

Argomento: AIPB: Si parla di Noi

Innovazione, una necessità strategica

Così le trasformazioni influenzano servizio, ruolo dei consulenti e interazione coi clienti

Mario Di Ciommo

Accelerazione della digitalizzazione, intelligenza artificiale, approccio olistico alla gestione del patrimonio, cybersecurity, data Intelligence e sostenibilità. Sono queste le principali innovazioni che - influenzando i modelli di servizio, il ruolo dei consulenti finanziari e l'interazione con i clienti - stanno ridefinendo il private banking in Italia. Ad accendere un faro su queste costanti trasformazioni è stata una ricerca realizzata dall'Associazione Italiana Private Banking (Aipb), in collaborazione con Supernovae Labs.

«L'innovazione tecnologica è centrale nell'agenda del private banking. La fiducia che la clientela ripone nella consulenza professionale si fonda su importanti componenti di servizio, in particolare sul supporto professionale dedicato alla gestione del patrimonio finanziario che rappresenta una priorità per il 70% dei clien-



① L'innovazione influenza anche il ruolo dei consulenti finanziari nel rapporto con i clienti

tion Data Access) aiuterà a superare i limiti dell'approccio attuale, rafforzando ulteriormente il servizio di consulenza evoluta (100%), aumentando il livello della competizione nel mercato (72%) e favorendo la nascita di nuove challenger digitali (59%).

Nel rapporto spazio anche alla cybersecurity: la sicurezza informatica rappresenta una priorità assoluta, seconda solo alla necessità di migliorare le soluzioni la

gestione della relazione banker e cliente. Da qui la necessità di rafforzare ulteriormente i sistemi di protezione contro le nuove minacce digitali. L'adozione di strumenti di Ai per prevenire frodi, rilevare comportamenti anomali e difendersi da attacchi di tipo deep-fake è considerata cruciale.

Fondamentale, anche l'adozione di strumenti di Crm (Customer Relationship Management - gestione relazioni con i clienti)

avanzati, analytics e data intelligence. Le tecnologie di analisi dei dati, combinate con l'Intelligenza artificiale, stanno infatti consentendo alle banche di ottenere una conoscenza più approfondita delle abitudini e delle preferenze dei clienti, favorendo così la personalizzazione dell'offerta. La ricerca ha mostrato come gli investimenti in quest'area aumenteranno del 9,1% entro il 2025.

Infine, la sostenibilità. La domanda di prodotti socialmente responsabili è in crescita, soprattutto tra i clienti più giovani e tecnologicamente avanzati. Anche grazie all'inclusione obbligatoria del tema della sostenibilità in fase di profilazione della clientela per volontà dei regolatori, il 100% degli istituti ha integrato prodotti Esg nel proprio catalogo, tuttavia solo il 31% ha già adottato strumenti di rendicontazione in logica commerciale dell'impronta ambientale del portafoglio del cliente, forse complice la mancanza di standard e rating coerenti tra i vari attori del mercato.

«I leader delle Private Bank italiane hanno compreso che gli istituti capaci di cogliere le opportunità di sviluppo guideranno la trasformazione del settore. Per generare valore, l'innovazione tecnologica dovrà essere integrata nei modelli operativi, come già avviene nelle principali best practice internazionali», conclude Carlo Giugovaz, ceo e founder di Supernovae Group.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

