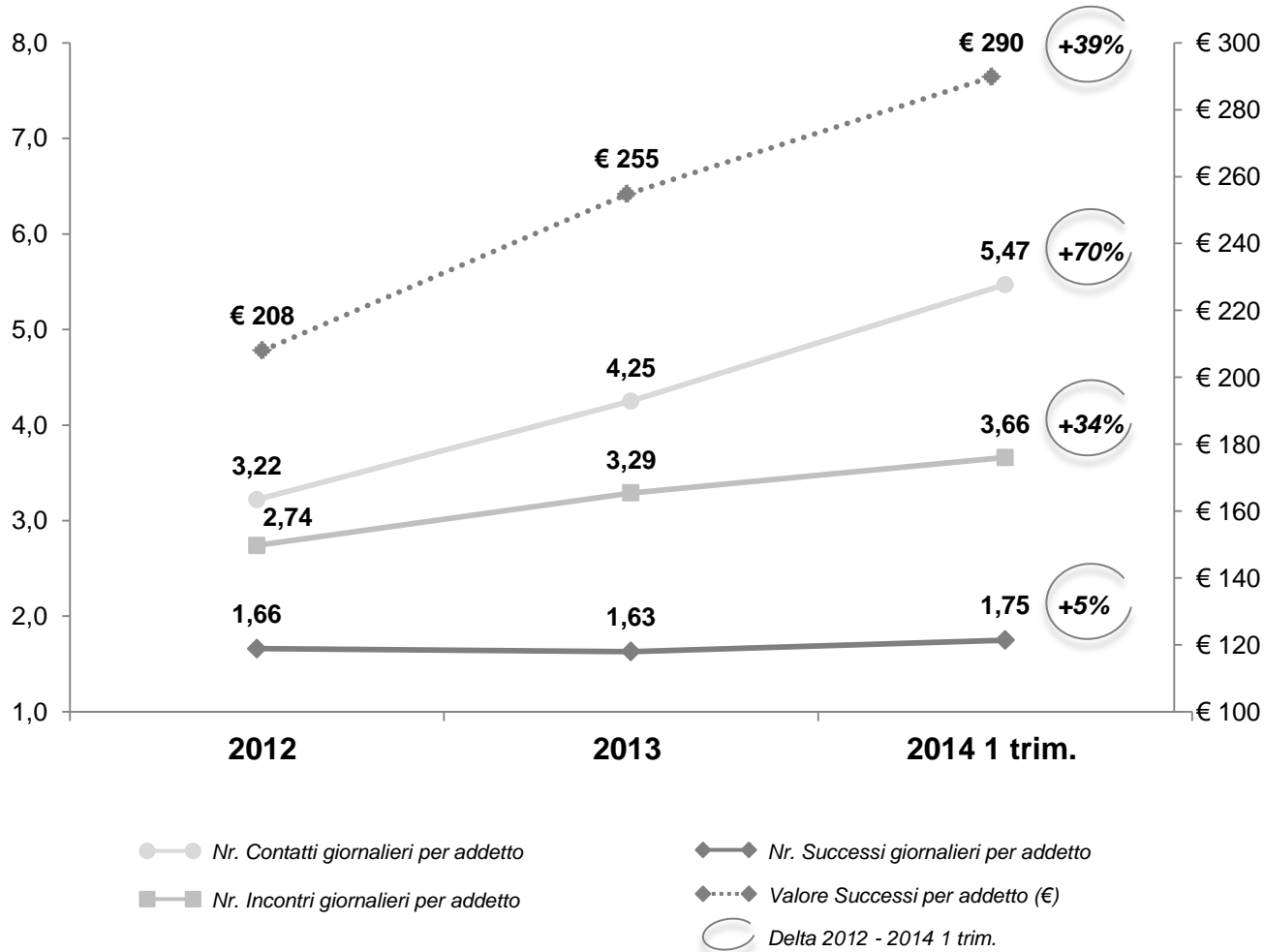
- L'**indicatore dell'estensività dell'offerta (Cross selling)** delle **Filiali BE** su **tutte le figure commerciali** risulta essere **più elevato** rispetto alle filiali **ordinarie** ed in **crescita** rispetto al 2013
- L'**indicatore del presidio base clienti** evidenzia la percentuale di clienti 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]



