

# Mutui per la Casa.com entra nel Gruppo DigiTouch

Prende consistenza la strategia dei *verticals*



Maggio 2015

new devices



MOBILE



PERFORMANCE



DISPLAY



DATA MANAGEMENT

# Agenda

- 1 Overview su BackOffice srl: MutuiperlaCasa.com e Tasso Alert
- 2 Business model e linee guida strategiche
- 3 Mercato e contesto competitivo

# 1. Overview su BackOffice srl: MutuiperlaCasa.com e Tasso Alert

## STORIA DELLA SOCIETÀ

- APRILE 2011 - **Edoardo Merenda** (ex Head of Sales Area Network di Barclays Bank plc in Italia dal 2004 al 2009 a capo di una struttura composta da 400 Financial Advisors e 150 sportelli bancari) **acquista BackOffice srl**, il terzo operatore di servizi immobiliari italiano (FRIMM Group SPA) di cui aveva curato lo start up e successivamente proposto un piano di sviluppo che la società non ha voluto implementare.
- MAGGIO 2011 – BackOffice srl lancia **il sito web Mutuiperlacasa.com** (MplC), con una focalizzazione sui servizi di distribuzione e di processing di mutui bancari e altri prodotti creditizi.
- BIENNIO 2012/2013 – Nonostante il mercato finanziario italiano attraversi un periodo critico, MplC mantiene un trend positivo, favorito dalla crescita dell'uso dei servizi finanziari online.
- 2014/2015 - MplC continua a crescere, grazie anche all'aumento della domanda di servizi finanziari: il mercato dei mutui ha registrato ad aprile un aumento della domanda del 71,9%.
- Il 7 MAGGIO 2015 – BackOffice srl lancia su iTunes e su Google Play **TassoAlert, la mobile app** per device mobili.
- Il 27 MAGGIO 2015 – **DigiTouch SpA realizza il signing dell'acquisizione di BackOffice srl, con le sue properties web e mobile.**

# 1. Overview su BackOffice srl: MutuiperlaCasa.com e Tasso Alert

## OGGI

MutuiperlaCasa rappresenta oggi nel panorama italiano uno degli operatori più dinamici per la ricerca online di prodotti di finanziamento per la clientela retail attraverso il **portale MutuiperlaCasa.com** e la **mobile app TassoAlert**.

**MutuiperlaCasa.com** features a search interface for mortgages. The website displays the following data for various mortgage products:

Bank	Rata mensile	Durata	TAN
Deutsche Bank Mutui	€2.125,22	10 Anni	5,04%
Che Banca! Acquistato Tasso Fisso	€2.149,77	10 Anni	5,29%
BNL Gruppo BNP PARIBAS Tasso Fisso Spensierato	€2.151,74	10 Anni	5,30%
Banca Popolare di Vicenza	€2.165,57	10 Anni	5,45%

The **TassoAlert** mobile app provides notifications and navigation options: Mutui, Trova Agenzia, Calcolo Rata, and Alert.

**Multibrand** - MplC gestisce attualmente accordi commerciali con 14 istituti bancari ed ha inserito soluzioni assicurative nel range dei prodotti offerti, attraverso accordi commerciali siglati con le maggiori compagnie assicurative nazionali

**Multiprodotto** - Offerta integrata in continuo ampliamento di prodotti di finanziamento, assicurativi e a tendere qualsiasi servizio finanziario (conti correnti, cessione del quinto, fondi comuni,...)

**Multicanale** - Strategia di distribuzione con forte prevalenza sull'online e sul mobile a cui si aggiunge una rete vendita sul territorio in modalità monomandataria sui clienti a più basso rating

