

BANKING SUMMIT 2018

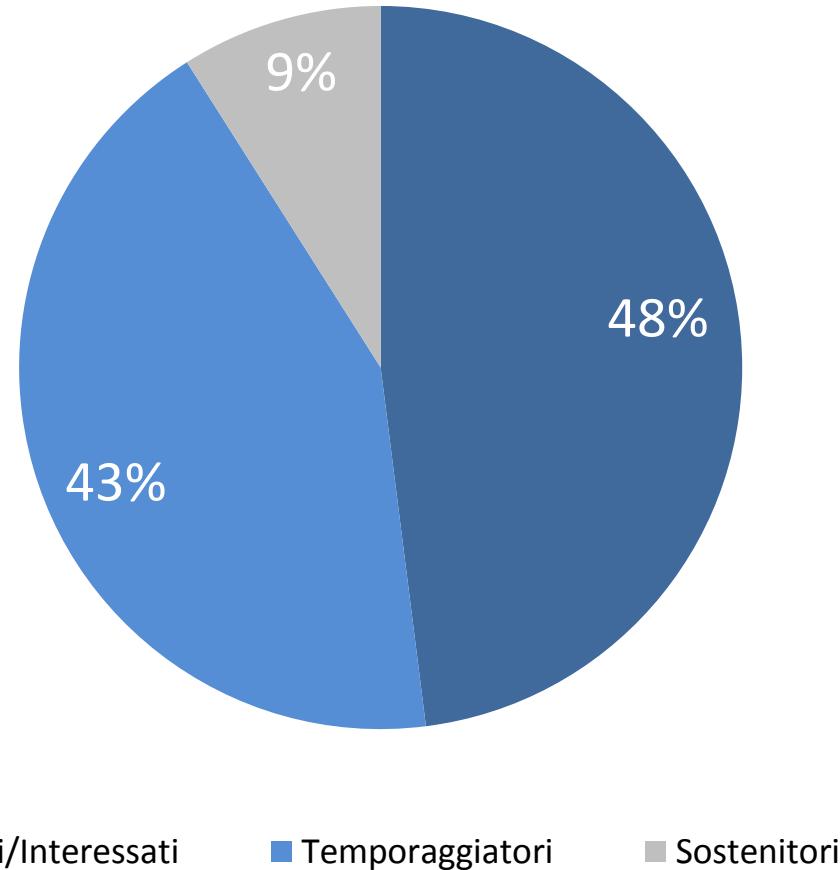
Intervento del dott. M. Primanni

President & Founder Gruppo Excellence



Le nuove tecnologie digitali sono viste come un *abilitatore di business*, ma la difficoltà è trovare la giusta strategia digitale

- *La maggior parte delle iniziative «tech» adottate sono incentrate sul **miglioramento dei canali di comunicazione con i clienti (web e mobile)***
- *Pochi operatori stanno testando **piattaforme di Robo Advisor e/o iniziative di RPA (Robotic Process Automation)**, mentre stanno investendo negli **analytics** solo gli Asset Manager maggiori*
- *La maggioranza dei Players sta adottando un **approccio «wait and see»***





80% ritiene che le nuove tecnologie digitali sono la sfida principale



71% è preoccupato per la perdita di ruolo verso i Millennials



42% ritiene che gli **strumenti digitali** a maggiore impatto saranno per **l'efficienza operativa**



47% ritiene che ciò che i **clienti apprezzano** di più sia la possibilità di **visualizzare il portafoglio online o mobile**

63%

dedica la maggior parte del loro **tempo alla gestione del rischio, alla compliance e agli adempimenti normativi**

66%

vede l'**IA come un'opportunità**, e nessuno la vede come una minaccia

Gli E*Advisor sono i consulenti che riescono a combinare con successo il loro know-how personale con le tecnologie digitali

Usano la **tecnologia** per:

- **Individuare meglio i bisogni** dei clienti
- **Ampliare la gamma di servizi** offerti
- Assicurare ai clienti una **migliore customer experience** *<interagendo anche a distanza>*
- **Raggiungere** più efficacemente gli obiettivi condivisi con i clienti



