

Care Score 2008

Risultati delle rilevazioni

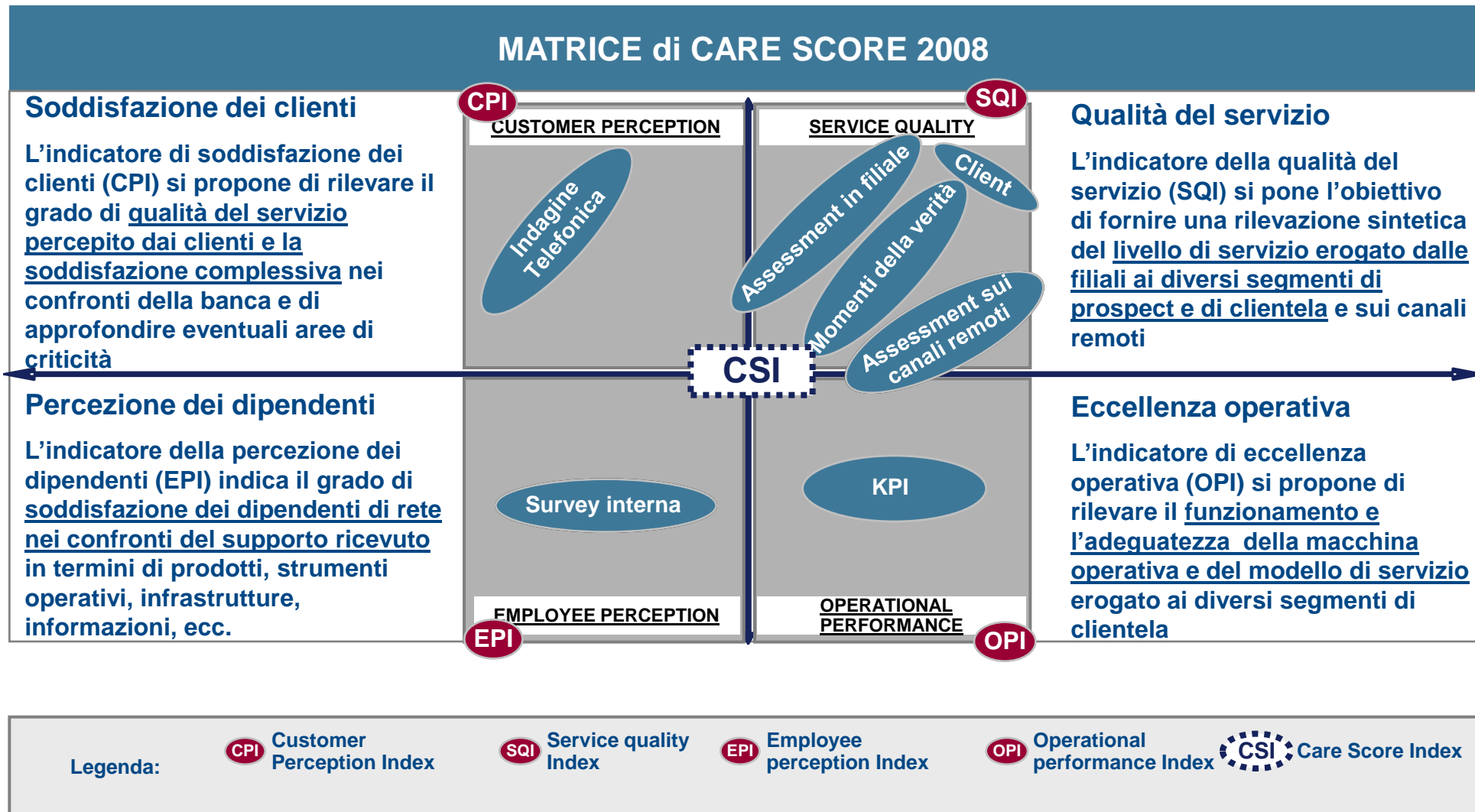
Siena

Final Report

Servizio CRM e Customer Experience
GRUPPOMONTEPASCHI

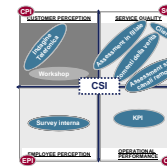
1	Summary
2	Q1: Customer Perception
3	Q2: Service Quality
4	Q3: Employees Perception
5	Q4: Operational Performance
6	CSI BMPS