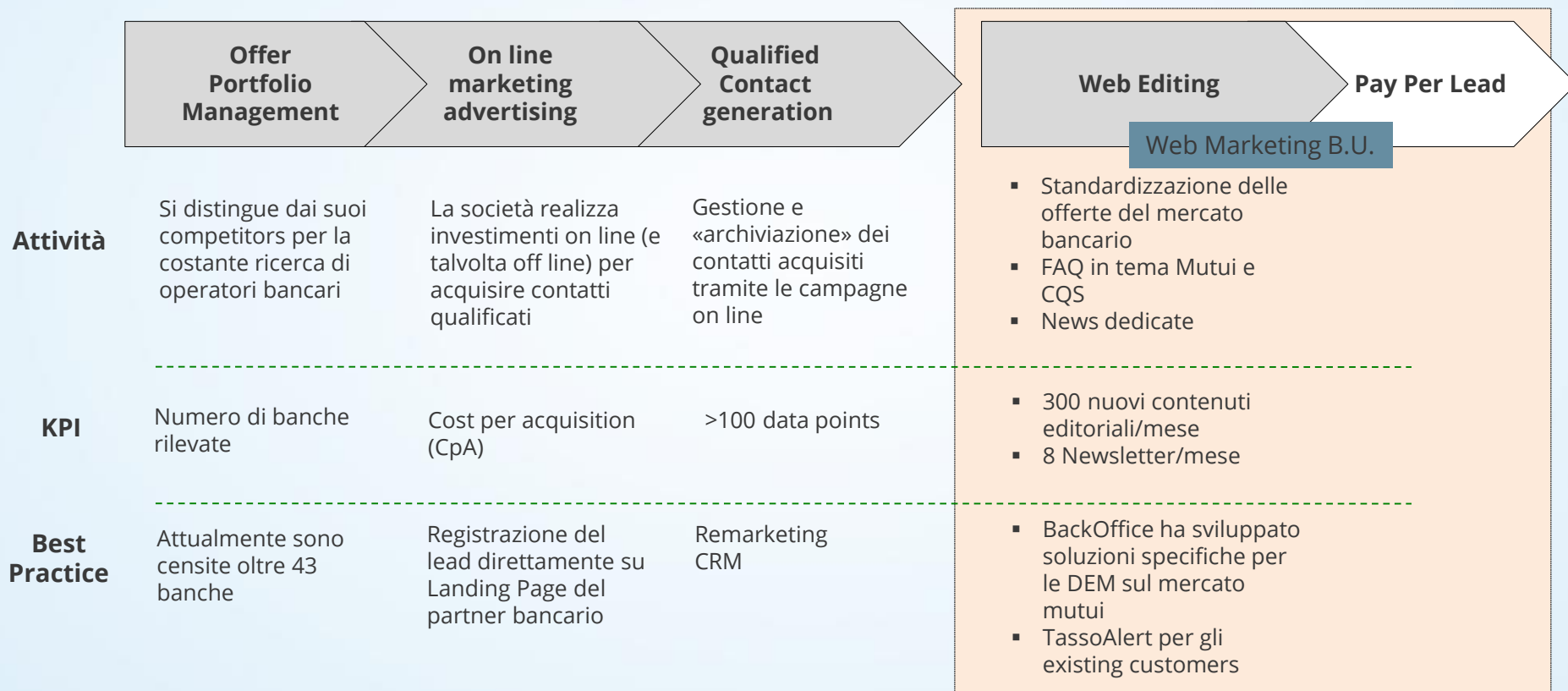
**User friendly** - Semplicità e praticità nell'accesso alle richieste di finanziamento e nell'invio della richiesta. Supporto attraverso il *Front-end commerciale* di Cagliari ad opera di un team esperto e qualificato di operatori che seguono "step by step" l'avanzamento dell'istruttoria di finanziamento

**Piattaforma tecnologica proprietaria** - sviluppata internamente per indirizzare in modo puntuale le esigenze operative e di ottimizzazione della procedura di istruttoria

# 2. Business model

## CATENA DEL VALORE E KPI DI PERFORMANCE

La Società rappresenta oggi nel panorama italiano uno dei più dinamici operatori per la ricerca online di prodotti di finanziamento per la clientela retail attraverso il portale **MutuiperlaCasa.com**



*I ricavi sono generati da Vendita Leads: pay per lead e pay per sale*

# 2. Business model

## GAMMA D'OFFERTA E LE CONVENZIONI IN ESSERE

MpLC intende soddisfare i fabbisogni di credito delle famiglie con un **portfolio prodotti/servizi in continuo ampliamento e sempre aggiornato con le migliori offerte**, definito in collaborazione con le Agenzie Media a Performance. In alcuni casi MpLC può offrire prodotti anche attraverso accordi diretti con Banche o Finanziarie.

