

# Digitally human banking

LA TECNOLOGIA CONTINUA A MODIFICARE LA VITA DEI CONSUMATORI E I SERVIZI DELLE BANCHE. MA PER OTTENERE UNA TRASFORMAZIONE EFFICIENTE E ACCETTATA È NECESSARIO LAVORARE ANCHE SULLA RELAZIONE CON IL CLIENTE

L'innovazione tecnologica sta rivoluzionando anche il modo con cui comunichiamo e interagiamo sia nella vita privata che in quella professionale; una trasformazione digitale di successo, tuttavia, deve andare oltre una mera digitalizzazione dei touch point con il cliente. La tecnologia contribuisce in modo determinante all'efficienza operativa e alla riduzione del cost-to-serve, ma le banche devono focalizzarsi su modelli di servizio digitali che risolvano problemi reali, mantenendo al centro gli aspetti fondanti della relazione: fiducia, empatia e disponibilità.

## Dall'AI alla mobile app

Il cliente bancario pretende dalla propria banca gli stessi valori offerti dai social media e dai grandi digital retailer: efficienza, velocità, sicurezza delle transazioni e servizi personalizzati. E l'ecosistema delle innovazioni tecnologiche disponibili consente di soddisfare tutte queste aspettative. L'Artificial Intelligence (AI), ad esempio, apprende e interagisce diventando un vero e proprio co-worker a supporto del personale bancario. CSE ha da tempo abilitato modelli di servizio basati su sofisticati modelli di Robo for Advisory, la cui capacità elaborativa e predittiva diventa complementare alle dimensioni umane di fiducia e credibilità proprie dei consulenti finanziari. CSE ha inoltre sviluppato una mobile banking app basata su tecnologie di voice-recognition in grado di eseguire operatività transazionale con una affidabilità e una esperienza d'uso pari a quelle dei tradizionali sportelli bancari.

## I pilastri della digitally human strategy

Ma la tecnologia è solo un mezzo e non un fine. L'obiettivo strategico delle banche di successo deve essere quello di sfruttare l'innovazione per diventare il partner di riferimento nella vita finanziaria dei propri clienti. Tre sono i capisaldi di questo approccio:

- Integrazione di human e digital nella customer experience: chatbot e AI, ad esempio, possono essere utilizzati in moltissimi casi; deve però essere sempre garantita, quando occorre, la possibilità dell'intervento umano specialmente quando si deve ampliare la fiducia e rafforzare la relazione con il cliente.
- Modelli di servizio olistici: le banche, attraverso piattaforme di open banking, possono creare partnership con FinTech e organizzazioni di altri settori industriali, per assumere un ruolo di integrazione e centralità nella vita quotidiana del cliente, che vada ben oltre i servizi strettamente finanziari.
- Diffusione interna del digital mindset: l'utilizzo progressivo di tecnologie innovative richiede alle organizzazioni bancarie di enfatizzare lo sviluppo di digital soft skill complementari, quali il pensiero critico, il knowledge networking e la digital awareness.



Igor Bailo,  
Direttore  
Generale  
di C.S.E.  
Consulting

Igor Bailo  
Direttore Generale  
C.S.E. Consulting