Il progetto CareScore 2008, sulla base delle esperienze raccolte nel 2007, prevede alcune nuove soluzioni per la misurazione della qualità del servizio erogato alla clientela

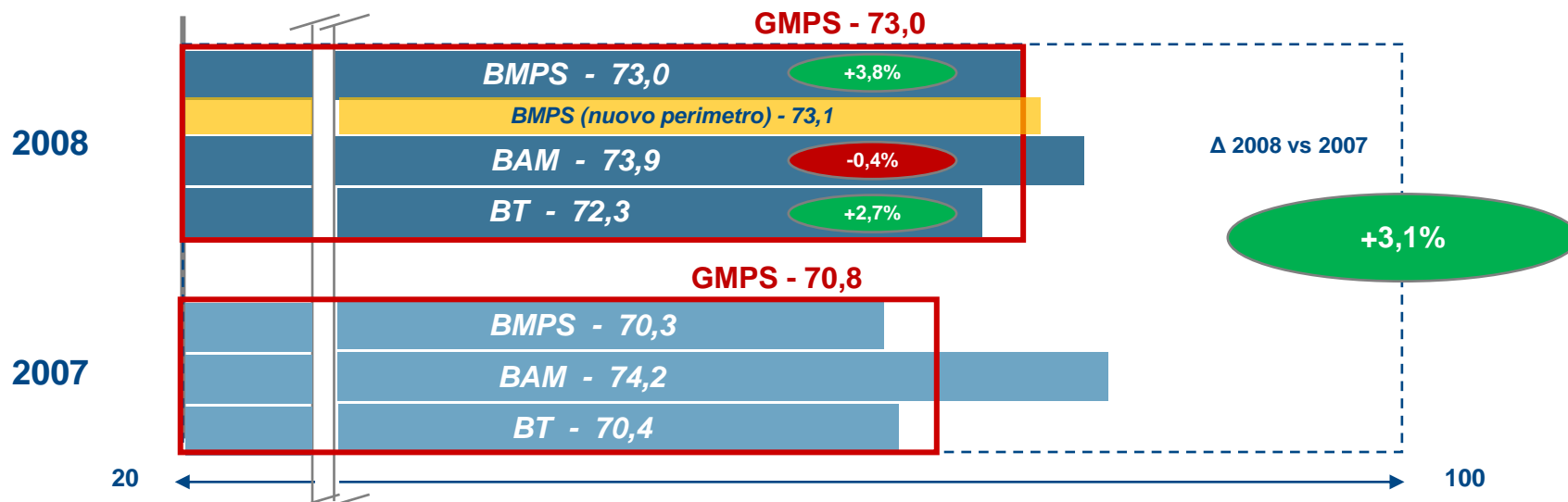


1	Summary
2	Q1: Customer Perception
3	Q2: Service Quality
4	Q3: Employees Perception
5	Q4: Operational Performance
6	CSI BMPS

La Qualità percepita dalla clientela risulta elevata, ed in aumento a livello di Gruppo di oltre il 3% rispetto al 2007



Customer Perception Index (CPI)



Commenti

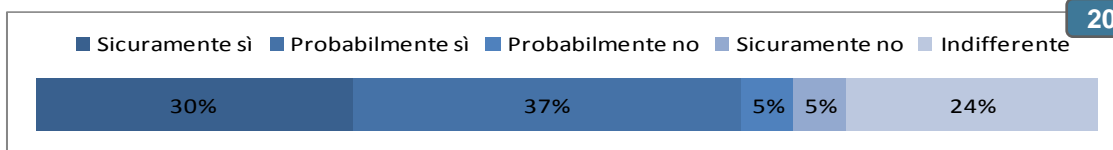
■ Il risultato complessivo è **migliorato** per **BMPS** e **BT**, mentre la qualità percepita dai clienti **BAM** è lievemente **diminuita**

Positivo il dato sul “passaparola”, il 73% dei clienti MPS consiglierebbe la Banca a conoscenti, mentre nel 2007 tale valore si attestava al 67%

