

Da SAS e Finantix, la soluzione di BI real time per il mondo finanziario



Le funzioni analitiche e predittive si calano nei processi operativi di front end per ottimizzare la relazione con il cliente

Che la relazione con il cliente sia oggi una delle leve strategiche di differenziazione competitiva è un fatto che nessuna istituzione finanziaria può mettere in discussione. E in effetti, in un contesto in cui l'offerta tende a uniformarsi e i prodotti a standardizzarsi, il vantaggio competitivo risiede sempre meno in una politica di differenziazione del prodotto e sempre più in una strategia customer-centric di relazione. Una strategia che deve fondarsi sulla conoscenza del

cliente, per ricostruirne il profilo psicografico, oltre che demografico, e su una profilazione basata non tanto sui prodotti, quanto sulle esigenze (fase della vita) e sulle aspirazioni (stile di vita).

Il processo decisionale si sposta sul front end

La capacità di instaurare un solido legame con il cliente, peraltro in un quadro regolativo sempre più stringente (e basti pensare a Basilea, MiFid e Patti Chiari), diventa il primo elemento di differenziazione competitiva. Con alcune conseguenze pratiche di non poco conto. In primo luogo, la presa di decisione tende a spostarsi dall'ambito dipartimentale al front end: chi è a diretto contatto con il cliente deve disporre in tempo reale di tutte le informazioni per ottimizzare le operazioni di vendita e di consulenza e formulare la proposta meglio commisurata alle esigenze dell'interlocutore,

nel pieno rispetto delle norme emesse dagli enti di vigilanza. In secondo luogo, emerge con forza la necessità di integrare l'insieme dei processi che dalla relazione originano e nella relazione confluiscono in tutto il suo ciclo di vita, dalla semplice operatività multi-canale alla profilazione del cliente, dall'analisi dei bisogni al confezionamento dell'offerta, dalla valutazione del rischio cliente all'approvazione della pratica di fido.

Gli analytics si fondono con l'orchestrazione dei processi

Proprio la gestione dell'intero ciclo di vita del cliente con l'istituto finanziario è al centro della soluzione recentemente rilasciata da SAS e Finantix. È una soluzione che è frutto di due best practice, maturate da entrambi i player nel soddisfare le esigenze strategiche e operative dei maggiori istituti finanziari mondiali. Da un lato, una leadership indiscussa

nella Business Intelligence analitica e predittiva declinata sulle concrete necessità del mondo finanziario, dalla customer intelligence al risk management, fino a quell'area del "governo del valore" in cui confluiscono pianificazione strategica, controllo di gestione e capital management. E dall'altro, una piattaforma applicativa finalizzata a orchestrare le attività ed i processi di relazione della banca con la clientela (dalle attività di sportello alle pratiche di fido, dalla gestione delle opportunità di vendita alle transazioni, dalla progettazione dei prodotti alla consulenza, dalla richiesta di fido alla gestione dei processi approvativi) per trasformare le filiali in organizzazioni di vendita e consulenza, muovere l'operatività sui canali di tipo self, aumentare le capacità di fare consulenza nel rispetto della normativa, garantendo la soddisfazione del cliente attraverso il coordinamento dei canali.

L'intelligence al cuore dell'azione commerciale

Il risultato è una soluzione integrata che offre in tempo reale agli operatori di filiale, ai sistemi di internet banking, agli addetti dei call center come pure alla rete di vendita e di consulenti tutte gli strumenti e elementi necessari per esercitare un'azione mirata e proattiva nel momento in cui entrano in contatto con il cliente ma anche le migliori attività di sviluppo del proprio portafoglio clienti giorno per giorno. A cominciare da quella customer intelligence che è il presupposto per individuare e formulare la comunicazione e l'offerta più appropriata: dati storici (interazioni passate, aree di interesse, preferenze, ecc.), modelli analitici e predittivi (valore del cliente, eventi della vita che possono influenzare l'acquisto, rischio di credito, ecc.), dati raccolti dalle interazioni multicanale (dalle sessioni Web alle conversazioni di call center, fino alle operazioni transazionali). Questi elementi di conoscenza, aggiornati al momento stesso in cui ha luogo il contatto, si integrano con le analisi relative all'area del "governo del valore", nella nuova prospettiva imposta dall'entrata in vigore del secondo pilastro di Basilea: dalla definizione del piano strategico in base alle ipotesi commerciali e organiz-

