

Kaidan

La formazione del consulente finanziario



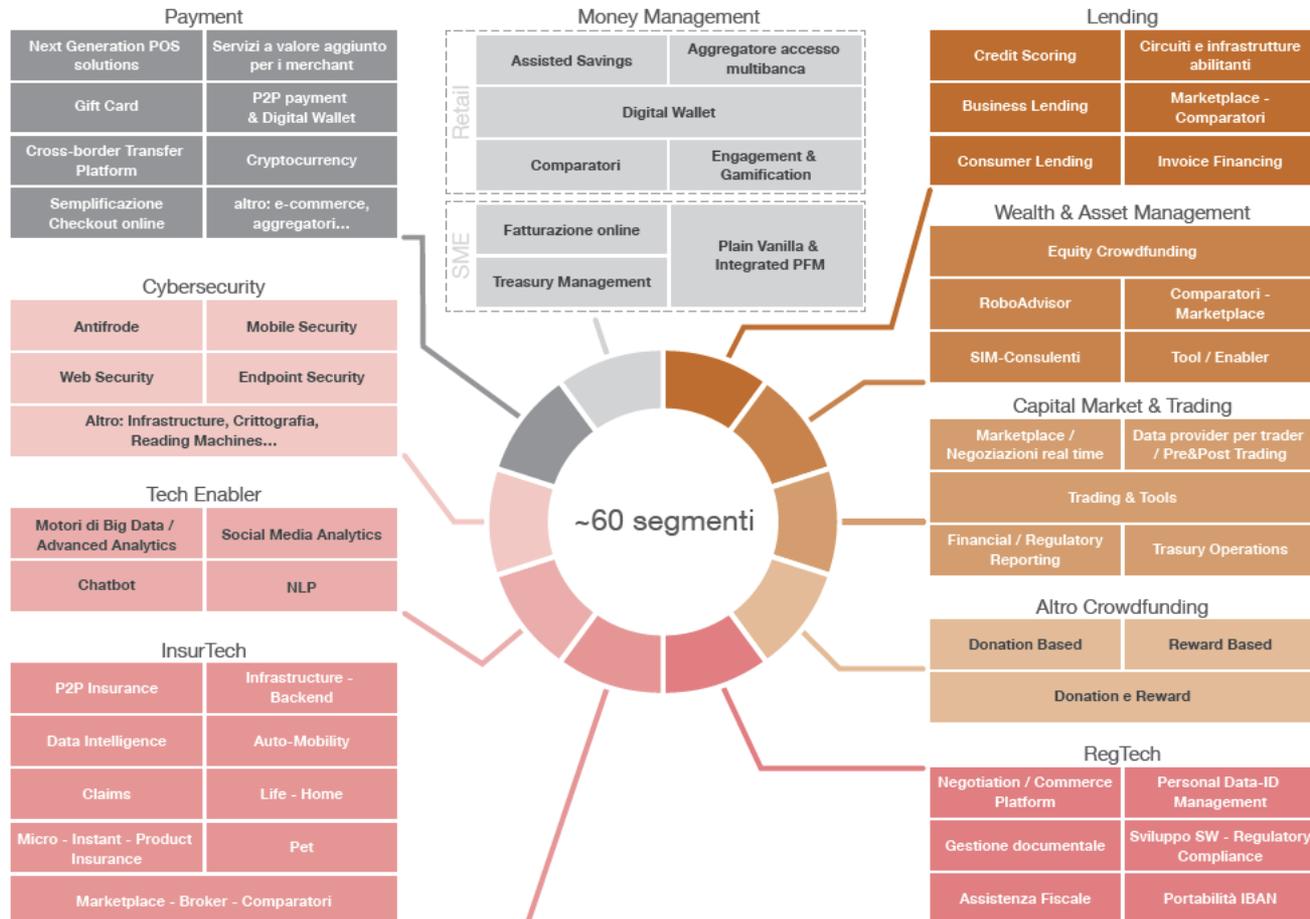
CD FINANCE

Consulting srl

Le opportunità fintech al servizio della consulenza finanziaria

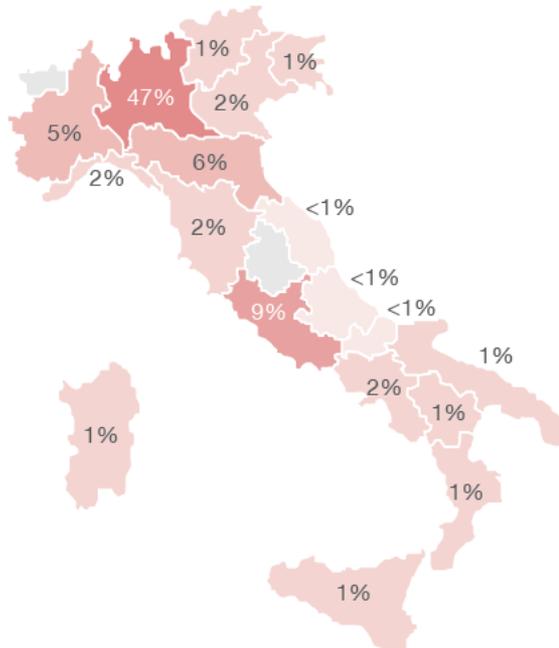


Il quadro FinTech oggi in Italia



Un fenomeno ancora molto concentrato

La distribuzione delle FinTech sul territorio nazionale



Evoluzione delle Financial Pure



Distribuzione del fatturato delle FinTech per classi dimensionali



Il contesto FinTech in Italia per il wealth management

Equity Crowdfunding			
			
RoboAdvisor	Comparatori - Marketplace	SIM - Consulenti	Tool / Enabler
			