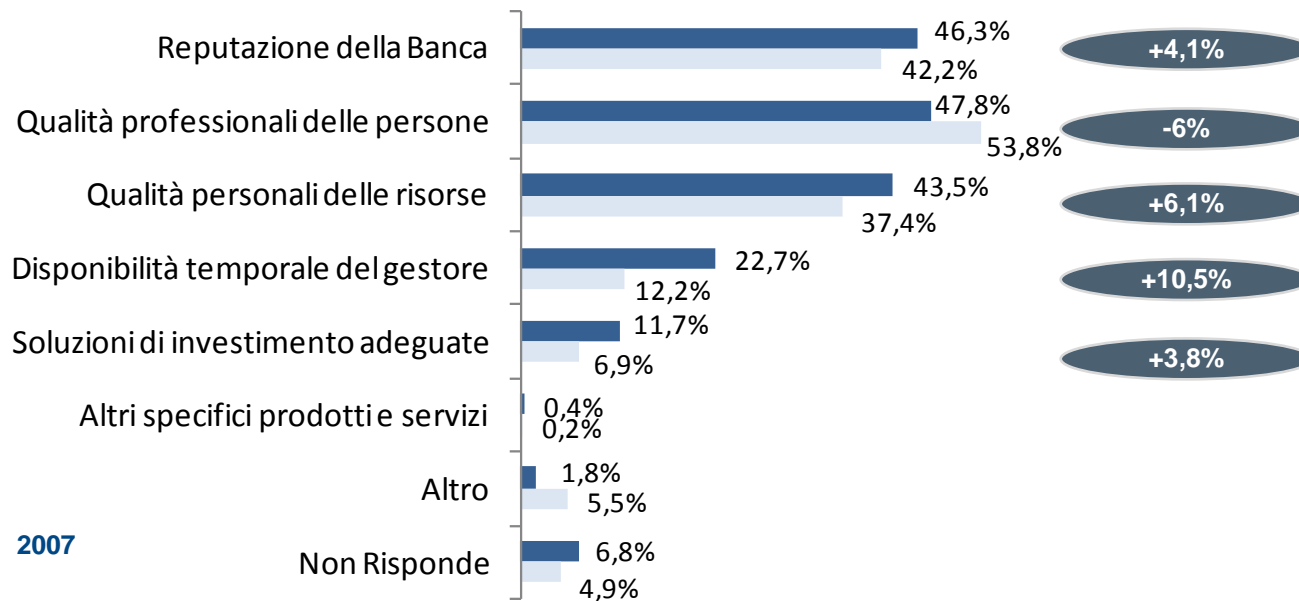
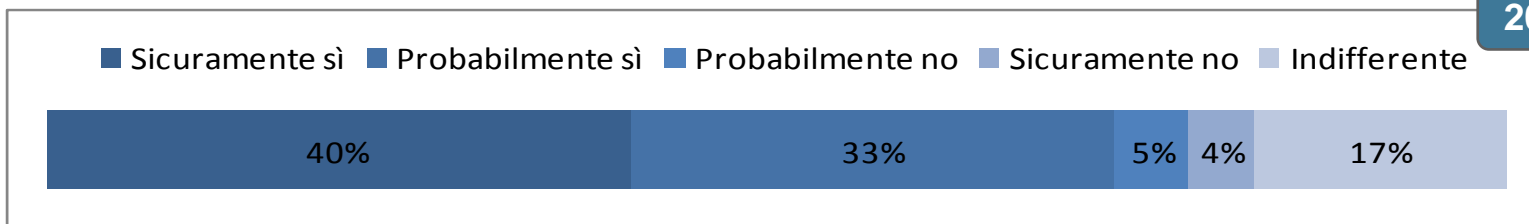
Distribuzione clienti per disponibilità a consigliare la Banca e relative motivazioni



