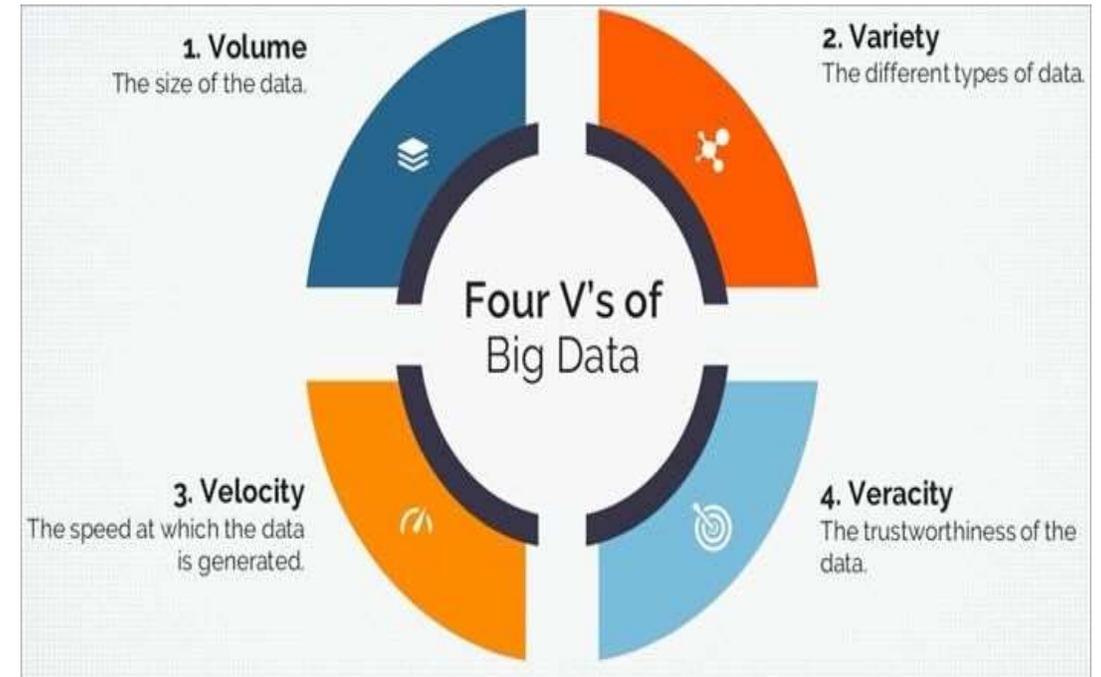
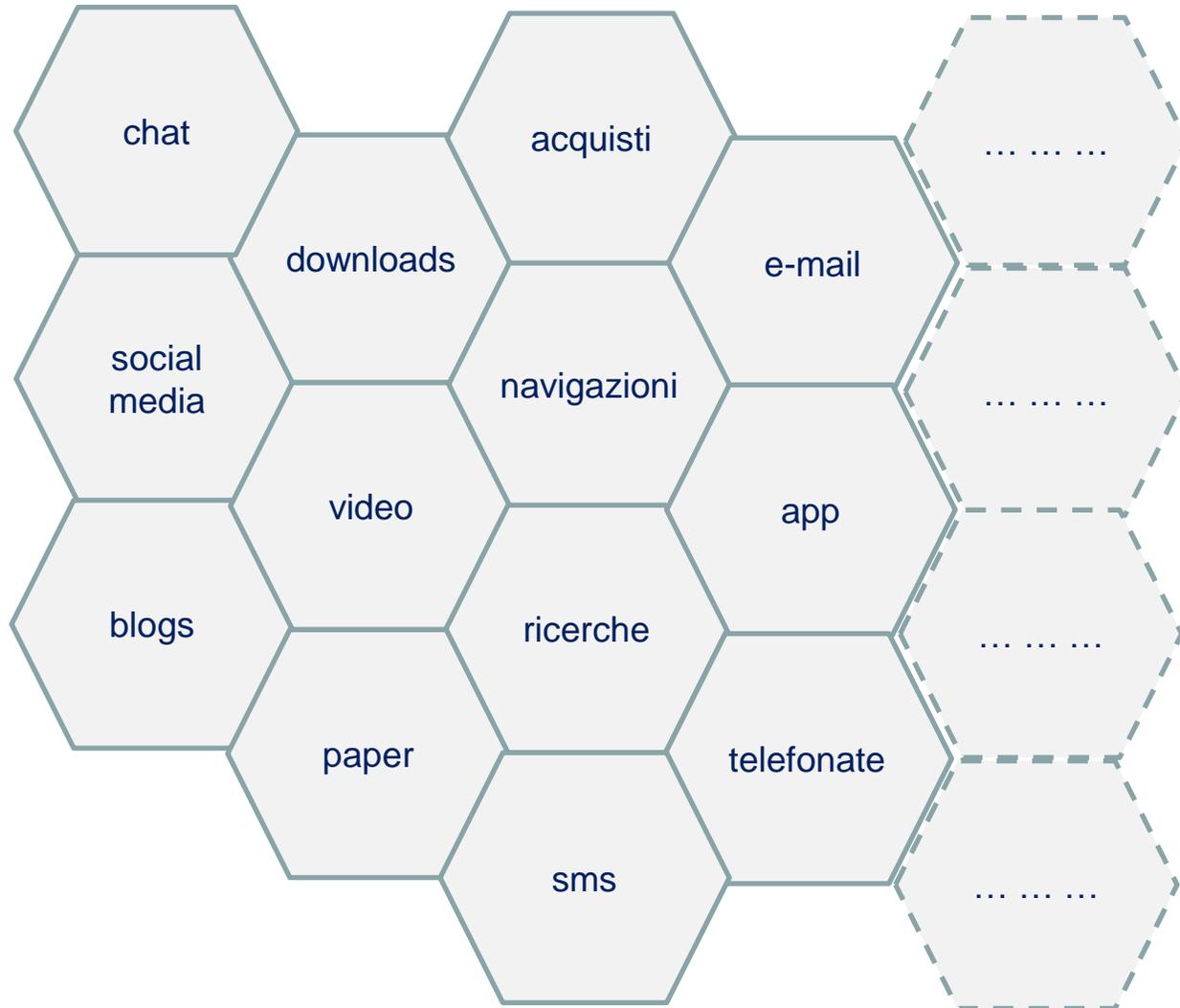


