

ATS porta la tecnologia smart in banca

CAMBIARE SI DEVE (RAPIDAMENTE): LO CHIEDONO I CONSUMATORI ORMAI "NAVIGATI". LE BANCHE E LA SFIDA DELLA RAPIDITÀ E DELL'EFFICIENZA DEI SERVIZI FORNITI

Il mondo (bancario) sta cambiando rapidamente. Nuovi player (non propriamente "banche", si pensi a Google) si offrono per fornire lo stesso servizio, al punto che un domani sarà possibile che «i servizi bancari rimangano. Ma lo stesso non è detto delle banche, come disse Bill Gates nel 1994», spiega Michele Sasso, Sales Director di ATS-Advanced Technology Solutions. La trasformazione in senso digitale degli istituti punta a ottenere due vantaggi: da una parte migliorare la customer journey del cliente, dall'altra efficientare il modello operativo interno. «La rapidità, il coordinamento tra i canali non sono feature richieste solo dagli utenti Millennials, ma pretese da clienti adulti, ormai abituati alla user experience fornita da altri settori merceologici – prosegue Sasso. Lì occorre lavorare, cambiando anche approccio: prima, infatti, il tempo a disposizione per creare e testare nuove applicazioni non era contingentato. Oggi, se una app non è subito appealing e funzionante, viene abbandonata». Se si pensa all'offerta digitale della banca, questa deve garantire al cliente

la possibilità di iniziare e concludere un processo - user friendly - dove e come egli vuole, indipendentemente dal canale di contatto (cellulare, tablet, laptop, wearable device). «Per giungere a questi risultati, o si pensa alla creazione di una banca ex novo, ma è molto raro, oppure si iniziano a cambiare organizzazione e tecnologie – spiega Sasso. Il che significa per esempio valorizzare il ruolo del Chief Digital Officer, degli esperti in User Experience, dei Data Scientist. Provare a cambiare una struttura informativa bancaria spesso ancora a silos, retaggio alle volte di vecchie tecnologie». Per ATS diventa dunque fondamentale modernizzare l'attuale struttura tecnologica, per esempio ponendo tra front end e back office dei layer intermedi; oppure costruendo una nuova customer journey multicanale e una customer experience coerente e personalizzata a seconda dei device. E comprendendo in questa "visione tecnologica" anche i wearable device.

Oltre il servizio personalizzato

ATS è impegnata anche a predisporre canali di self-assessment per la pianificazione finanziaria. Con la bolla immobiliare ormai

scoppiata, molte masse di denaro sono state spostate verso il sistema bancario. Unitamente ai classici prodotti di Personal Financial Management per monitorare il patrimonio, ATS ha sviluppato un motore di classificazione che consente di ottenere in modo intuitivo i dati sul bilancio familiare, con entrate e uscite e proiezione dei trend di spesa. A questi dati l'utente può "agganciare" la pianificazione finanziaria relativa agli obiettivi che intende perseguire. La banca può utilizzare, per la proposta, sia gli strumenti di robo advisory sia i suoi promotori, che a quel punto possono fornire un servizio a valore aggiunto.

La tecnologia del futuro è già disponibile

Il lavoro di ATS punta tantissimo sull'innovazione. Spiega Sasso: «Presso il nostro laboratorio sperimentiamo le nuove tecnologie (Spark, Cassandra, Hadoop, Kafka, Ethereum, etc.), scegliamo quelle maggiormente esportabili e le portiamo sul campo. Desideriamo essere riconosciuti proprio come gli "specialisti dell'innovazione". Inoltre siamo molto attivi nell'ambito della user experience e dell'analisi dei big data. Siamo impegnati sulla piattaforma Blockchain e stiamo lavorando a diversi use case tra cui uno specifico per l'interscambio tra sistemi di pagamento eterogenei, non passando dai canali tradizionali».



Michele Sasso,
Sales Director di
ATS-Advanced
Technology
Solutions

E.G.