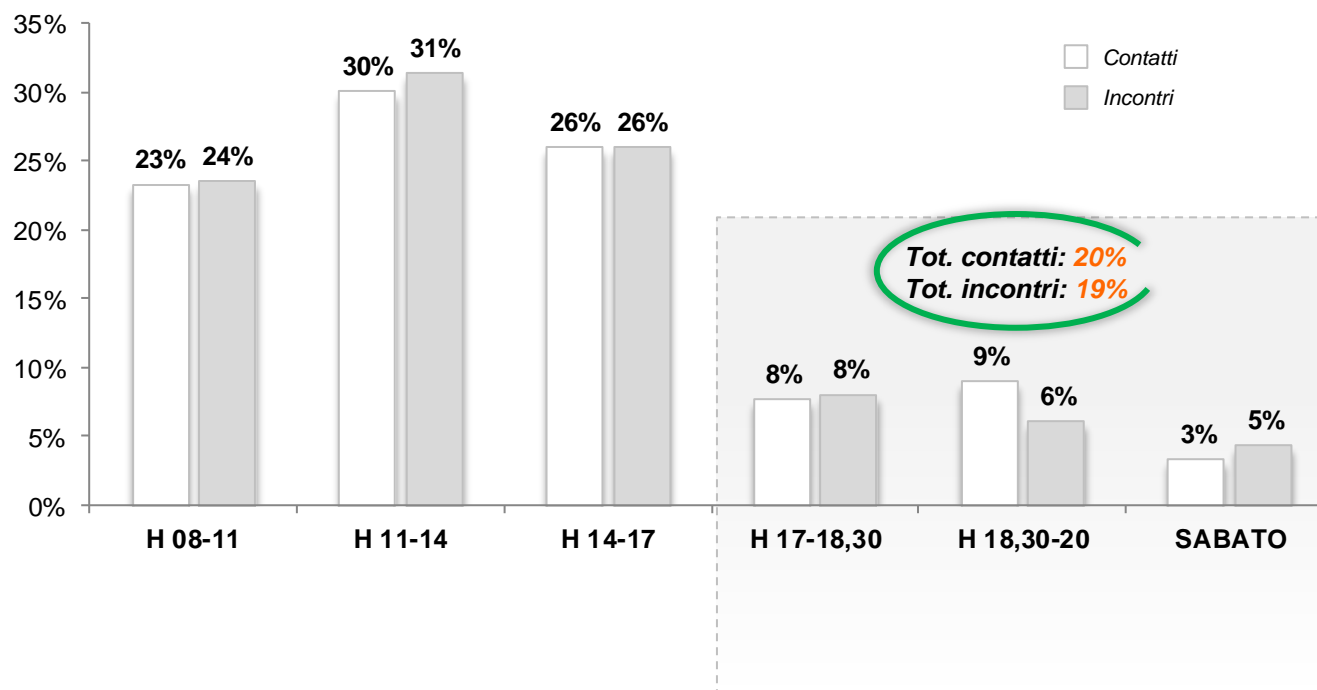
- **L'indicatore di intensità di relazione delle Filiali Banca Estesa risulta in crescita nel I trimestre 2014 sia rispetto al 2012 (valori registrati prima della partenza del progetto), sia rispetto al dato medio 2013**
- In particolare nel periodo di analisi si evidenziano **crescite significative** 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]

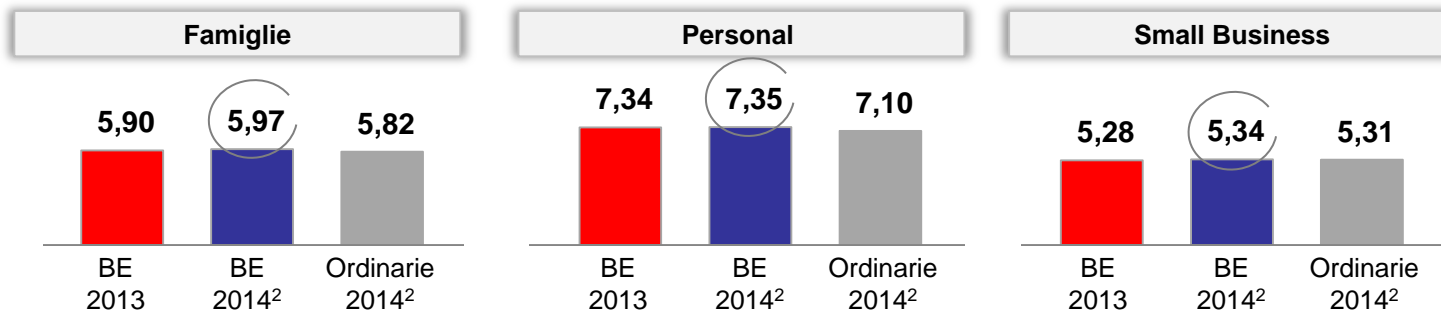


- Osservando la distribuzione complessiva dei **contatti ed incontri** tra **giugno 2013 e marzo 2014**, il **20%** del totale **contatti** e **19%** del totale **incontri** sono stati **effettuati nelle fasce orarie serali o il Sabato**