2007



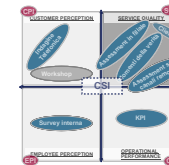
2008



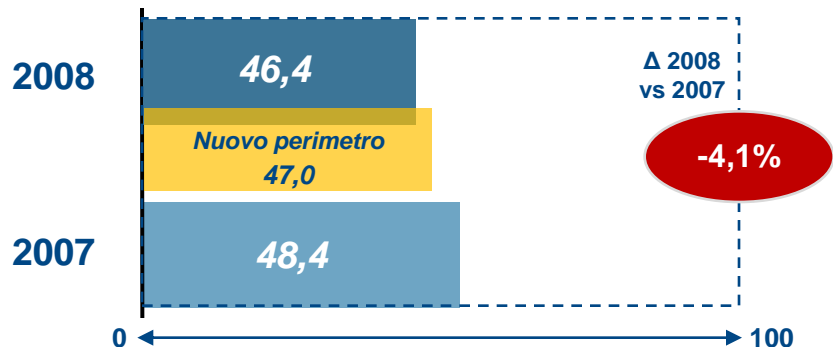
■ 2008 ■ 2007

1	Summary
2	Q1: Customer Perception
3	Q2: Service Quality
4	Q3: Employees Perception
5	Q4: Operational Performance
6	CSI BMPS

Il campione analizzato di BMPS mostra un indicatore SQI inferiore rispetto ai risultati 2007, con la componente più critica nella conoscenza dell'offerta della concorrenza



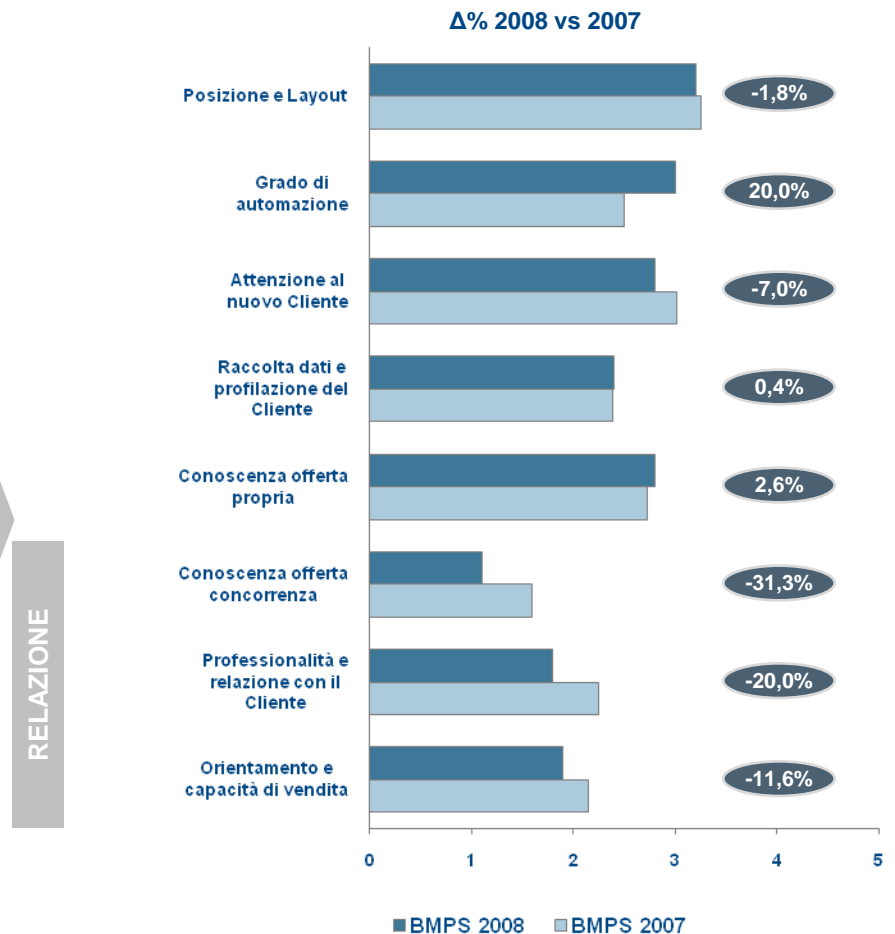
Service Quality Index (SQI)

