

**MutuiOnline<sup>®</sup>**  
Scegli e risparmi

## Scelte strategiche e ottimizzazioni

Realizzato per AssoLowcost

Marzo 2009



Databank S.p.A. - Corso Italia, 8 - 20122 Milano - Italia  
Telefono (02) 721071 - Telefax (02) 72107333

## Scelte strategiche e ottimizzazioni nella catena del valore che consentono la riduzione dei costi (1/4)

<p>Economie di scala e/o di apprendimento</p>	<p>Modello di business e strategia fondati su elevati volumi, per sostenere i costi fissi di creazione, sviluppo e mantenimento del sistema informatico.</p> <p>Economie di scala nella negoziazione di incentivi legati ai volumi con gli istituti finanziari convenzionati</p>
<p>Innovazione di prodotto e/o di processo</p>	<p>First mover nazionale di un modello di brokeraggio di mutui e prestiti personali utilizzando il canale internet. L'utilizzo del canale remoto supporta il cliente finale perché possa scegliere, tra un'ampia gamma di finanziamenti, quello che meglio si adatta al suo profilo. Alla banca convenzionata è offerta la possibilità di acquisire, a costi variabili e contenuti, nuova clientela caratterizzata, anche grazie alle caratteristiche del canale, da un profilo socio-economico medio-alto e rischio di credito contenuto</p>

## Scelte strategiche e ottimizzazioni nella catena del valore che consentono la riduzione dei costi (2/4)

Ampiezza di gamma	Grazie alle convenzioni con oltre 50 banche ed intermediari finanziari, MutuiOnline è in grado di offrire un'ampia varietà di finanziamenti proposti a condizioni specifiche per i propri clienti
Localizzazione e delocalizzazione geografica	La centralizzazione dell'operatività presso un'unica sede, situata a Cagliari, permette di fornire un servizio di qualità con costi contenuti.
Gestione dei flussi informativi	Tutte le informazioni, sia quelle rivolte alla clientela, sia quelle destinate alle banche convenzionate, viaggiano in tempo reale attraverso internet. Ciò consente economie di costo e rapidità nell'erogazione del servizio. La decisione finale circa il merito del credito del finanziamento rimane di competenza dell'istituto erogatore.

## Scelte strategiche e ottimizzazioni nella catena del valore che consentono la riduzione dei costi (3/4)

Gestione dei canali distributivi	Il canale di contatto con i clienti è internet affiancato da call center per le fasi di completamento della pratica. Dopo l'avvio del contatto MutuiOnline mette a disposizione del potenziale cliente un proprio consulente che lo affianca telefonicamente in tutte le fasi che seguiranno e che sono necessarie per concludere l'iter di approvazione del prestito. La centralizzazione delle attività consente all'azienda di non sostenere i costi di una rete logistica sul territorio e di fornire al cliente un servizio altamente specializzato
Advertising e comunicazione	Elevati gli investimenti pubblicitari pari a oltre 5 milioni di euro all'anno, intorno al 20% dei ricavi. Gli investimenti sono concentrati sul web e garantiscono all'azienda la riduzione ed ottimizzazione del costo/contatto
Gestione della forza vendita	Il personale di vendita è giovane e motivato, vengono previsti degli incentivi al raggiungimento dei budget prestabiliti. L'indicatore critico è rappresentato dal tasso di conversione.

## Scelte strategiche e ottimizzazioni nella catena del valore che consentono la riduzione dei costi (4/4)

Know how tecnologico e automazione	Il sistema informativo proprietario è stato ideato con l'obiettivo di semplificare i processi e di fornire ai consulenti tutte le informazioni necessarie per garantire al cliente la massima chiarezza e la massima semplicità nelle procedure. Ciò contribuisce a ridurre il costo sostenuto per la gestione delle singole pratiche.
Qualità e Analisi della Customer Satisfaction	La strategia commerciale è tesa a massimizzare la customer satisfaction, con azioni di verifica dei tempi di esecuzione delle diverse fasi.