### Mutui



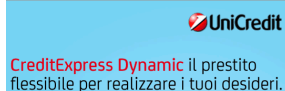
#### Finalità

- Acquisto prima casa
- Acquisto seconda casa
- Ristrutturazione
- Surroga
- Consolidamento
- Liquidità
- Completamento

#### Tassi

- Fisso
- Variabile
- Variabile con cap
- Tasso misto
- Rata costante

### Prestiti personali



#### NUOVO CLIENTE PER DIGITOUCH SpA



### Prodotti assicurativi



#### NUOVI CLIENTI PER DIGITOUCH SpA



### Carte di Credito



#### NUOVO CLIENTE PER DIGITOUCH SpA



Le competenze chiave in questa fase del processo sono rappresentate dalla capacità di presidiare la relazione con le banche

# 2. Business model

## DOVE SI GENERANO LE REVENUES? Focus sul portale web

Tutta la competenza dello staff di MplC è concentrata sui contenuti editoriali, schede prodotto, newsletter e FAQ.

La quantità di contenuti è essenziale per la **riduzione del CPA** e per l'aumento del traffico diretto.

The screenshot displays a mortgage comparison interface. At the top, there's a navigation bar with 'CheBanca!' and 'Deutsche Bank' logos. Below it, a large yellow banner features the 'Mutui' logo. The main content area lists three mortgage offers:

Bank	Rata mensile	Durata	TAN	TAEG	Spese Istruttoria	Additional Info
<b>CheBanca!</b> Tasso Fisso	€ 719,93	25 Anni	3,11%	3,17%	€900,00	Richiedi Online (Gratis e senza impegno) Visualizza Scheda Mutuo
<b>Deutsche Bank</b> Acquisto a Tasso Fisso	€ 721,50	25 Anni	3,13%	3,16%	€700,00	Richiedi Online (Gratis e senza impegno) Visualizza Scheda Mutuo
<b>Hello bank!</b> Hello! Home FISSO	€ 739,72	25 Anni	3,35%	3,36%	€0,00	Richiedi Online (Gratis e senza impegno) Visualizza Scheda Mutuo

Arrows from the text above point to the landing pages for each offer: CheBanca! (top left), Deutsche Bank (top right), and Hello bank! (bottom right). The landing pages show detailed information and a 'FAI IL PREVENTIVO' button.

Le competenze chiave in questa fase del processo sono rappresentate dalla capacità di ottimizzare il CPA e aumentare il CR  
Il cliente viene re-indirizzato alle Landing page dedicate e il pagamento avviene a lead

