

LO SVILUPPO DIGITALE NELLA CONSULENZA FINANZIARIA – II parte

Una branca della gestione degli investimenti, che utilizza **metodi matematici e statistici per analizzare i mercati finanziari** e in particolare le opportunità di investimento in una vasta gamma di asset class.

Nel corso degli ultimi tre decenni, lo sviluppo della tecnologia ha giocato un ruolo di rilievo nell'evoluzione della finanza quantitativa e ciò ha portato a un utilizzo sempre più frequente dell'**analisi quantitativa**.

L'obiettivo dell'analisi quantitativa è quello di capire quali siano le cause delle fluttuazioni dei mercati, di prevederle e quindi in qualche modo di anticiparle.

Nell'analisi quantitativa si parte da un gran numero di variabili, a ognuna delle quali viene assegnato un valore numerico, e sulla base di queste gli analisti quantitativi tentano di replicare matematicamente la realtà.

Questo tipo di analisi vanta un approccio più oggettivo e solitamente si focalizza su quantità misurabili, mentre **l'analisi qualitativa è soggettiva, è relativa a dati che non possono essere quantificati e risponde alle domande "perché" e "come" si verificano determinati eventi.**



Per una buona definizione di finanza quantitativa, conosciuta anche come finanza quantistica, bisogna partire dagli algoritmi.

Gli investimenti nei mercati finanziari sono decisi in seguito all'analisi di una grande mole di **dati quantitativi e qualitativi** da parte di algoritmi molto sofisticati.

Questi strumenti matematici e statistici permettono l'analisi quantitativa e qualitativa del mercato finanziario, rendendo possibili le **proiezioni sul suo comportamento**.

L'obiettivo primario dell'analisi quantitativa in finanza, è **valutare meglio il valore delle attività finanziarie e dei loro derivati, comprendere le cause delle fluttuazioni dei mercati finanziari e anticiparle**. Questo grazie alla creazione di strategie di investimento in grado di sfruttare le inefficienze del mercato.



Gli algoritmi quantistici lavorano sulla base di **regole prestabilite** e analizzano il mercato finanziario a intervalli predefiniti.

Quindi **attivano immediatamente gli ordini** di acquisto o vendita di titoli.

Forniscono inoltre dati che definiscono strategie di investimento redditizie, offrendo così il **miglior livello di rendimento in relazione al livello di rischio** prescelto.

Ogni algoritmo progettato da un **“quant”** (analista quantitativo) richiede ovviamente manutenzione e controllo da parte del suo creatore.

Questo deve quindi controllare costantemente che l'algoritmo funzioni in modo impeccabile, il che implica di conseguenza **test rigorosi** nel processo di sviluppo e ottimizzazione.

Ma se la macchina fosse in grado di controllare il proprio corretto funzionamento, di fare test e di evolversi?

1. Decisioni più rapide e rendimento più elevato
2. Calcolo razionale: strategia più oggettiva e meno errori
3. Strategie testabili al 100%
4. Rischi ridotti e maggiore conoscenza del mercato

L'investimento quantitativo, invece, si distingue per **un approccio sistematico, non emozionale**: di fatto basa ogni scelta su dati oggettivi, mai sull'emotività umana.

Le strategie di investimento quantitativo permettono di **evitare di cadere in trappole comportamentali**, cioè non lasciano che le emozioni influiscano sulla capacità di giudizio e, di conseguenza, interferiscano con le scelte di investimento.

Un gestore di investimenti quantitativi che, grazie alla tecnologia, ricorre a **strategie innovative connotate da una grande diversificazione** rispetto a quelle tradizionali, potendo contare al contempo su dei costi più contenuti.



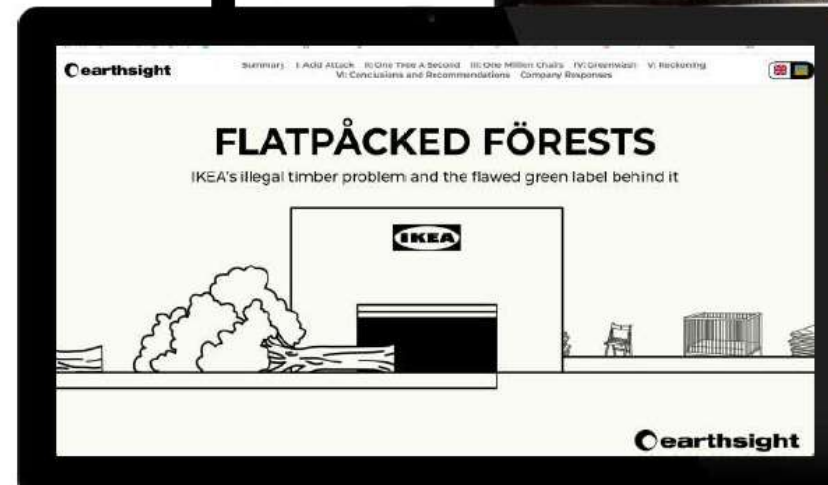
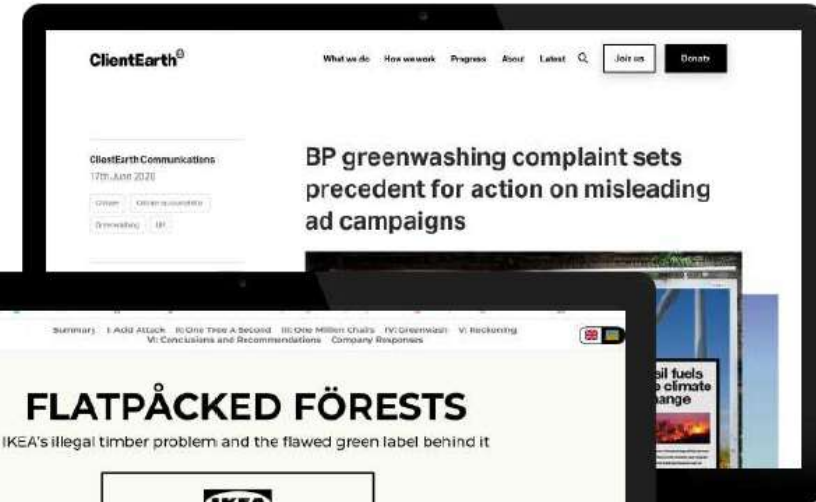
C'è modo di estrarre valore dalla rete per il mondo della finanza?