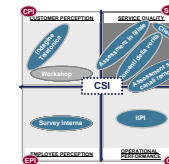


Commenti

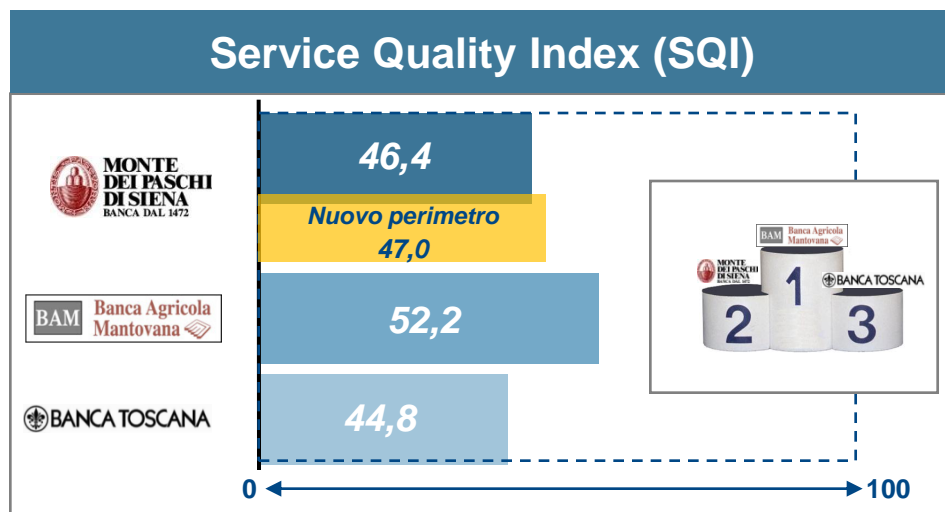
- BMPS evidenzia un **trend sostanzialmente stabile** nel livello di servizio erogato per singola componente
- Considerando il **nuovo perimetro** di filiali dopo l'integrazione di BAM il risultato **migliora leggermente**
- Si nota un **miglioramento** per le componenti "grado di automazione" e "conoscenza offerta propria"