- **Equity Crowdfunding:** si tratta dell'offerta online di equity di società private a gruppi di persone (crowd). L'Equity Crowdfunding è un meccanismo che consente a vasti gruppi di investitori di finanziare le Start Up in cambio di equity. Questo è il segmento numericamente più importante della categoria, con ben 20 piattaforme attive.

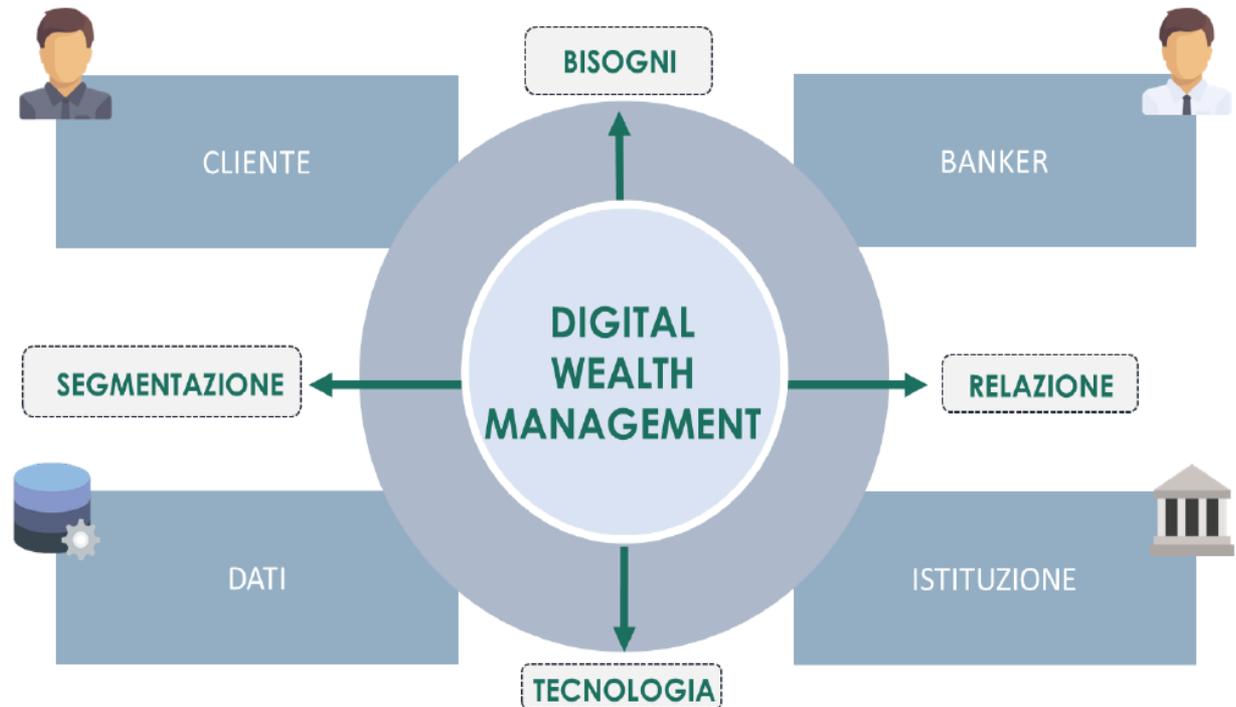
- **RoboAdvisor:** i RoboAdvisor sono un tipo di consulenti finanziari in grado di fornire consulenze finanziarie o gestione di investimenti online, con minimo intervento umano, grazie all'impiego di algoritmi e Intelligenza Artificiale. Il modo in cui queste funzioni sono svolte è vario. Alcune FinTech costruiscono direttamente i portafogli basandosi sul profilo del cliente; è questo il caso di **Moneyfarm** (direttamente sulla propria piattaforma)

