

Argomento: AIPB: Si parla di Noi

La cultura dell'innovazione

La fiducia è l'architrave della relazione tra risparmiatore e private banker

La tecnologia è utile nella misura in cui consente di rafforzare questo legame

DI ANTONELLA MASSARI*



Nel mondo del private banking, la fiducia e la relazione personale sono da sempre elementi centrali. I clienti si affidano ai consulenti non solo per la loro competenza tecnica, ma anche per il rapporto di fiducia che si è creato attraverso la reciproca conoscenza.

Legame di reciprocità

La fiducia che si costruisce nel tempo, si basa sulla capacità del consulente di comprendere le esigenze specifiche del cliente e di offrire soluzioni che rispondano in modo efficace ai suoi bisogni. Tuttavia, anche per il private banking vale l'affermazione di **Jeff Bezos** secondo cui "I clienti sono sempre, meravigliosamente, straordinariamente insoddisfatti, anche quando dicono di essere contenti. Anche se non lo sanno ancora, i clienti vogliono qualcosa di meglio". Infatti, il private banking accompagna sempre di più l'attività relazionale con strumenti innovativi, che aiutano a migliorare la qualità del servizio offerto lungo due direttrici: personalizzazione e trasparenza.

L'It accresce la personalizzazione

Con l'uso di strumenti come l'intelligenza artificiale (IA) e il machine learning è possibile aumentare **la personalizzazione dell'esperienza del cliente**. I consulenti possono ottenere una conoscenza più approfondita delle esigenze finanziarie del cliente, analizzando dati complessi in

modo rapido ed efficiente. Questo permette di elaborare proposte di investimento sempre più su misura, che tengano conto non solo delle preferenze dichiarate dal cliente, ma anche di informazioni comportamentali che emergono dall'analisi dei dati. Il risultato è una consulenza altamente personalizzata, che rafforza la relazione di fiducia tra cliente e consulente, dimostrando come le sue necessità vengano comprese e in alcuni casi anche anticipate attraverso un approccio proattivo.

L'adozione di piattaforme digitali avanzate offre poi una **maggior trasparenza** nella gestione del portafoglio. I clienti possono accedere in qualsiasi momento ai dati relativi ai loro investimenti, monitorando l'andamento in tempo reale e ricevendo report personalizzati che illustrano con chiarezza e trasparenza l'evoluzione delle performance. Questo livello di trasparenza non solo aumenta la fiducia del cliente, ma contribuisce a migliorare la qualità percepita del servizio.

La pianificazione necessaria

Un cliente che può controllare direttamente i propri investimenti è più consapevole delle scelte finanziarie fatte, ha la sensazione di essere più coinvolto nella gestione del patrimonio e migliora nel tempo la propria cultura finanziaria così da poter accedere a investimenti più complessi ma con migliori opportunità di performance.

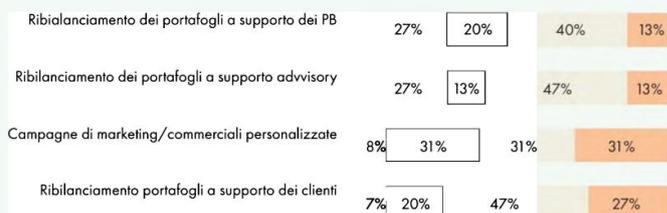
USE CASE INTELLIGENZA ARTIFICIALE
**AI COME STRUMENTO DI CONOSCENZA: LE BANCHE STANNO TESTANDO IL VALORE DELL'AI
 PER OFFRIRE UN MODELLO DI CONSULENZA SEMPRE PIÙ PERSONALIZZATO**

USE CASE AI GIÀ ADOTTATI / IN ADOZIONE

CON RIFERIMENTO AGLI STRUMENTI DI AI E ML, INDICARE LE SOLUZIONI ADOTTATE E IL RELATIVO GRADO DI SVILUPPO



LE APPLICAZIONI DI AI RIGUARDANO PRINCIPALMENTE IL SUPPORTO PER UNA PIÙ **APPROFONDIRITA CONOSCENZA DEL CLIENTE** NELLA FASE DI ONBOARDING E LA **PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA**



EMERGE TUTTAVIA UNA FORTE POLARIZZAZIONE TRA CHI HA GIÀ ADOTTATO STRUMENTI AUTOMATICI DI RIBILANCIAMENTO DEI PORTAFOGLI E CHI ANCORA OSSERVA/RIFIUTA LA POSSIBILITÀ

Fonte: AIPB

L'innovazione non è tuttavia esente da rischi. L'indagine condotta nel mercato del private banking da Aipb con Supernovae Labs ha evidenziato vantaggi significativi quanto **ambiti di criticità**, soprattutto nell'impiego dell'intelligenza artificiale. In primo luogo, la sicurezza dei dati e la gestione della privacy rappresentano una priorità di cybersecurity in caso di utilizzo dell'AI generativa a cui va aggiunta la scarsa trasparenza degli algoritmi di AI, spesso percepiti come "scatole nere" che possono

portare a fenomeni di riduzione della fiducia dei clienti. Infine, alcuni operatori temono che una dipendenza eccessiva dall'AI possa limitare la capacità decisionale autonoma del consulente. In conclusione, nel private banking l'innovazione non viene vista come una minaccia alla relazione personale, ma come un'opportunità per rafforzarla. Attraverso l'adozione di strumenti digitali e soluzioni avanzate, i consulenti possono migliorare la personalizzazione

delle proposte, aumentare la trasparenza e l'efficienza operativa, garantire una comunicazione più immediata e continua con i clienti. Come affermava Peter Drucker, "la tecnologia è solo uno strumento; ciò che conta è come le persone lo usano".

Segretario generale Aipb
 (Associazione Italiana Private
 Banking) ▶