Componenti dell'indicatore



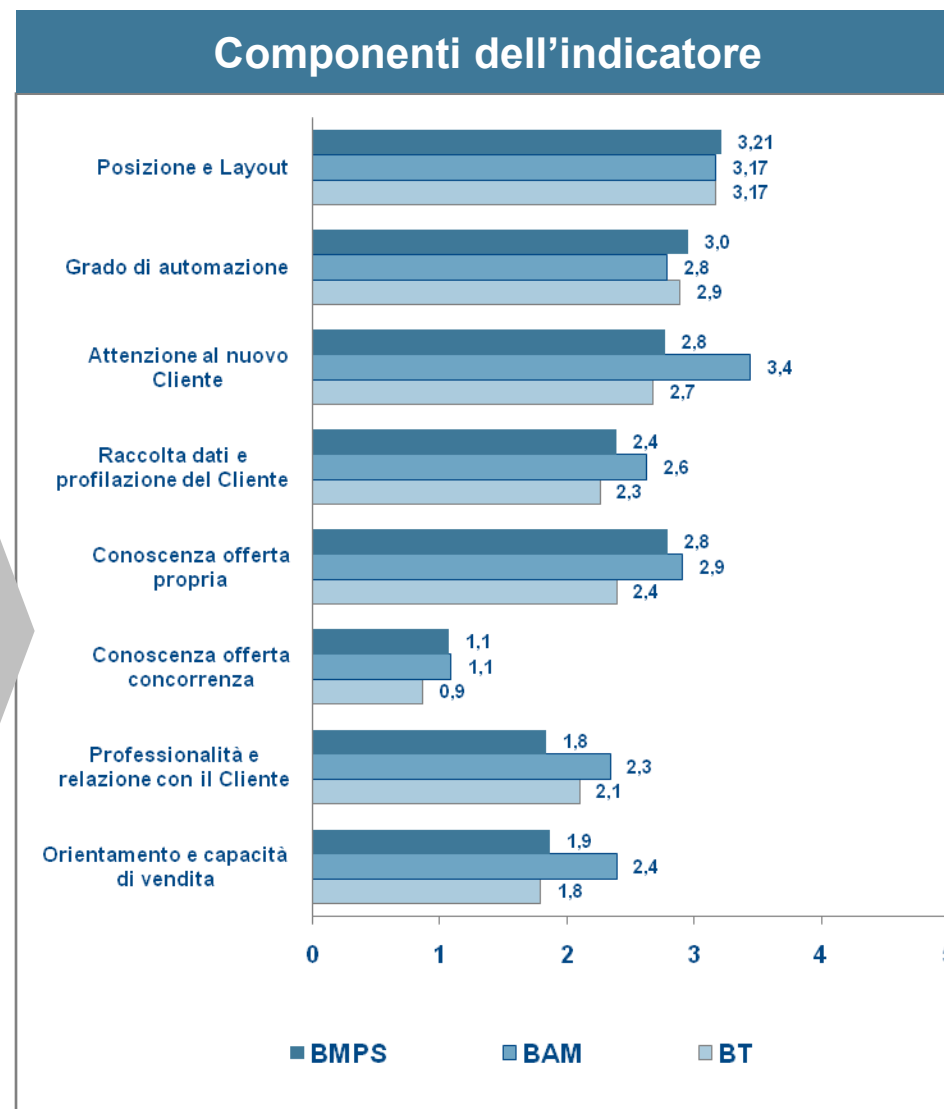


Il confronto delle tre banche del Gruppo evidenzia le migliori performance di BAM rispetto a BMPS e BT



Commenti

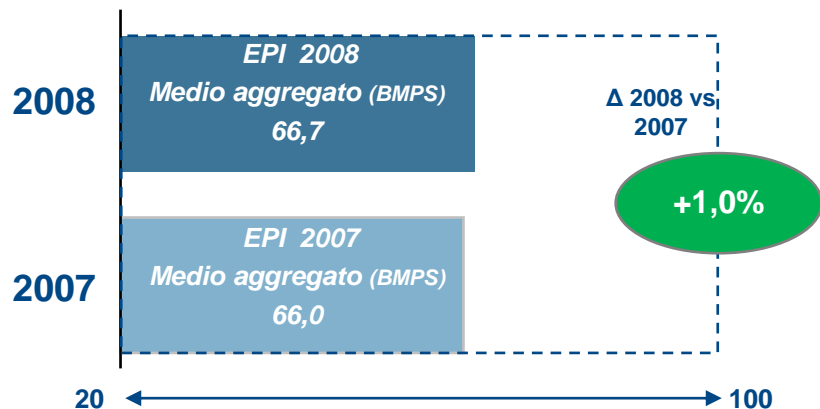
- Le componenti che evidenziano una performance migliore a livello di Gruppo sono la “posizione e layout” e il “grado di automazione”
- La componente in cui BAM ha un gap positivo maggiore rispetto alle altre due banche è l’”attenzione al nuovo cliente”
- Buone le performance di BAM rispetto alle altre due banche anche nella “professionalità e relazione” e nell’”orientamento e capacità di vendita”, nonostante i valori assoluti siano migliorabili



- 1 Summary
- 2 Q1: Customer Perception
- 3 Q2: Service Quality
- 4 Q3: Employees Perception**
- 5 Q4: Operational Performance
- 6 CSI BMPS

