

Business Card

Auriga

Auriga, un'eccellenza della #nextgenbank

Il digital banking rappresenta uno degli elementi strategici del futuro del settore finanziario. Tuttavia, siamo consapevoli che oggi la vera chiave di successo è l'integrazione dei molteplici canali fisici con quelli digitali, per offrire al cliente la stessa modalità di fruizione delle operazioni bancarie su ogni punto di contatto con la banca. Per supportare questa strategia è necessaria una tecnologia abilitante in grado di semplificare e ottimizzare l'omnicanalità, e offrire ai clienti la possibilità di usufruire di un centinaio di servizi integrati. Il concetto alla base è demandare al canale self-service tutte le operazioni di cassa o sportello per permettere al personale di filiale di dedicare la totalità del proprio tempo ad attività di vendita e di consulenza in favore del cliente.

Non si tratta di sostituire il consulente con la macchina, ma di trovare il giusto equilibrio per implementare soluzioni ibride, in ottica di multicanalità. La relazione tra il cliente e la banca, infatti, non può fare a meno della capacità umana di creare empatia, ascoltare e comprendere le esigenze del cliente. Ma grazie alla tecnologia, la banca può permettere al cliente di scegliere la modalità con cui desidera interagire, personalizzando la sua esperienza sulla base di quello che realmente vuole e di cui ha bisogno.



Questo è reso possibile anche grazie a strumenti di customer analytics per la profilazione dei clienti e la raccolta di dati utili, allo scopo di diffondere messaggi in modo intelligente e coordinato su tutti i touchpoint e offrendo al marketing dati interessanti su cui costruire le proprie azioni. Una strategia che va a tutto vantaggio del cliente finale il quale, oltre a godere di una maggiore attenzione all'interno della filiale, può autonomamente fruire sia dei servizi tradizionali sia di quelli più innovativi.

Lo scopo di Auriga è offrire questo tipo di tecnologia, per dare alle banche una visuale completa del rapporto banca-cliente, indipendentemente dal canale che quest'ultimo sceglie di usare, con una visione globale delle informazioni, oltre alla

capacità di prevedere flussi ed esigenze specifiche. In questo modo è possibile dare un supporto concreto, e di valore, alle decisioni strategiche delle banche.

Ci sono poi alcune tecnologie disruptive che le banche dovranno accogliere e integrare per restare competitive. L'intelligenza artificiale in primis sta rivoluzionando il modo di relazionarsi con i clienti, permettendo di conoscere e analizzare i bisogni per offrire prodotti e servizi su misura. Non a caso Auriga ha già avviato progetti di ricerca in questo campo, per supportare le banche nell'engagement dei clienti.

Ci sono poi gli advanced data analytics, che rappresentano un importante passo avanti per ottenere conoscenza ad alto valore aggiunto sui clienti, migliorare la relazione, generare nuove opportunità di business, ridurre i costi operativi e le inefficienze. Infine, altro tema centrale è quello dell'open banking, che costringe le banche ad aprirsi a un ecosistema bancario più vasto, costituito da società di terze parti. L'innovazione in questo caso passa attraverso partnership strategiche, fatte allo scopo di spingere gradualmente, e con efficacia, la propria offerta in un nuovo scenario altamente competitivo. In questo percorso Auriga, con la propria piattaforma software e investimenti costanti in R&D, si pone come un partner strategico in ottica di open innovation e innovazione bancaria.



www.aurigaspa.com