

ING Direct Australia collabora con IBM per attrarre un pubblico più giovane di clienti online e di mobile banking

ING attira nuovi clienti e li aiuta a gestire le spese quotidiane e a pianificare il loro futuro economico, anche in movimento

ARMONK, NY e TAMPA, FL - 23 mag 2016: IBM (NYSE: IBM) ha annunciato una collaborazione con ING Direct Australia per attrarre, coinvolgere e fidelizzare i giovani, attenti consumatori digitali del mondo di oggi. ING Direct sta dando un deciso impulso alla propria crescita con l'offerta di servizi bancari personalizzati per clienti online e mobili, esattamente nel momento in cui ne hanno più bisogno, grazie al supporto di IBM.

I consumatori australiani sono tra i maggiori utilizzatori al mondo del mobile banking, per questo motivo le aziende vogliono offrire una gamma di servizi personalizzata e ricca di funzionalità, nonché campagne in grado di soddisfare le loro esigenze. ING DIRECT si è rivolta a IBM per coinvolgere in modo più efficace questi attenti consumatori digitali, tra i quali ci sono i millennials, che non si rivolgono più alle filiali "fisiche" ma utilizzano ormai quasi esclusivamente contatti online e i propri dispositivi mobili per effettuare operazioni bancarie.

Ora ING Direct è in grado di raccogliere una serie di insight sulle modalità con cui un cliente interagisce con l'azienda, che si tratti di web, di dispositivi mobili o di un call center, e quindi di offrire consigli sui propri prodotti, offerte personalizzate o informazioni di servizio ritagliate su misura per le varie esigenze, quotidiane e future, di servizi bancari. Grazie a IBM, ING può creare messaggi personalizzati per oltre un milione di clienti attuali e potenziali ogni mese, permettendole di raddoppiare la sua percentuale di acquisizione clienti rispetto all'anno precedente.

"La combinazione di digital disruption, di una concorrenza sempre più serrata e di crescenti aspettative dei consumatori sta creando una grande opportunità per ING Direct per acquisire nuovi clienti e coinvolgere in modo più efficace quelli già esistenti," ha dichiarato Lisa Claes, Executive Director of Customer Delivery di ING Direct Australia *"Grazie alla collaborazione con IBM, siamo in grado di raccogliere insight utili sulle modalità di interazione e sulle preferenze dei consumatori e di connetterli immediatamente con le informazioni di cui hanno bisogno nel momento esatto in cui ne hanno bisogno. È proprio questo livello di servizio ad attirare i clienti e ad alimentarne la fedeltà".*

Grazie ad IBM, ING ha ridotto anche il tempo necessario per creare e realizzare ampie campagne pubblicitarie personalizzate: una campagna di dimensioni medie, che in passato richiedeva circa sei giorni di organizzazione, ora può essere realizzata in tre. Inoltre, ING ha apportato importanti miglioramenti al proprio call center. Oggi, quando i clienti premono il pulsante "chiama" nell'app mobile di ING, il team del servizio clienti personalizza la conversazione in base all'esatta situazione del cliente, in modo da poterne rapidamente soddisfare le esigenze; questa attenzione puntuale ha permesso a ING di aumentare i tassi di conversione del 120 per cento.

"Oggi facciamo tutto in movimento e i servizi bancari e finanziari non fanno eccezione. Ma con la mobilità non possiamo sacrificare la personalizzazione e l'orientamento del consumatore, che lo aiutano a prendere decisioni

corrette,” ha dichiarato Harriet Green, General Manager di Watson IoT, Commerce and Education di IBM. “Ora ING Direct è in grado di far vivere esperienze personalizzate attraverso i servizi bancari, per fidelizzare una nuova generazione di giovani clienti, essenziali per il futuro, una volta guadagnata la loro fiducia”.

IBM Commerce

IBM aiuta i professionisti (marketer, merchandiser e professionisti dell’e-commerce) a comprendere il comportamento dei clienti e ad utilizzare insight per offrire esperienze altamente personalizzate e rilevanti ad ogni contatto. Per ulteriori informazioni, cliccate qui e seguiteci su Twitter su @ibmcommerce e #ibmamplify.

<https://it.newsroom.ibm.com/2016-05-23-ING-Direct-Australia-collabora-con-IBM-per-attrarre-un-pubblico-piu-giovane-di-clienti-online-e-di-mobile-banking>