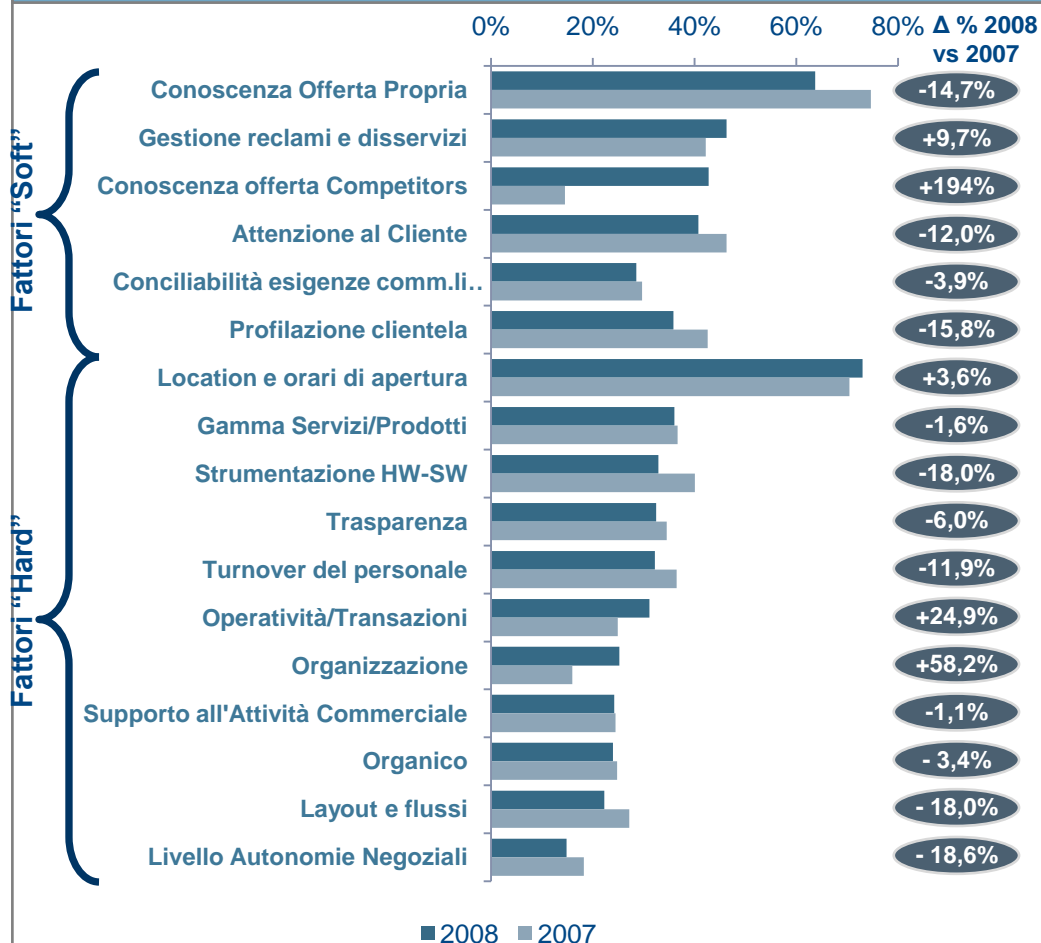
L'indice di percezione dei dipendenti di rete BMPS è rimasto complessivamente stabile rispetto al 2007

Employee Perception Index (EPI)



- La rete mostra minori livelli di soddisfazione per i “Supporti all’attività commerciale” e “Autonomie negoziali” e per le tematiche relative a “Layout” e “Organico”
- La percentuale di soddisfatti risulta invece molto aumentata rispetto al 2007 per quanto riguarda la “Conoscenza dei prodotti della concorrenza” e l’”Organizzazione”
- Di contro tale percentuale cala leggermente per la “Conoscenza dell’Offerta propria” e per l’”Attenzione al Cliente”, rimanendo comunque su livelli piuttosto alti

% rispondenti con giudizio positivo sull’item indicato



Indice

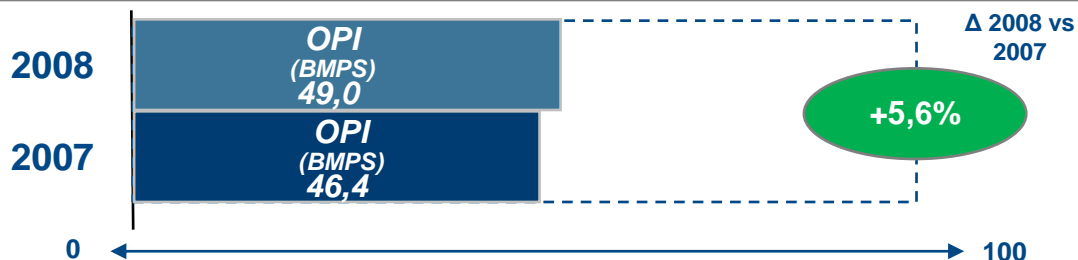
- 1 Summary
- 2 Q1: Customer Perception
- 3 Q2: Service Quality
- 4 Q3: Employees Perception
- 5 Q4: Operational Performance**
- 6 CSI BMPS