- **SIM-Consulenti:** Si tratta della trasposizione online di modelli di business più classici, come per le SIM o le società di consulenza finanziaria. I rappresentanti di questo segmento sono **SoldiExpert** e **OnlineSIM**.

- **Tool/Enabler:** si tratta di strumenti di varia natura utili alla gestione degli investimenti. Impiegano la tecnologia (tipicamente l'Intelligenza Artificiale) per la creazione di software a supporto delle banche o società di investimenti. Rientrano in questo cluster **Finscience**, **Finantix**, **iFinTech**, **Mc Advisory** e **Wavenure**.

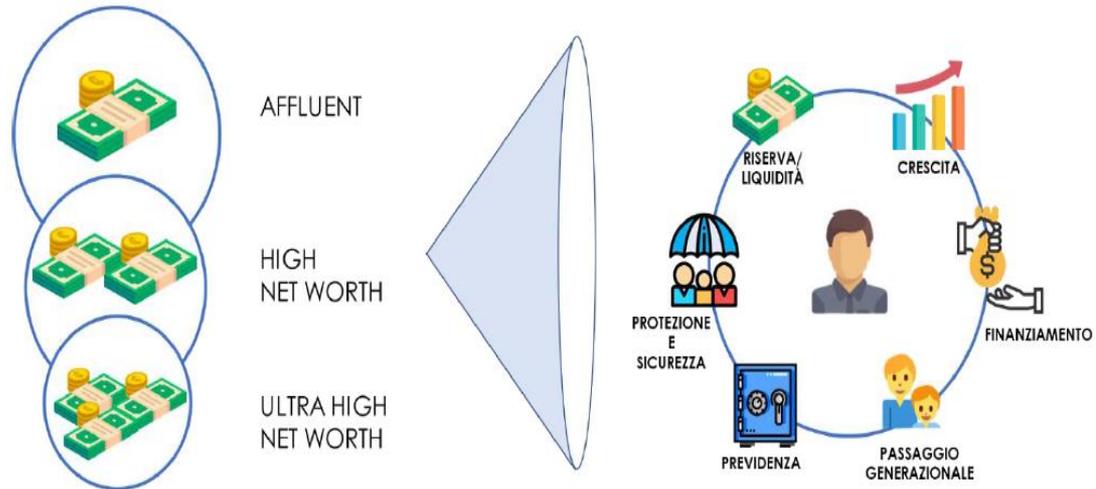
Il nuovo contesto del digital wealth management

- ✓ Il Digital Wealth Management rappresenta l'evoluzione e l'integrazione dell'innovazione tecnologica nei processi, servizi e prodotti che l'intermediario finanziario specializzato utilizza per soddisfare, con un elevato grado di personalizzazione, le esigenze finanziarie e non finanziarie dei propri clienti.
- ✓ In quest'ottica, per gli Istituti, rimane centrale la relazione con i clienti e con i banker, sulla quale devono essere ripensate strutture organizzative e processi operativi atti a trasformare le informazioni in dati e i dati in valore aggiunto tangibile per tutti i soggetti.