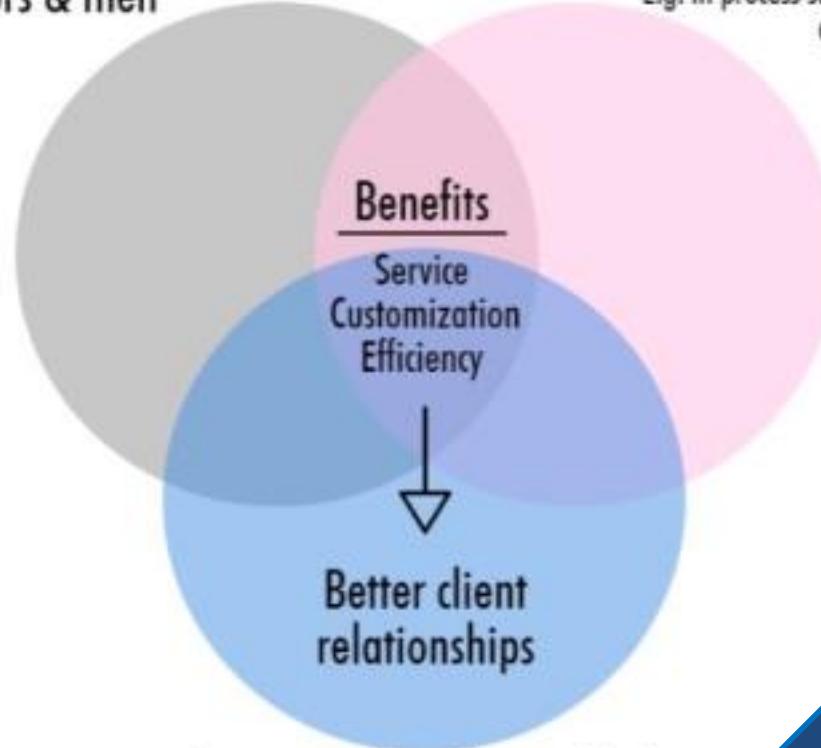
Negli USA gli E*Advisor sovra-performano rispetto ai consulenti tradizionali, infatti hanno:

- **portafogli più grandi** (+42%)
- **maggiori AUM/cliente** (+35%)
- **più clienti Private** (+15%)
- **più clienti X e Y** (+30%)
- **compensi maggiori** (+24%)
- **clienti più soddisfatti** (+30%)

Tipicamente gli E*Advisor sono parte di un Team (62%) ed hanno la certificazione di Financial Planner (39%)

Direct assistance to
advisors & their
teams

Client self-service
E.g. in process steps such as
onboarding



Superior, digitally-enabled
advisor-client interaction
E.g. investment portals, shareable interfaces

**FOCUS TAVOLA
SEGUENTE**



Cliente



Financial Advisor

Il portafoglio e le strategie di investimento sono salvati in Cloud consultabili ovunque da qualsiasi device



Il Financial Advisor può anche monitorare come il Cliente sta implementando le sue azioni per raggiungere i suoi obiettivi, inviando promemoria e feedback



Financial Advisor e Cliente si relazionano regolarmente attraverso vari tools di comunicazione



Sia Cliente che Financial Advisor possono tenere traccia di come il Cliente sta procedendo verso i suoi obiettivi finanziari attraverso l'aggiornamento continuo dei dati



Financial Advisor e Cliente teoricamente potrebbero non incontrarsi mai di persona



FOCUS SULLA CUSTOMER EXPERIENCE PIÙ CHE SULLA TECNOLOGIA!

Alcune domande chiave cui rispondere prima di avviare un progetto digitale

1. E' stata definita una **customer experience digitale** per il cliente?
2. La customer experience **è adeguata rispetto alle caratteristiche/desiderata** dei clienti?
3. La customer experience **Consente** al cliente, alla banca e al Financial Advisor di **conseguire** benefici economici?
4. La banca possiede o è in grado di acquisire tutte le **risorse abilitanti** della nuova **customer experience**?
5. E' possibile **misurare e monitorare** il **livello di servizio** percepito dal Financial Advisor e dal cliente grazie alla nuova customer experience?

SCEGLIERE COME UTILIZZARE LA LEVA DIGITALE PER EVOLVERE IL PROPRIO MODELLO DI BUSINESS!!!



La leva digitale puo' aiutare asset manager e wealth manager ad evolvere il loro modello di business...



BUSINESS INNOVATOR
Migliora la value proposition e l'efficacia commerciale

EFFICIENCY SEEKER
Efficiente processi operativi e contiene i costi

DATA DISCOVERER
Evolve i sistemi decisionali con dati ed analisi avanzate

...ma è necessario definire a livello strategico su quale ambito si vuole competere



BUSINESS INNOVATOR

Migliorare la value proposition e l'efficacia commerciale

- Acquisizione/Interazione con il cliente tramite social media
- Segmentazione clienti e personalizzazione offerte
- Educazione interattiva del cliente
- Accesso diretto agli esperti tramite canali digitali
- Motori di asset allocation «cognitivi» (basati su profilo clienti e trend di mercato)
- ...



EFFICIENCY SEEKER

Efficientare processi operativi e contenere i costi

- Digitalizzazione processi
- Data quality e organization (es. reporting, ricerche, comunicazioni)
- Abilitazione processi/attività in self-service
- Compressione tempi di gestione processi End-to End
- Gestione digitale dei documenti
- ...



DATA DISCOVERER

Evolvere sistemi decisionali con dati ed analisi avanzate

- Predictive analytics per clienti e FA
- Check digitali di adeguatezza prodotti e portafogli
- Alerting automatico
- Tracking history del cliente
- Digitalizzazione processi di risk e compliance
- ...

Grazie per l'attenzione!

EXCELLENCE
CONSULTING

Maurizio Primanni

President & founder

+39 340 0820341

m.primanni@excellence-consulting.com

Excellence Srl

via Vittor Pisani, 7 - 20124 Milano

T. +39 02 67079116 - F. +39 02 66718295

www.excellence-consulting.com