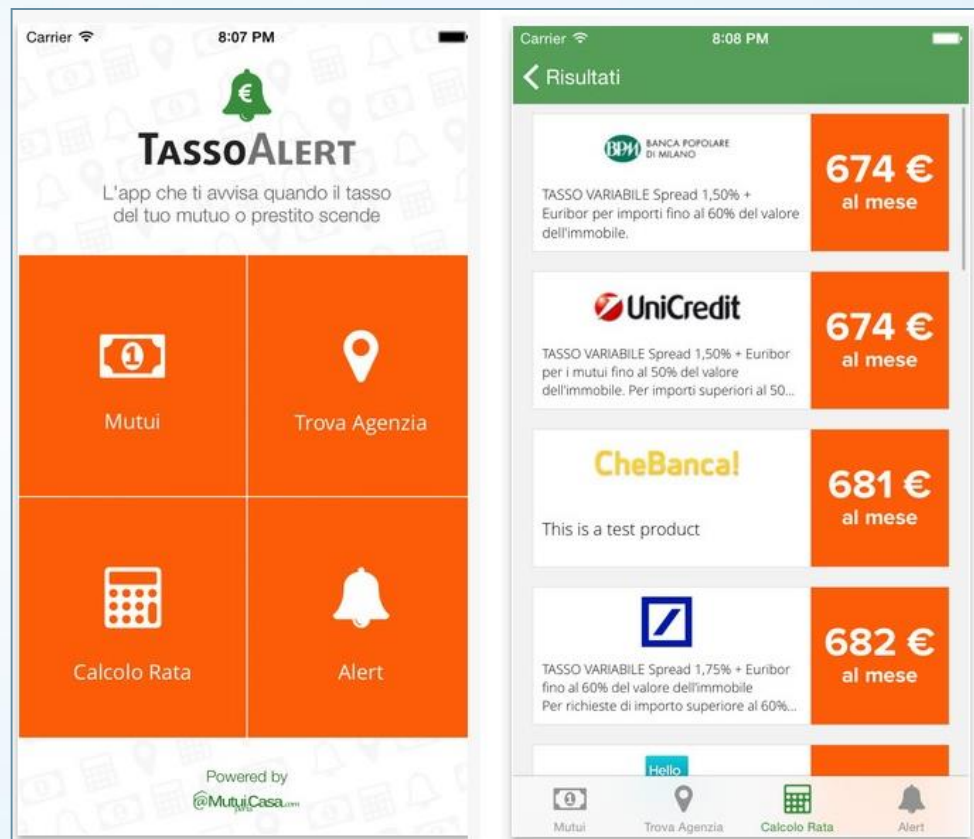
# 2. Business model

## DOVE SI GENERANO LE REVENUES? Focus sull'app TassoAlert

L'utente imposta il tasso e l'app gli invia una notifica (alert) quando sul mercato una banca rilascia un'offerta mutui a tasso più basso.

Le Banche pagano TassoAlert per comparire nelle notifiche dell'app.

- La mobile app TassoAlert è stata rilasciata sugli application store il 7 maggio 2015.
- Nelle prime due settimane dalla pubblicazione TassoAlert è stata inserita da iTunes nella vetrina delle migliori app
- Figura tra le top 50 app in ambito finance
- Al 21.5.2015 ha già ottenuto 1.452 download di cui:
  - ✓ 1.373 iOS
  - ✓ 82 Android





## 2. Business Model

### INFRASTRUTTURA TECNOLOGICA – PIATTAFORMA OPERATIVA E SISTEMA GESTIONALE

Nel corso del 2014, MplC ha continuato a sviluppare la piattaforma operativa per renderla più coerente ad una strategia di massima efficienza operativa e di velocità nella gestione delle pratiche di mutuo. La nuova piattaforma, strutturata in maniera da rendere l'advisor commerciale sempre al corrente sullo stato di avanzamento della pratica con il massimo dettaglio di informazioni e di report a supporto.

**TECNOLOGIA PROPRIETARIA** – La piattaforma operativa è realizzata sulla tecnologia proprietaria completamente sviluppata internamente

**WEB BASED** – La piattaforma è fruibile in modalità web based, cioè per mezzo di internet e alcune funzionalità in modalità mobile

**SCALABILITA'** – La piattaforma è costruita secondo le moderne logiche della scalabilità tecnologica, ovvero la piattaforma può gestire un numero crescente di transazioni con investimenti fissi ridotti

**REPORTING** – Il business dei servizi finanziari on line richiede la massima flessibilità per adattare servizi e processi operativi e quindi a monte la piattaforma è in grado di fornire una molteplicità di report direzionali

**COSTRUITA INTORNO AL BUSINESS** – La piattaforma è progettata partendo dalle esigenze operative degli Advisor Commerciali e quindi si pone l'obiettivo di rendere il loro lavoro più efficiente e più «vicino» alle esigenze del cliente

- **Tutti i richiedenti vengono contattati entro 12 ore lavorative dalla ricezione della richiesta**
- **Tutti i clienti vengono classificati sulla base di un rating da 1 a 5 che tiene conto di 12 variabili e che permette quindi di gestire il cliente in funzione delle sue potenzialità e quindi le relative azioni commerciali**
- **L'advisor commerciale MplC verifica su base giornaliera l'avanzamento della pratica e aggiorna la clientela, tenendo conto dei feed back ricevuti dall'intermediario**