# 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 ordinarie<sup>1</sup>

## Cross-Selling figure commerciali

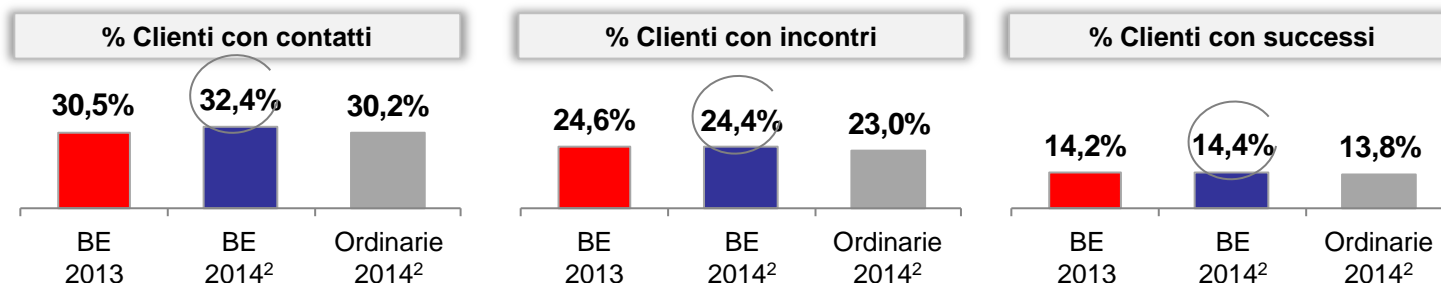
[2014: dati medi giornalieri marzo]  
[2013: dati medi giornalieri dicembre]



- 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 clienti<sup>3</sup>

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



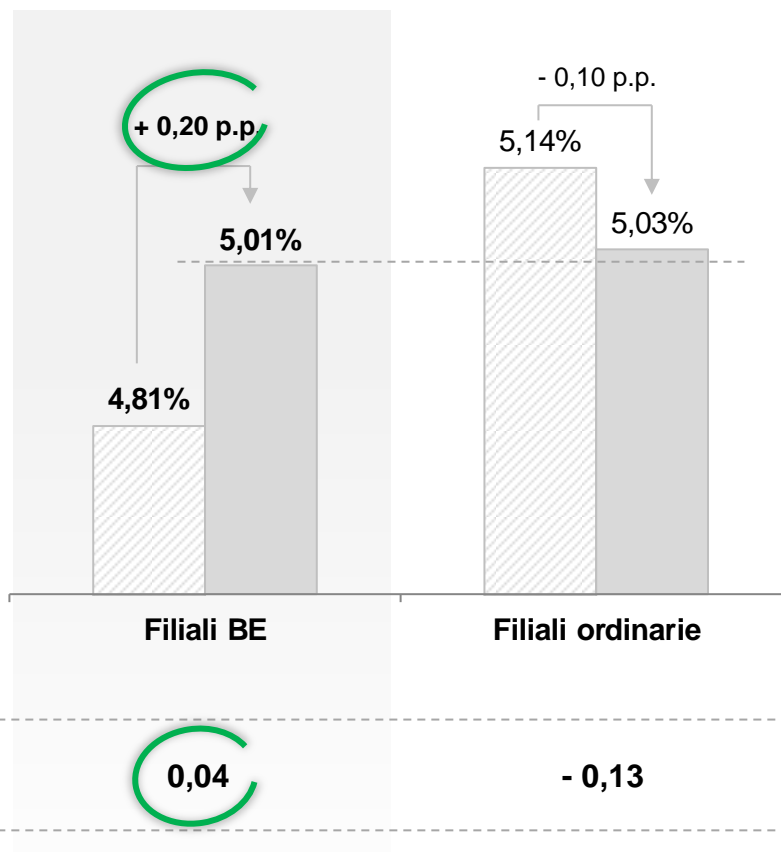
- Anche gli indicatori di **presidio** clienti esprimono **valori più elevati** rispetto alle ordinarie e sono complessivamente **in crescita** rispetto al 2013

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



Tasso di acquisizione netto I trim. 2014\* (p.p.)

- 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