

Obiettivo "prosumer"

di Marcella Persola



Carta d'identità

Nome: Paola Viola

Ruolo: head of remote channels division finanziamenti

Società: Frimm Holding

Sito internet:

www.mutuifrimm.com

Puntare sul target dei *prosumer*, ossia quegli utenti che utilizzano i media per condividere la propria esperienza e produrre contenuti e non solo. Per **Paola Viola**, head of remote channels della divisione finanziamenti di **Frimm Holding SpA** l'obiettivo del nuovo progetto web della società è quello di acquisire una fetta di mercato importante nel canale internet e di non essere esclusivamente percepito come un competitor di Mutui Online.

Avete debuttato con il nuovo portale lo scorso 16 novembre. Volete togliere quote di mercato a Mutui Online?

La nostra idea è quella di affiancarci a portali specializzati come Mutui Online ma la nostra mission non si esaurisce in questo la nostra mission. L'idea è quella di estendere al canale web tutte le caratteristiche che da sempre contraddistinguono il nostro canale fisico e creare maggiore sinergia tra i due canali. E sfruttando l'idea è quella di soddisfare le richieste dei clienti, anche di quelli più esigenti, attraverso un'informazione più trasparente sui costi impliciti del mutuo, sulla scelta dello stesso e sulla comparazione. Quest'ultimo aspetto verrà effettuato in tempo reale attraverso il BLAR (*Best Loan Automatic Result*) un calcolatore e comparatore in tempo reale dei mutui per un cliente delle reti Frimm Holding. Inoltre sarà possibile creare una hit parade delle banche più generose del mese, di finanziare il 100% del valore dell'immobile, di sostituire il vecchio mutuo, di ottenere una liquidità aggiuntiva.

È questo il target di Frimm che con il nuovo progetto on-line punta al web 2.0.

Lei parlava di sinergie tra il canale web e quello fisico. In che modo saranno attuate?

Offriremo un servizio parallelo alla clientela, contando sulla distinzione tra i due canali. Abbiamo distinto infatti la clientela in due profili *hot* e *cold*. Il cliente dal primo profilo sarà quello che potrà essere gestito dal canale on-line perché mostra una certa attitudine verso tale canale. Quelli con profilo *cold* sono quelli che invece dovranno essere condivisi con la rete fisica. Si tratta di quei clienti che andranno a costituire il portafoglio di *client sharing*. magri potrebbero essere gestiti dai nuovi affiliati che in questo modo avrebbero di già un portafoglio clienti sul quale lavorare.

Su che cosa si basa la distinzione tra queste due tipologie di clientela?

Dalle ricerche che abbiamo condotto è emerso che i clienti del web cambiano l'approccio sulla scelta e acqui-

sto di un prodotto, divenendo sempre più autonomi e trasversali alle tendenze. Nel passato abbiamo assistito al passaggio da cliente-fruttore a cliente-sperimentatore. Questo ha fatto sì che il consumatore si mostrasse sempre più meno sensibile alle proposte provenienti dai media tradizionali. Oggi però si assiste ad un ulteriore passaggio, ossia quello da *consumer* a *prosumer*, ossia la combinazione tra *producer* e *consumer*.

Che cosa intende per prosumer?

Mi riferisco a quel target di consumatori che utilizzano il canale web per condividere la propria esperienza e produrre dei veri e propri contenuti, diventando quindi parte del processo di distribuzione. Noi desideriamo sfruttare tutte le potenzialità del web 2.0 (*social network, blog, forum...*) per raggiungere questo target. Sono clienti che conoscono i prodotti, il mercato, sono informati e curiosi. Che hanno quindi esigenze differenti. E soprattutto domande eterogenee.

Ma quali obiettivi vi siete posti nella realizzazione di questo progetto?

Abbiamo degli obiettivi molto ambiziosi. Vogliamo conquistare una fetta di mercato importante e devo dire le richieste provenute in questi primi mesi di attività sono state superiori alle aspettative. Questo ci fa ben sperare. Inoltre il portale è strutturato in modo da essere accessibile anche dalla clientela non-resident. In questo modo i nostri consulenti sono in grado di seguire *step-by-step* qualsiasi cliente, in tutte le fasi. ■