# 2. Business Model

## INFRASTRUTTURA TECNOLOGICA – PIATTAFORMA OPERATIVA E SISTEMA GESTIONALE

Automazione del processo in modo da rendere più efficiente il ruolo dell'advisor commerciale che si dedica solo alla gestione della relazione con il cliente e alla verifica del corretto avanzamento della pratica

Standardizzazione dei processi

Riduzione del lead time di ogni singolo micro-processo

Costante monitoraggio delle performance con un panel di KPI specifici per ogni fase

Ricavi riconosciuti solo una volta che la pratica di mutuo è stata erogata dall'Istituto Bancario

**Pannello Riassuntivo Stato Pratiche**

Pratica		Stato									Valore	
Cognome	Nome	Qualità	CIP	Analisi	Incompleta	Perizia Prev.	Caric. Banca	Sosp. Banca	Perizia	CDA	Importo	EBITDA
	Domenico	★★★★☆							2		€80.000	€1.840
	Maurizio	★★★★☆							3		€300.000	€5.760
	Vincento	★★★★☆			3						€160.000	€4.480
	Sonia	★★★★☆					1				€185.000	€4.255
	Giuseppe	★★★★☆			4						€120.000	€600
	Vincento	★★★★☆					3				€155.000	€4.340
	Stefania	★★★★☆			2						€140.000	€1.960
	Giovanni	★★★★☆			5						€137.000	€1.781
	Antonia	★★★★☆					2				€80.000	€1.840
	Giovanni	★★★★☆						0			€135.000	€1.890
	Ezio	★★★★☆			3						€80.000	€1.040
	Claudio	★★★★☆			4						€800.000	€18.400
	Raffaele	★★★★☆						2			€80.000	€1.040
	Arcangelo	★★★★☆					1				€180.000	€2.790
	Fabio	★★★★☆					2				€110.000	€4.345
	Mariano	★★★★☆							1		€60.000	€780
	Roman	★★★★☆			4						€200.000	€2.800
	Roberto	★★★★☆					5				€69.000	€997
	Domenico	★★★★☆				1					€200.000	€2.600