L'Operational Performance Index (OPI), che rappresenta sinteticamente il livello di efficienza operativa, risulta leggermente migliorato rispetto al dato 2007

Operational Performance Index: OPI



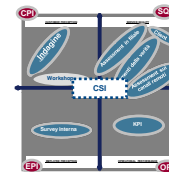
OPI medio BMPS e sue componenti



RECLAMI	↑	N° reclami /000 clienti Tempi di risposta
OPERATIVITA' ATM	↑	UpTime ATM N° Clienti / ATM N° Operazioni / gg / ATM
DIMENSIONAMENTI	↓	FTE teorici / FTE effettivi N° Clienti / FTE
MOD. DI SERVIZIO	↓	Indice di migrazione canali remoti Turnover Personale Freq. Di contatto Ore di formazione
TEMPI DI ACCESSO AL CREDITO	↑	Numero gg medi / istruttoria

1	Executive Summary
2	Q1: Customer Perception
3	Q2: Service Quality
4	Q3: Employees Perception
5	Q4: Operational Performance
6	CSI BMPS

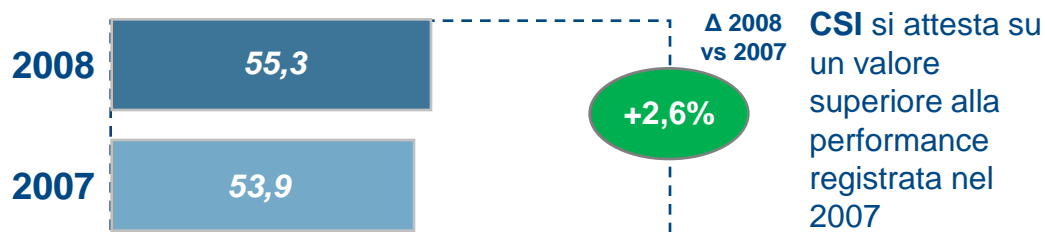
Il CareScore Index di BMPS è in aumento rispetto al dato 2007, soprattutto grazie alle buone performance di CPI e OPI



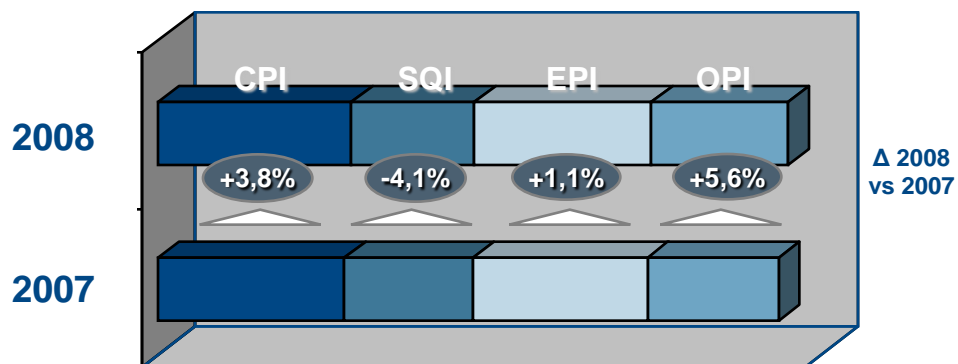
CareScore Index BMPS



CSI
Δ 2008 Vs 2007



Componenti – quadranti
Δ 2008 Vs 2007



Commenti



Il **CPI** nel 2008 ha mostrato un notevole incremento, raggiungendo valori elevati anche nei confronti del mercato



SQI ha invece mostrato una contrazione, in parte riconducibile alle operazioni straordinarie effettuate sulle reti nell'arco dell'anno



EPI, su un campione più ampio rispetto al 2007, si mostra sostanzialmente invariato, segnale di stabilità della percezione del Cliente interno



OPI manifesta un apprezzabile progresso, in particolare per merito di "tempi di accesso al credito" e "gestione reclami"