Con l'obiettivo di riattivare le ricerche all'interno del Dipartimento Marketing Bancario e al contempo promuovere una nuova politica di indagini operative per le Banche e le Istituzioni finanziarie viene presentata: "Le banche dopo la crisi - Proposte operative in un'ottica di Marketing". E' la prima e si compone di quattro parti.

La prima parte, curata dalla dott.ssa Tisci, "dall'Internet Banking al Web Banking", tratta della necessità per le banche di evolvere le proprie piattaforme informatiche da meri strumenti di consultazione passiva a veri strumenti comunicativi con la clientela di tipo informativo, promozionale e soprattutto relazionale.

La seconda, curata dal dott. Romeo, sulla "comunicazione bancaria", riepiloga i diversi processi aziendali bancari associandoli ai relativi processi di comunicazione d'impresa che vengono descritti come funzionali a una strategia unitaria finalizzata alla costruzione di una rete di relazioni fra l'azienda stessa e i suoi stakeholders.

Gli stakeholders vengono quindi posti al centro di un modello comunicativo che viene concepito come basato sull'interattività mentre i singoli soggetti vengono definiti come parti di un sistema complesso di comunità in cui le caratteristiche individuali evolvono in relazione all'influenza esercitata dai singoli componenti delle comunità medesime.

Alle aziende si suggerisce una concezione della comunicazione quale fattore strategico, superando l'attuale concezione che invece colloca i processi comunicativi all'interno di singole modalità informative più rispondenti, talvolta, a logiche autoreferenziali che non alla realizzazione dei fini aziendali. L'analisi multidimensionale, a cui viene dedicato un largo spazio, ridefinisce la comunicazione quale fondamento del sistema di relazioni ed esso stesso quale fondamento della strategia aziendale.

La terza, curata dalla dott.ssa Conti, sul "benessere organizzativo come condizione di sviluppo e cambiamento del sistema banca" parte dall'ipotesi di fondo che il benessere possa essere considerato come una "condizione" che abilita l'innovazione ed il cambiamento organizzativo

verso nuovi modelli di business e di impresa dell'azienda bancaria.

La quarta ed ultima, curata dal coordinatore della ricerca dott. Cervino, sull'internazionalizzazione del settore bancario e finanziario, analizza il possibile nuovo ruolo degli istituti di credito nell'economia quaternaria, caratterizzata da una evoluzione del sistema socio-economico di produzione da una società industriale a una società post-industriale o dell'informazione.

Dopo una breve disamina del evoluzione del settore in Italia dalla fine degli anni Ottanta ad oggi, si passano in rassegna degli esempi virtuosi di evoluzione dei prodotti e dei servizi sia per gli impieghi che per la raccolta, nella prospettiva dell'internazionalizzazione degli istituti creditizi e finanziari.

Infine, si tirano le conclusioni di quanto è rimasto di virtuoso e meritevole del sistema bancario e finanziario nel corso di questa crisi finanziaria non ancora terminata, e soprattutto si cerca di ipotizzare un nuovo assetto "quaternario" del sistema fra vent'anni.

In questa ottica, si analizza il nuovo concetto operativo di "sportello bancario unico internazionale" inteso come un'entità simile agli snodi del Web e cioè mossa da un corpus normativo integrato ed omogeneo a livello mondiale in grado di gestire ed erogare tutti i servizi della "rete finanziaria e bancaria".

A seguire executive summary del progetto di ricerca.

EXECUTIVE_SUMMARY.pdf

{pub}**Accesso riservato ai soli utenti registrati. Effettui il login per vedere la presentazione** {/pub}

{access view=registered-}

PUBBLICAZIONE_MKTGBancario_2010.pdf (.PDF)

{/access}