

MK

La rivista ABI di marketing e comunicazione in banca



indice 2021

Supplemento a
MK n. 6 - 2021
Bimestrale
dell'Associazione Bancaria Italiana
Nuova serie di
Lettera Marketing ABI
Rivista fondata nel 1981
ISSN 1594-4840

ABISERVIZI
BANCARIA
EDITRICE

indice 2021



NUMERO 1

	Pagina
<i>Giorgia Greco (ABI)</i> Monitoraggio ABI dei reclami	2
<i>Paolo Magnani (Gruppo Credem)</i> Educazione finanziaria e Generazione Z	10
<i>Paolo Zagaria, Oriana Angelucci (Prometeia)</i> L'Intelligenza Artificiale a supporto dell'Intelligenza Emotiva per l'ingaggio del cliente	16
<i>Federico Nespoli (ShopFully)</i> La trasformazione digitale al servizio del traffico in filiale	24
<i>A cura di CRIF</i> Rivoluzione digitale e transizione verde: nuovi journey per le PMI	30



NUMERO 2

<i>Simone Pizzoglio (BVA Doxa)</i> ESG, sostenibilità e clienti	2
<i>Federico Sforza (AideXa)</i> Con l'open banking le Pmi hanno un nuovo alleato	8
<i>Daniele Novello (GfK Italia)</i> Gli italiani e gli strumenti di pagamento: nuove abitudini e nuovi usi	14
<i>Giorgio Minguzzi (Merita.biz)</i> Corporate podcast: l'opportunità per coltivare relazioni	24
<i>A cura di CRIF</i> Ecosistemi collaborativi per una nuova esperienza digitale delle imprese	32



NUMERO 3

<i>Alessio Marchetti (Intesa Sanpaolo)</i> Dalla loyalty a un ecosistema di engagement per la clientela e i prospect	2
<i>Francesca Analdi (Ipsos), Federica Bertoncetti (AIPB)</i> Donne di alto profilo: investitrici oltre gli stereotipi di genere	10
<i>Sabrina Bianchi (BPER Banca)</i> L'ecosistema di misurazione della comunicazione	18
<i>Vincenzo Cosenza (Buzzzoole)</i> Il settore finanziario e influencer marketing: un'opportunità da esplorare	24
<i>Andrea Martellone, Pietro Curtolillo (CRIF)</i> Piattaforme as a service, ecosistemi e nuovi modelli di business	30
<i>Sara Aguzzoni, Angela Tanno (ABI)</i> L'impegno delle banche per un futuro sostenibile	38
<i>A cura di CRIF</i> Le banche come propulsore della "trasformazione green"	46

NUMERO 4

Furio Camillo (Università di Bologna)
Crm psicografico, comunicazione profilata e transizione verso il post-Covid

Angela Maria Bracci (ABI)
La trasparenza sulla sostenibilità nei servizi finanziari

Andrea Ferrigno (illimitybank.com)
La business analytics a servizio della clientela retail

Ildegarda Ferraro (ABI)
La comunicazione interna è già nella nuova normalità

Angelo Lo Ponte (Teads Italia)
L'inizio dell'era privacy first: sfide e opportunità delle strategie cookieless

A cura di CRIF
Open banking: mito o realtà?

Pagina

2

12

20

26

34

38



NUMERO 5

Gaia Passamonti (Storytelling specialist), Damiano Crognali (Giornalista e podcaster)
I podcast: efficacia comunicativa e contenuti per le banche

Riccardo Brizzi (Banca Sella S.p.A.)
L'assistente virtuale al servizio del cliente

Andrea Coppini (Gruppo Bancario Cooperativo Iccrea)
Allineamento Business IT, un fattore chiave per la trasformazione digitale

Domenico Buonocunto (Banca di Credito Cooperativo di Roma)
MamHabitat, il microcredito sociale da strumento finanziario a mezzo di promozione sociale

A cura di CRIF
Nuovi driver AI based per la crescita del modello Bancassurance

2

12

20

26

32



NUMERO 6

Francesco Ricotta, Angelo Baccelloni (Sapienza Università di Roma)
Algoritmi di raccomandazione e reti di influenza implicite

Livio Gigliuto (Istituto Piepoli)
Giovani e baby boomers: generazioni a confronto

Domenico Tarantino, Niccolò Stamboglis (InfoCamere S.C.p.A.)
Diversity wins? La nuova imprenditoria letta attraverso i dati del Registro Imprese

Vincenzo Ricca (VVA Market Research)
Perennials & Lifecyclers: quale modello di empathic finance per i Senior?

A cura di CRIF
Cyber risk e protezione per imprese e consumatori

2

14

20

36

46



MK

La rivista ABI di marketing e comunicazione in banca



MK la rivista per tutti coloro che lavorano sulle tematiche della relazione banca-cliente

MK propone un continuo dibattito per ottimizzare la relazione banca-cliente, affrontando temi quali: i trend della domanda, la segmentazione, il CRM, le tecniche di fidelizzazione e di vendita, la redditività del cliente, la Customer Satisfaction e Experience, i social media, i reclami, la qualità, la multicanalità, l'Internet banking, i Promotori finanziari...

MK riserva ampio spazio al monitoraggio delle strategie di innovazione delle banche italiane e all'osservazione delle realtà estere; ospita i risultati di importanti ricerche ABI e il contributo di autorevoli esperti del settore

MK rappresenta un canale di comunicazione privilegiato anche per tutte le aziende che offrono agli intermediari finanziari prodotti e servizi nell'area del marketing commerciale, della distribuzione, dell'innovazione finanziaria, della tecnologia, della comunicazione

- Abbonamento annuo Italia € 50,00
- Abbonamento annuo Estero € 80,00
- Prezzo di un fascicolo € 12,00

ABISERVIZI  **BANCARIA EDITRICE**

Per info:
06 6767.395 - www.bancariaeditrice.it

Salita di S.Nicola da Tolentino, 13 • 00187 Roma