# LO SVILUPPO DIGITALE NELLA CONSULENZA FINANZIARIA – I parte

# Qualche riflessione: cosa succede in rete in un minuto?



# ecomatica I big data: i generatori per l'azienda



La dimensione della basi dati utilizzate

L'uso di informazioni non strutturate e da fonti multiple per supportare l'analisi

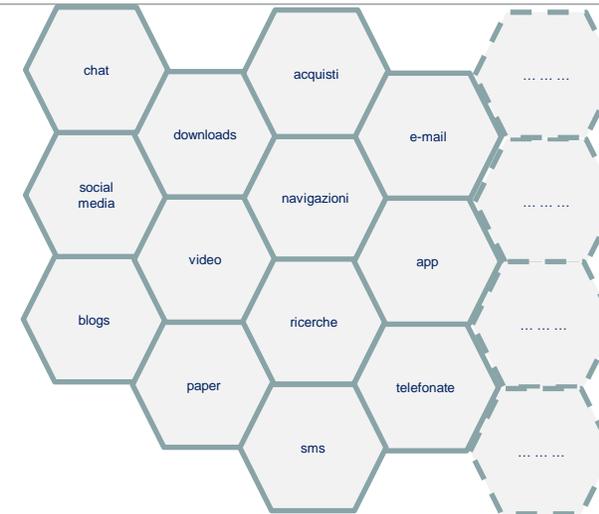
La velocità nel disporre dei dati utili all'elaborazione (real time) e dei risultati dell'analisi svolta sui dati

Il grado di complessità che caratterizza il data set

Il potenziale di interazione insito nelle molteplici basi dati utilizzate



Il valore che può essere ottenuto utilizzando tecniche innovative di analisi rispetto a quelle più tradizionali



