

Millennials: benvenuti nell'Open Banking

MOBILE FIRST, ADVANCED ANALYTICS E OPEN BANKING SONO LE TRE DIRETTRICI SU CUI SI SNODA L'INNOVAZIONE NEL BANKING. A RACCONTARLO È ATS, CHE PUNTA SUL RIDISEGNO DELLA USER EXPERIENCE PER ANDARE INCONTRO AI CLIENTI DIGITALI

Nel parlare del cliente digitale è impossibile non citare i Millennials, la generazione che sta cambiando radicalmente il modo di approcciare ai servizi, compresi quelli bancari. Il canale mobile è centrale nel loro customer journey e la personalizzazione è un requisito fondamentale. Ecco perché user experience e analisi dei dati sono alla base dei servizi bancari innovativi, in grado di soddisfare le esigenze finanziarie di questo target di clientela, identificabile principalmente per le caratteristiche comportamentali più che per la fascia di età.

Tre elementi di innovazione

In questo momento di mercato, gli elementi cardine di innovazione sono tre: mobile first, advanced analytics, open banking. Mobile first perché i comportamenti sono cambiati: il cliente digitale entra poco in filiale, accede anche meno

al portale della banca per operazioni di routine, privilegia invece app con una user experience che favorisca velocità e facilità di utilizzo. Ma cerca anche il massimo della specializzazione per ogni servizio (pagamenti, prestiti, investimenti, etc.). Noi riprogettiamo sui canali digitali l'esperienza utente, ponendo l'attenzione proprio sugli aspetti comportamentali e avendo ben presente il concetto di personas: una vera e propria carta d'identità del cliente/utente fatta di comportamenti, abitudini, interessi, verso i quali attivare un'interazione personalizzata. Inoltre questa esperienza deve essere integrata con i social network, le transazioni familiari, i chatbot. Fondamentale è dunque l'analisi dei dati per conoscere il cliente e anticipare le esigenze finanziarie, oltre che per fornire servizi e rispondere ai bisogni in tempo reale. La capacità di analizzare in real time grandi volumi di dati, anche eterogenei, è alla base dei chatbot, attraverso cui il cliente può interrogare il proprio conto e conoscere la situazione finanziaria. Utilizzando per di

più il linguaggio naturale. Si tratta di strumenti che possono fornire informazioni, migliorare la customer service, ma anche contribuire a elevare l'educazione finanziaria dei clienti. Tecnologie su cui ATS è particolarmente attiva.

La banca come marketplace

La specializzazione è un altro aspetto importante e il modello open banking, spinto dalla PSD2, può rappresentare un'opportunità per fare evolvere la banca verso il concetto di marketplace: una offerta di servizi ad alto valore aggiunto caratterizzati da un'elevata user experience, tecnologicamente avanzati, allineati allo stile di vita delle persone. La banca mantiene comunque il suo ruolo centrale nel risolvere le esigenze finanziarie del cliente e nella gestione dei suoi risparmi. Tutto questo ha un impatto sull'IT, e richiede dunque un ripensamento delle architetture per supportare la strategia e il modello di business API che la banca vuole adottare. Con le nostre competenze tecnologiche affianchiamo le banche nel progettare, ridisegnare e definire le logiche di integrazione delle loro architetture informative e applicative, facilitando il passaggio verso un approccio "open".



*Domenica Marano,
Marketing Manager di
ATS-Advanced
Technology
Solutions*

Domenica Marano
Marketing Manager
ATS-Advanced Technology Solutions