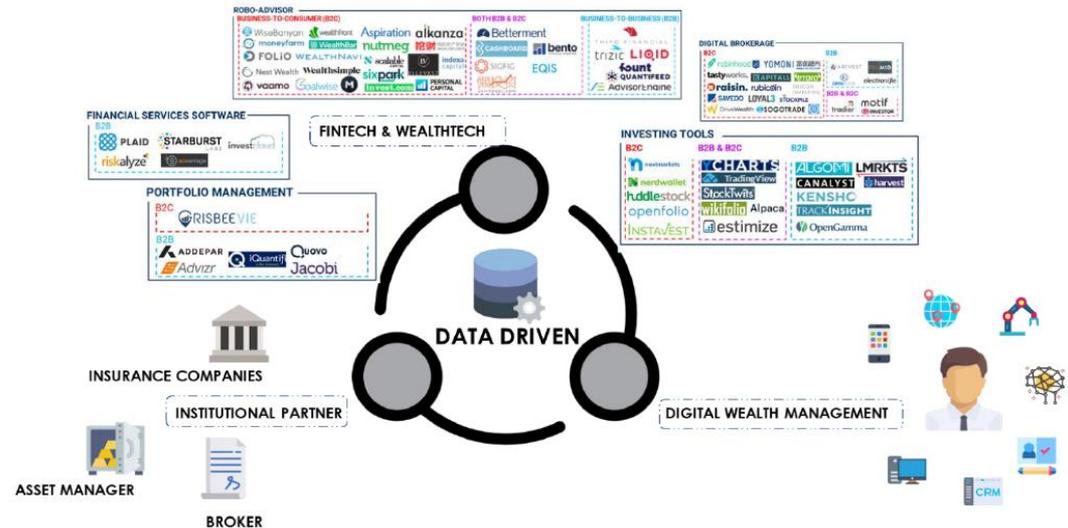
Da segmentazione tradizionale a gestione di esigenze complesse

- ✓ La congiuntura economico-tecnologica-normativa in atto stimola il cliente a richiedere, in ogni aspetto della propria vita, un alto grado di attenzione alle esigenze e un tempo di risposta breve, quasi in real time.
- ✓ L'aumento di tale complessità, a cui gli Istituti devono far fronte, spinge ad evolvere il modello di analisi e segmentazione del cliente su cui è strutturata l'offerta, da cluster patrimoniali ad un focus sulle esigenze attuali fino a prevedere, ove possibile, le necessità future.
- ✓ Questo tipo di approccio personalizzato deve essere rafforzato da una Customer Journey basata su nuovi punti di contatto, fisici e digitali, disegnati attorno all'esperienza del cliente (CX – Customer eXperience) con il banker e con l'Istituto.



Il nuovo ecosistema aperto verso il digital wealth management

- ✓ Un'altra importante leva che abilita il raggiungimento di un Digital Wealth Management è data dall'integrazione di nuovi soggetti all'interno del mondo dei servizi del Wealth Management, ma ciò dipende dalle modalità con cui le collaborazioni vengono pensate strategicamente e implementate.
- ✓ Una possibile strategia da valutare, in tal senso, è l'Open Banking, abilitata dalla PSD2, in cui diventa fondamentale la collaborazione con le BigTech Company (e.s. Google, Amazon, etc.) e altre realtà che stanno operando nello stesso campo d'azione come le WealthTech.
- ✓ Di conseguenza all'interno del Mercato risulta opportuno valutare l'implementazione di architetture aperte per aumentare la quantità e la qualità di servizi offerti ai clienti della Banca.
- ✓ Oltre ai nuovi player, questo tipo di approccio permette di consolidare i rapporti con i partner come gli Asset Manager, Compagnie di Assicurazione e Broker per creare un modello collaborativo che si avvicina sempre di più al concetto di metaindustria per la creazione di un maggior valore aggiunto.



I 5 punti su cui lavorare in un contesto digital friendly

La gestione e la negoziazione del portafoglio attraverso l'utilizzo di portafogli modello, analisi delle performance e gestione degli ordini

L'integrazione con le piattaforme e i sistemi aziendali già esistenti.

La gestione del CRM e la collaborazione digitale attraverso canali e device diversi (messaggi, voce, video, co-browsing) per ottimizzare e facilitare l'esperienza per e con il cliente.

Il processo di on-boarding digitale che include la verifica dell'identità e i controlli di adeguatezza.

La consulenza ibrida attraverso un modello di consulenza goal-based.