Potenziale fruitore	Immaginate di...
Finanza	... poter dedurre in tempo reale i movimenti potenziali del mercato (con probabilità di incontro) derivanti dall'analisi del «sentiment» che si forma sulla rete e con analisi di correlazioni «non ovvie» (NORA)
Tesoreria	... riuscire ad avere previsioni predittive accurate in tempo reale in termini di masse e andamenti dedotte da ciò che effettivamente la clientela «pensa» o «penserà» di fare (prelievi, versamenti, pagamenti in valuta domestica ed estera, ...) e dell'impatto che potrebbe aversi per la calibrazione dei modelli comportamentali dell'ALM
Marketing	... capire oggi quali sono i prodotti e servizi di cui la clientela retail si accorgerà di aver bisogno tra 6 mesi ma che non è in grado di esprimere adesso perché non li ha ancora focalizzati (ad esempio, deducendo da «like», «dislike», post, tweet, chat, video su youtube, ecc. con analisi lessicale e psicologica delle corrispondenze e correlazioni...), progettandoli in anticipo e uscendo sul mercato esattamente quando il bisogno si manifesta e prima della concorrenza
Risk management	... intercettare i segnali di potenziale rischio di variazione della matrice di migrazione attraverso la combinazione di dati e correlazioni deboli (ad esempio misurare il sentiment di un settore economico da sensazioni e correlazioni non ancora manifestate)



# Nuovi scenari

## Insurance 2035: la compagnia del futuro



# Un Primo Esempio di Utilizzo Polizze Assicurative Dedicare ai Viaggiatori

Progetto sotto la supervisione di IVASS, CeTIF - Università Cattolica - e la tech company Reply, che ha coinvolto quattro compagnie assicurative (Mediolanum Assicurazioni, Cargeas, Nobis Filo Diretto e Reale Mutua), tre banche (Banca Mediolanum, Banca Popolare di Sondrio e UBI Banca) e Aon Benfield Italia S.p.A.

Tre tipologie di polizze parametriche legate al mondo viaggi: copertura del rischio maltempo, ritardo del volo aereo e smarrimento del bagaglio.

Polizze smart e istantanee all'interno dell'Insurance Blockchain Sandbox



Customer Experience

60% la riduzione dei costi operativi nella fase di apertura sinistri e liquidazione

Liquidazione immediata

$$a = q_1 \cdot b + r_0$$

$$b = q_2 \cdot r_0 + r_1$$

$$r_0 = q_3 \cdot r_1 + r_2$$

**Gli strumenti più utilizzati e verticalizzazione degli algoritmi utilizzati**

L'utilizzo di algoritmi sta diventando sempre più diffuso nella gestione del risparmio. Questi algoritmi possono essere utilizzati per:

- **Personalizzare le raccomandazioni di investimento:** in base al profilo di rischio, agli obiettivi finanziari e alle preferenze del cliente.
- **Automatizzare l'asset allocation:** ribilanciando periodicamente il portafoglio in base alle condizioni del mercato e agli obiettivi del cliente.
- **Gestire il rischio:** individuando e monitorando i rischi finanziari e adottando strategie per mitigarli.
- **Fornire un servizio di assistenza clienti più efficiente.**



- **Migliore efficienza:** Automatizzano compiti ripetitivi e dispendiosi in termini di tempo.
- **Migliore accuratezza:** Riducono il rischio di errori umani.
- **Migliore personalizzazione:** Offrono un'esperienza su misura per ogni cliente.
- **Maggiore accessibilità:** Consentono a un numero più ampio di persone di accedere a servizi di gestione del risparmio.
- **Etica e trasparenza:** È fondamentale che gli algoritmi siano utilizzati in modo etico e trasparente, garantendo la privacy e la sicurezza dei dati dei clienti.
- **Bias e discriminazione:** È importante evitare che gli algoritmi introducano distorsioni o discriminazioni nei loro risultati.
- **Comprensione e controllo:** I clienti devono essere in grado di comprendere come funzionano gli algoritmi e avere il controllo dei propri dati.

QUANTITATIVE  
DATA ANALYSIS  
SOFTWARE

# Gli stili di gestione quantitativa





Tutto è cominciato così



E siamo arrivati qui! Per adesso...

In poche parole, l'analisi quantitativa è una ricerca volta a rappresentare una certa situazione del mercato (come ad es. quote di mercato, previsione della domanda ecc.), o l'intensità di un fenomeno (ad es. il livello di soddisfazione clienti, la propensione all'acquisto di un nuovo prodotto o la tendenza di un movimento di borsa).

A differenza dell'analisi qualitativa eseguita su un campione di individui piccolo e statisticamente non rappresentativo, l'analisi quantitativa utilizza un campione rappresentativo, i cui risultati possono essere proiettati sull'intero mercato (o segmento) indagato.