zative alla sua conversione nel budget annuale, dalla determinazione del risk appetite alla modellazione del processo di capital allocation e di capital forecasting, dalle analisi di simulazione e di stress del rischio alla generazione dei resoconti ICAAP, fino al calcolo di indicatori di performance aggiustati per il rischio (RAROC, RORAC, RARORAC, ecc.). In questo modo, le azioni dell'operatore di filiale, del call center, del gestore della relazione o dei canali di direct banking vengono personalizzati e commisurati alle effettive caratteristiche ed esigenze del cliente, ma al tempo stesso

Chi è a diretto contatto con il cliente deve disporre in tempo reale di tutte le informazioni utili per ottimizzare le operazioni di vendita e formulare la proposta meglio commisurata alle esigenze dell'interlocutore, nel pieno rispetto delle norme emesse dagli enti di vigilanza.

allineate agli obiettivi strategici aziendali e rispondenti alle logiche sempre più severe di compliance e di regulation.

Una visione olistica in tempo reale

Una delle novità della soluzione di SAS e Finantix sta proprio in questo: nella capacità di offrire in tempo reale agli operatori di front-end, siano essi specialisti dei crediti, sportellisti o gestori della relazione, una visione olistica del cliente per migliorare il servizio offerto, adeguare la consulenza ai suoi reali bisogni, cogliere tutte le opportunità (ad esempio di up e cross selling) e conciliare un'offerta che offra del valore aggiunto al cliente con le strategie di vendita della banca. La soluzione si configura infatti come una combinazione di due best practice, consolidate in anni di partnership con le maggiori istituzioni finanziarie europee e internazionali. Una combinazione che, strutturata e integrata sotto il profilo tecnologico e applicativo, indirizza efficacemente e con tempi brevi di delivery l'esigenza di massimizzare la profittabilità della relazione con il cliente. Una combinazione resa possibile non solo dall'affinità tecnologica (ad esempio, l'adozione di architetture native di tipo SOA), ma anche

dalla comunanza del modello di business: la volontà cioè di favorire l'evoluzione tecnica della banca e la gestione ottimale dell'esercizio, senza imporre alcun tipo di dipendenza tecnologica e lasciando al cliente il controllo assoluto dei sistemi. Insomma, le banche che oggi intendono impostare su basi nuove la propria strategia di relazione con il cliente, integrando in tempi brevi e a costi certi i processi di intelligence real time con un front-end operativo, orientato alla vendita ed alla consulenza, possono contare sulla soluzione di SAS e Finantix, pensata per minimizzare i tempi e le complessità di realizzazione.

Analisi real time e personal financial planning

Del resto, la raccolta, l'elaborazione e l'analisi dei dati in tempo reale costituiscono un prerequisito per l'efficacia dell'azione commerciale e consulenziale, da cui la banca non può prescindere, nella vendita dei prodotti finanziari o nell'apertura delle linee di affidamento. Si tratta di un'operazione complessa e delicata: occorre non solo sfruttare tutte le informazioni disponibili, comprese quelle raccolte nel corso del contatto, per conoscere i bisogni, le propensioni e gli interessi del cliente, ma anche stimare la probabilità attuale di acquisto o di rischio non in base a un profilo costruito in passato, bensì aggiornato real time al momento stesso in cui avviene il contatto. E questo in un quadro normativo che tende a regolare i singoli passaggi con cui la banca si appropria al cliente, raccoglie ed elabora le informazioni, propone un ventaglio di scenari alternativi e formula delle proposte che siano intelleggibili e confrontabili. La soluzione congiunta di SAS e Finantix intende aiutare la banca a trasformare in opportunità di business quelli che troppo spesso vengono considerati solo oneri burocratici di conformità. Perché la possibilità per i gestori di prendere decisioni critiche su investimenti e affidamenti in base ai profili analitici dei clienti aggiornati in tempo reale è il presupposto non solo per assicurare la compliance al quadro regolativo, ma anche, e soprattutto, per esercitare un'azione commerciale efficace e proattiva. ♦