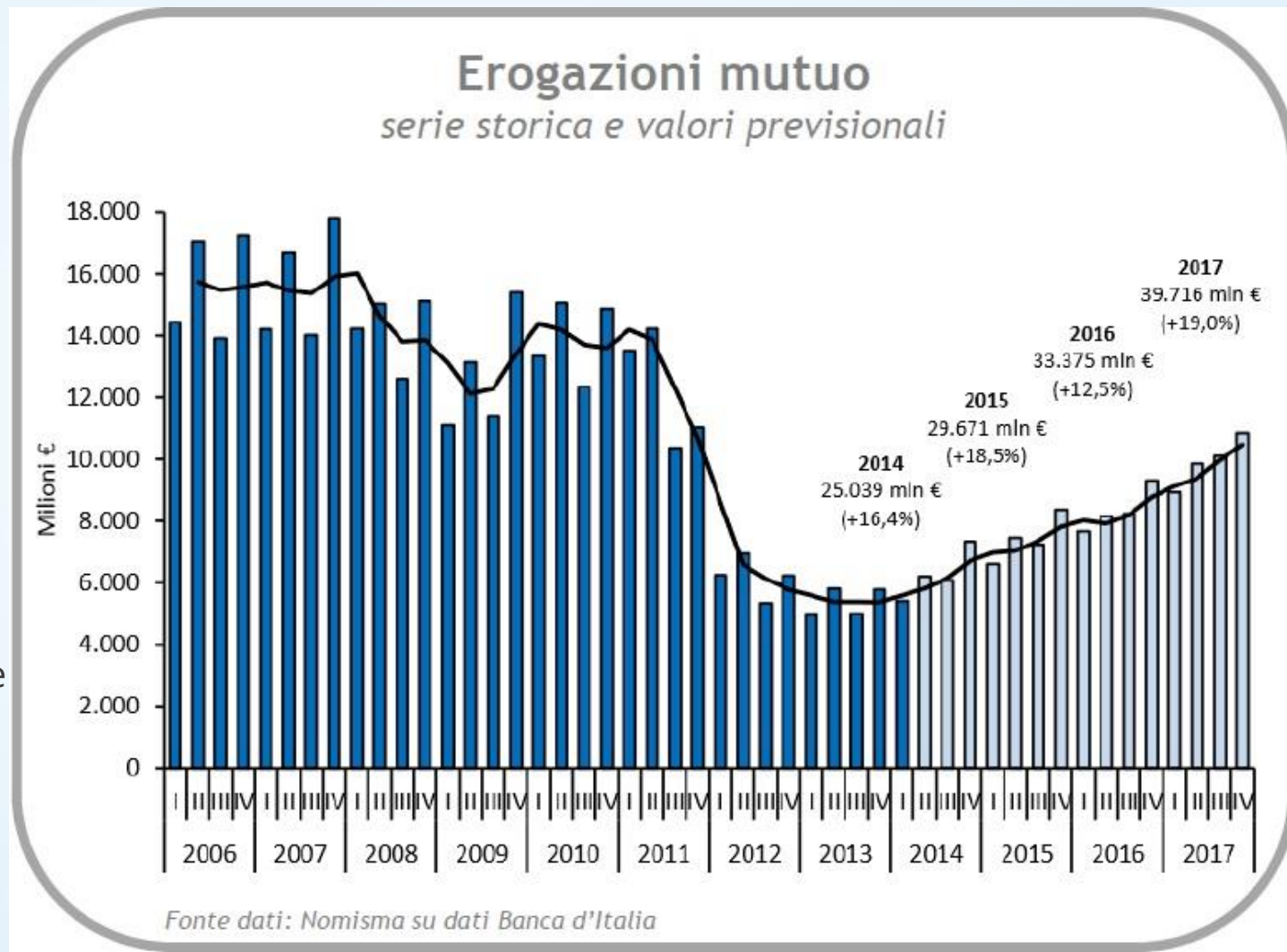
# 3. Mercato e contesto competitivo

## PRINCIPALI DATI - TAVOLA 1

Secondo le stime di Nomisma:

- **nel 2015** i mutui cresceranno del **+18%**,
- per il **biennio 2016-2017**, la crescita dovrebbe essere rispettivamente del **+12,5%** e del **+19%**.
- Gli aumenti saranno confortati anche dalle **compravendite**, che arriveranno a **quota 516mila nel 2017**.

Elaborazione grafico: Ufficio Studi MedioFimaa, Gennaio 2015



# 3. Mercato e contesto competitivo

## ANDAMENTO DEL NUMERO DI SPORTELLI IN ITALIA – TAVOLA 2

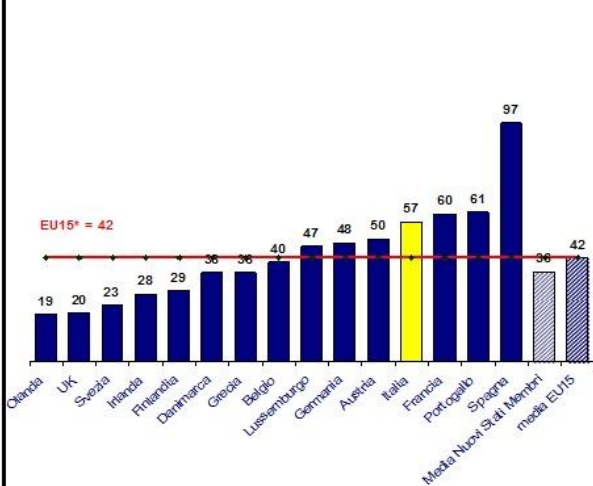
Cambiamenti della domanda (più mobile, più sofisticata ed evoluta, maggior utilizzo dell'online) e riflessi sulle modalità di distribuzione. Per la prima volta, in Italia, a fine 2009 riduzione del numero di sportelli

Ricerca ABI sul mercato del lavoro nell'industria finanziaria (2011)

