

**COMUNICATO STAMPA**

**“DISTRIBUTION & MARKETING INNOVATION AWARDS 2013”  
A INTESA SANPAOLO IL PREMIO  
“BEST CUSTOMER ANALYTICS AND BIG DATA INNOVATION”**

**INTESA SANPAOLO HA PRESENTATO UN INNOVATIVO SISTEMA  
CAPACE DI ANALIZZARE LA RELAZIONE TRA CLIENTI E GESTORI**

- Il Gruppo Intesa Sanpaolo è l'unica banca italiana tra i vincitori di una competizione a livello mondiale dedicata ai progetti più innovativi nel settore dei servizi finanziari
- Il progetto di Intesa Sanpaolo ha consentito di rendere più ricca e completa la relazione commerciale tra clienti e gestori e di misurarne frequenza e intensità in maniera oggettiva
- E' un'innovazione patrimonio di circa 50.000 operatori della Banca dei Territori, che in poco più di un anno ha contribuito a un incremento medio del 28% delle consulenze prestate in filiale
- Il premio è stato assegnato ieri a Parigi da Efma e Accenture, promotori dell'iniziativa

*Parigi, 17 ottobre 2013 - Il Gruppo Intesa Sanpaolo è stato premiato da Efma e Accenture per aver innovato il dialogo commerciale tra gestori e clienti attraverso l'analisi della frequenza e dell'intensità della relazione e per averne esteso l'applicazione a tutta la rete. La consegna del riconoscimento, nella categoria **Best customer analytics and big data innovation**, è avvenuta ieri a Parigi durante la cerimonia ufficiale dei **Distribution & Marketing Awards 2013**. Per il CEO Carlo Messina: “E' significativo che Intesa Sanpaolo si sia distinta tra tanti capaci e meritevoli candidati provenienti da tutto il mondo. La banca può competere ad ogni livello con le migliori banche retail e ritengo particolarmente importante che il premio riconosca un investimento strategico negli strumenti a supporto della relazione con il cliente, che è il centro del nostro interesse”.*

Intesa Sanpaolo ha consolidato la **rimodulazione del dialogo commerciale** tra clienti e gestori nel corso del 2012, spostando il **focus principale dal successo nelle vendite alla qualità della relazione**. Quello che prima era un elemento intangibile, grazie a un **investimento in tecnologia e competenze analitiche** è diventato un **parametro misurabile**. In concreto, la banca si è attrezzata per poter comprendere in maniera oggettiva quanto e come sta curando il proprio portafoglio di clienti. Intesa Sanpaolo ha inoltre ripensato la gestione della filiera interna, raggruppando in un **unico settore operativo** -

Pianificazione e Controllo di Gestione - le attività di **acquisizione dei dati** (bisogni della clientela), **analisi e risposta**.

Questa innovazione è ora **patrimonio comune di 50.000 addetti** della Banca dei Territori e ha contribuito a una **crescita media del 28% delle consulenze prestate in filiale nell'ultimo anno**, contenendo in maniera significativa il fisiologico tasso di perdita di clientela.

Sul portale [www.efma.com/accenture](http://www.efma.com/accenture) sono disponibili la descrizione del progetto presentato da Intesa Sanpaolo e quelli di oltre 150 istituzioni finanziarie provenienti da 54 paesi.

*Per informazioni*

**Intesa Sanpaolo**  
Rapporti con i Media  
Banca dei Territori e Media locali  
Tel +39 0115556652  
[stampa@intesasnpaolo.com](mailto:stampa@intesasnpaolo.com)