PRIMA FASE
DELLA
STRATEGIA:
STUDIO E
SEGMENTAZIONE

**La corretta segmentazione
della clientela target è
fondamentale**

Necessità di differenziare
l'approccio

Target ancora più proattivo
per chi vuole una consulenza
on line

Il fatto che la filiale sia
appetibile, non significa che
non bisogna digitalizzare i
processi

Millennials

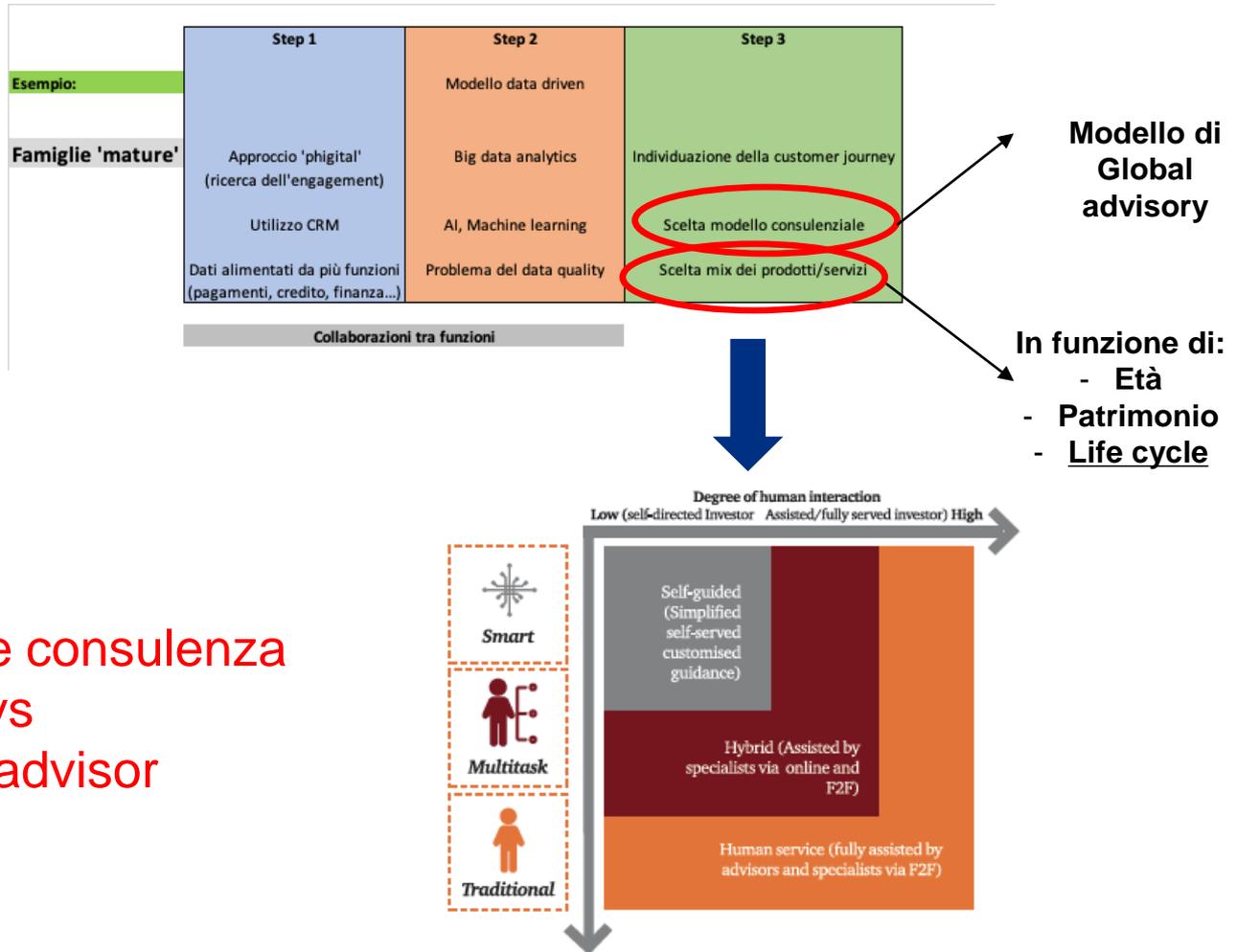
Giovani Famiglie

Value
constellation

Famiglie 'mature'

Segmento Private

SECONDA FASE:
INDIVIDUARE IL
MIX DI
INTERVENTI



Integrazione consulenza
vs
robot-advisor

GRAZIE
PER
L'ATTENZIONE!!!