

03041 **Unicredit, Intesa e Mediolanum sul podio della reputazione sul web** 03041

di Angela Zoppo

La reputazione digitale delle banche ora ha una sua classifica e un podio con 3 vincitori: Unicredit, Intesa Sanpaolo e Banca Mediolanum. È quanto emerge dall'analisi del mondo bancario in Italia realizzata da Comin & Partners in collaborazione con KPI6, applicando la metodologia del web e social listening, che ha analizzato i contenuti pubblicati in rete riguardanti il settore banking nel periodo gennaio-agosto 2022. Sono stati presi in considerazione post e articoli pubblicati sui social media e sui siti web per un totale di oltre 105mila contenuti, prodotti da 30mila utenti che hanno ricevuto oltre 187mila like.

Per stilare la classifica delle banche con la migliore reputazione social, lo studio ha bilanciato il volume delle conversazioni con il sentiment con cui se ne parla. Nei primi 10 posti, oltre a Unicredit, Intesa Sanpaolo e Banca Mediolanum, ci sono Goldman Sachs, Fineco Bank, seguite da Bper Banca, Banco Bpm, Deutsche Bank, Bnp Paribas e Credem. Prendendo in esame i maggiori flussi di conversazioni, invece, con Unicredit e Intesa Sanpaolo sul podio sale Goldman Sachs, e a seguire Banca Mediolanum e Bper Banca. Completano il gruppo delle prime 10 Banco Bpm, Fineco Bank, Credem, Bnp Paribas e Deutsche Bank.

«Il settore bancario sta vivendo una fase di grande evoluzione, in un momento di grande fermento dovuto alla situazione economica generata dallo scenario geopolitico internazionale e dalle conseguenze della vicenda pandemica», spiega Gianluca Comin, fondatore e presidente di Comin & Partners. «In questo contesto la reputazione delle banche gioca un ruolo chiave come fattore di vantaggio competitivo per generare fiducia nei consumatori. Per questo abbiamo ritenuto utile realizzare una ricerca che mette in luce i punti di forza e le dinamiche del settore rispetto alle aspettative del pubblico del web». Le tecnologie KPI6 hanno individuato e analizzato gli argomenti più connessi al banking. «Si va dalle app alle criptovalute, dalla sostenibilità all'esperienza in filiale e abbiamo anche potuto profilare gli utenti, anche quelli nella nicchia più difficile da coinvolgere: la Generazione Z», sottolinea Alberto Nasciuti, amministratore delegato di KPI6. La finanza è risultata essere il principale settore d'interesse per il 63% degli under 30, che partecipano alle conversazioni online sul tema, dedicando particolare attenzione ai prestiti e alle assicurazioni. Prevale invece scetticismo nei confronti delle criptovalute. Dallo studio emerge che c'è un forte interesse, ma solo un terzo degli utenti

esprime un sentiment positivo nei confronti delle valute digitali mentre i restanti due terzi si mostrano dubbiosi. (riproduzione riservata)



Superficie 19 %