

Intelligenza artificiale - **SPECIALE**

L'intelligenza artificiale si fa in quattro

AURIGA HA IDENTIFICATO QUATTRO AMBITI PER L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE IN BANCA: DALLA MANUTENZIONE DELL'HARDWARE, FINO ALLA BUSINESS INTELLIGENCE. PASSANDO DALLA GESTIONE DEL CLIENTE E DEL CONTANTE

L'intelligenza artificiale può fare la differenza? Secondo Antonella Comes, Chief Marketing Officer di Auriga, le banche possono ottenere svariati vantaggi. «I bisogni delle banche oggi sono complessi: pensiamo ai consumatori, che richiedono servizi semplici ma efficaci, senza frizioni e personalizzati – spiega Comes. Questa tecnologia offre una risposta efficace alle esigenze delle banche, permettendo loro di supportare e automatizzare i processi interni che impattano su servizi alla clientela, affidando al software la parte automatica dell'operatività. Per ridurre gli errori e velocizzare i risultati».

Ma dove applicare l'AI?

Secondo Auriga ci sono quattro ambiti dove, al momento, l'intelligenza artificiale può portare benefici: le strategie di manutenzione e di approvvigionamento; la gestione dei clienti; la gestione del contante; la business intelligence. «Per quanto riguarda il primo punto, attraverso l'AI le banche possono abbattere

i costi di manutenzione dell'hardware e incrementare la disponibilità del servizio – chiarisce Comes. L'AI consente di riconoscere i pattern e i trend di anomalie per ciascun asset, così come ricavare i pattern e i trend relativi alle frodi. Inoltre, vengono utilizzati algoritmi genetici e reti neurali per anticipare l'eventuale manutenzione o sostituzione dell'hardware, prima che l'hardware stesso smetta di funzionare».

Conoscere il cliente con l'intelligenza artificiale

Per quanto riguarda il customer management, «l'AI permette di studiare i dati di tutte le transazioni bancarie e le movimentazioni dei flussi, su tutti i canali, per fornire risultati su tendenze, stagionalità e redditività di ogni singolo servizio – continua Comes. Sempre in ambito customer management, attraverso algoritmi di deep learning è possibile rilevare le caratteristiche del volto dei clienti, creare gruppi di utenti basati su profili simili, elaborare programmi di fidelizzazione e ideare nuovi servizi».

Ottimizzare la gestione del contante e gli investimenti

Nel cash management, invece, attraverso l'analisi delle serie temporali e gli algoritmi di apprendimento automatici, le banche hanno a disposizione trend e previsioni sulla gestione del ciclo di vita del contante e la sua filiera di gestione. «In questo modo – precisa Comes – è



Antonella Comes,
Chief Marketing
Officer di Auriga

possibile prevedere i movimenti di prelievi, versamenti e ricicli e ottimizzare il flusso di contanti. Infine, attraverso un'analisi dei clienti e del loro sentiment, le banche possono comprendere meglio il cliente e intraprendere azioni mirate per ridurre il churn rate e mettere in campo azioni di up selling e cross selling. Attraverso una business intelligence di questo tipo è possibile orientare meglio la strategia e gli investimenti».

Accrescere le competenze in banca

Per sfruttare le possibilità che si aprono con l'AI, tuttavia, le banche devono continuare ad aumentare le competenze necessarie al proprio interno. «Negli ultimi anni sempre più banche stanno investendo in progetti di advanced analytics che richiedono competenze specialistiche – conclude Comes –, con l'inserimento non solo di figure generiche di Data Scientist ma anche di Data engineer, Data analyst e Data visualization expert. Questa è la strada da seguire e noi l'abbiamo già intrapresa».

G.C.