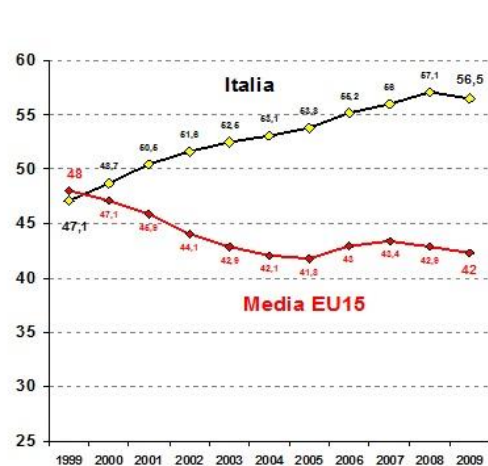
Esempi di rivisitazione del modello distributivo in Italia: il caso Ing e Barclays

### CAMBIAMENTI DELLA DOMANDA/OFFERTA

Sportelli bancari per 10.000 abitanti (dicembre 2009)



Sportelli bancari per 10.000 abitanti (trend; 1999 - 2009)



Fonte: Osservatorio EBR su dati BCE

ABI Associazione Bancaria Italiana

**Ing Direct** - in poco più di 10 anni con una strategia di marketing on line verticale (e senza acquistare sportelli come le banche italiane hanno fatto in questo periodo sborsando fino a 7 milioni di euro per filiale) è diventata la prima banca online in Italia ed è al 7° posto fra le banche tradizionali con quasi 1,3 milioni di clienti per un volume di attività di oltre 23 miliardi di euro e 700 dipendenti

**Barclays** nel 2006 ha deciso di puntare in Italia sul retail e ha scelto un modello leggero, senza ricorrere a costose acquisizioni: oltre 190 filiali bancarie aperte soprattutto nel Centro Nord Italia e oltre 180 negozi finanziari, specializzati nella vendita di mutui e di prodotti di credito al consumo insieme a una rete composta da oltre 800 professionisti

Per fare dei confronti per istituti può essere interessante scoprire che Bnp Paribas in Francia serve 7 milioni di clienti con 2.200 filiali, SocGen 10 milioni con 2.300 filiali, Ing 8 milioni con 900 filiali. In Italia, considerando i primi tre gruppi, Intesa serve circa 11 milioni di clienti con 5.800 filiali, Unicredit 8 milioni con 3.700 punti vendita, Mps oltre 6 milioni con 2.900 filiali

# 3. Mercato Italiano dei Mutui

## RIPENSAMENTO DEL RUOLO DELLE FILIALI – STUDIO MCKINSEY FACE TO FACE A 15-20 BILLION MULTICHANNEL OPPORTUNITY – TAVOLA 3

«A tendere si prospetta un calo numerico significativo della presenza degli filiali bancarie, nelle nazioni Europee che sono sovradimensionate, o a raggiungere un livello inferiore a quello attuale. L'Europa è quindicesima, con una media di 450 filiali per milione di abitanti»

«La presenza di sportelli bancari in Italia è tra i più alti d'Europa, con 568 sportelli per milione di abitanti, rispetto alla media dell'Europa Occidentale che si aggira intorno a 475 (+20%). E' in attuazione un piano di riduzione da parte delle maggiori Banche in Italia, con l'intento di creare parallelamente e diversificare i canali di distribuzione dei prodotti finanziari.»

### EFMA \_ McKinsey Company Research: Face to face a 15-20 billion Multichannel opportunity

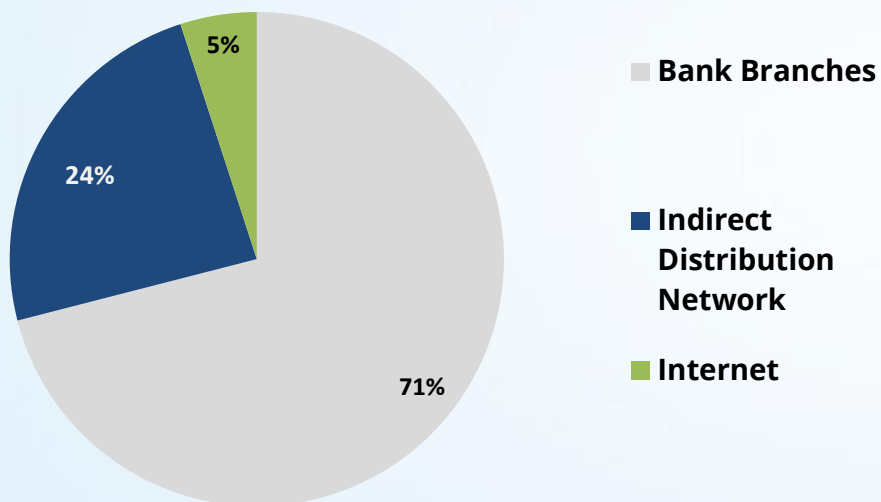
«**I costi legati alle filiali** diminuiranno drasticamente subito dopo la riorganizzazione, che ridimensionerà la media numerica delle risorse per filiale da 6 a 4, una riduzione di circa un terzo dello status quo»

«Tuttavia si conta un numero che se pur piccolo ma in aumento di clientela, che incline all'utilizzo dei canali remoti, per la richiesta o ricerca di prodotti.....Questo fa parte della **Strategia Multicanale**»

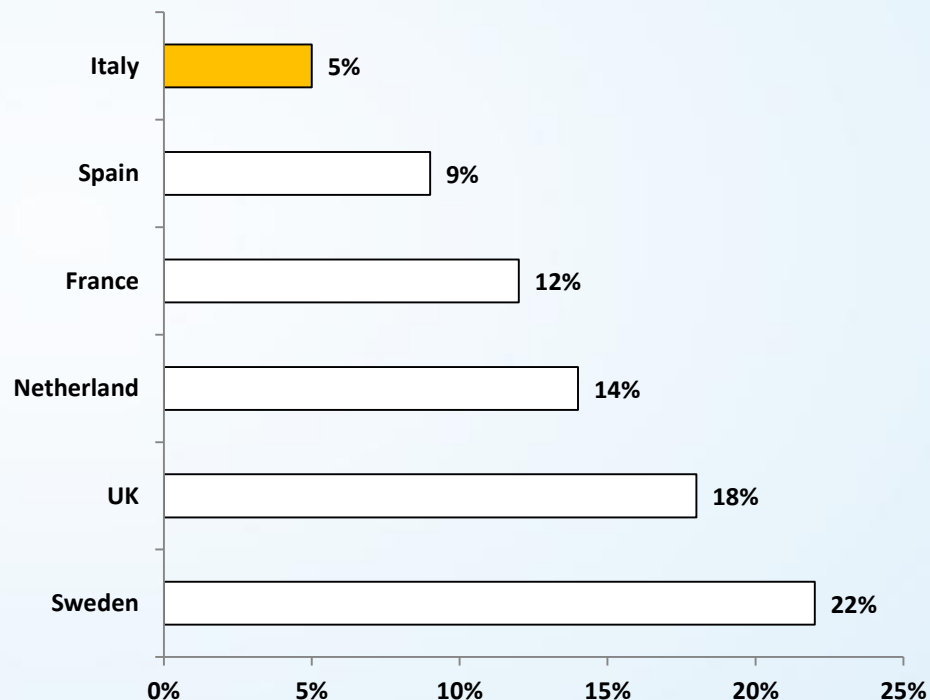
# 3. Mercato Italiano dei Mutui

## CANALI DI DISTRIBUZIONE

Canali di vendita dei prodotti finanziari su internet  
(% delle vendite)



Vendita di prodotti finanziari su internet  
(% delle vendite)



Fonte: Assofin and Cap Gemini Novametre

GRUPPO  
DIGITOUCH

@MutuiCasa.com<sup>®</sup>  
per la

# Grazie

investor.relator@digitouch.it



[www.gruppodigitouch.it](http://www.gruppodigitouch.it)



+39 02 57401389

MOBILE



PERFORMANCE



new devices



DISPLAY



DATA MANAGEMENT