In che modo i social potrebbero aiutare le decisioni di investimento?



2. I rischi legati ad un approccio tradizionale nella valutazione ESG

- Data **not frequently updated**
- Data **self-disclosed** and **hardly verified**
- Data **availability depend on corporate initiative** (lack of data for many companies)





3. Cosa s'intende per 'dati alternativi'?

ALTERNATIVE DATA:

- unique information content **not previously known** to financial markets in the investment process
- **big** and **often unstructured** data coming from different sources, mainly digital

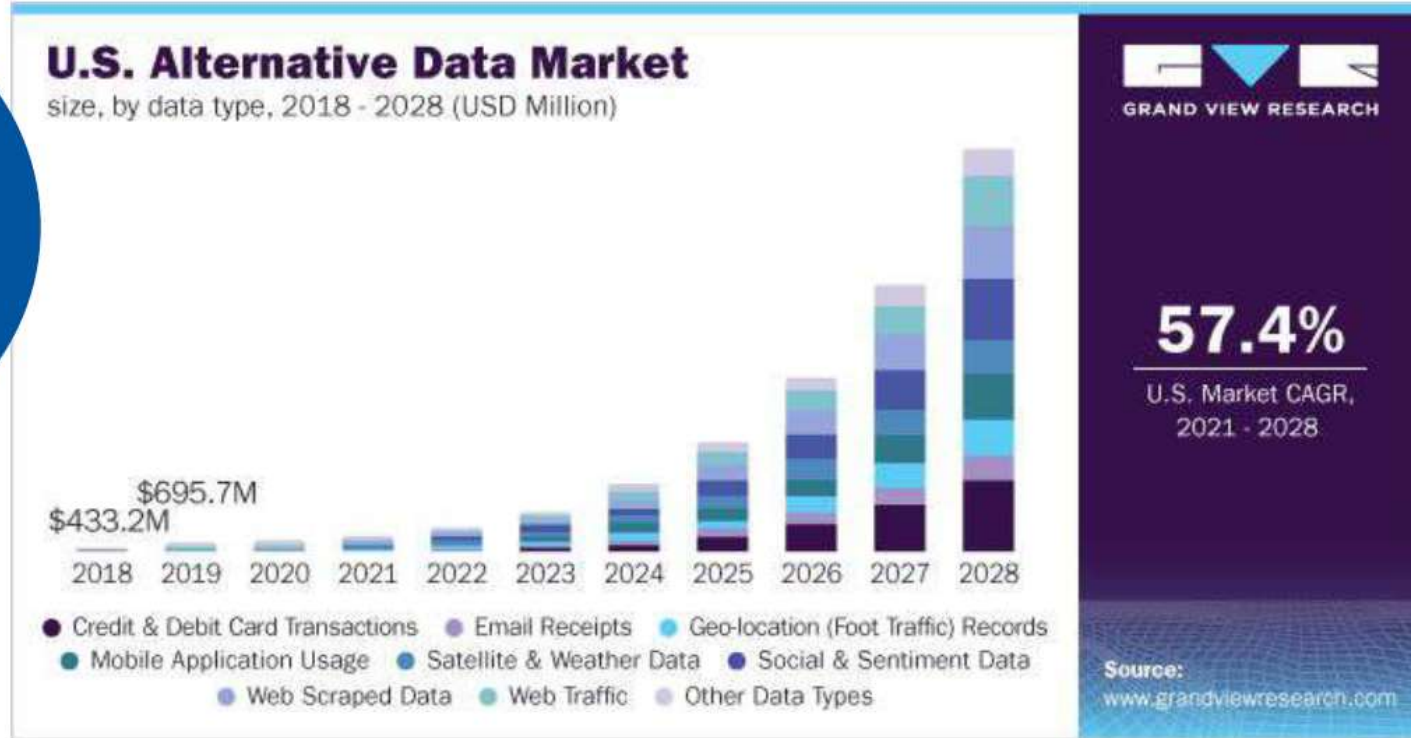
Alternative Data: Advantages

- To have **real-time data**.
- To **cross-check information**.
- To have information **in advance**, before they become mainstream.



Alternative Data: trends

The expected revenue in 2028 for the Alternative Data industry will be over **\$69 billion** (from \$1.72 billions in 2020) and will reach **\$2.76 billion** in 2021.





FINTECH

Il Fintech come sviluppo della consulenza finanziaria



Digitalizzazione



Consumer Experience

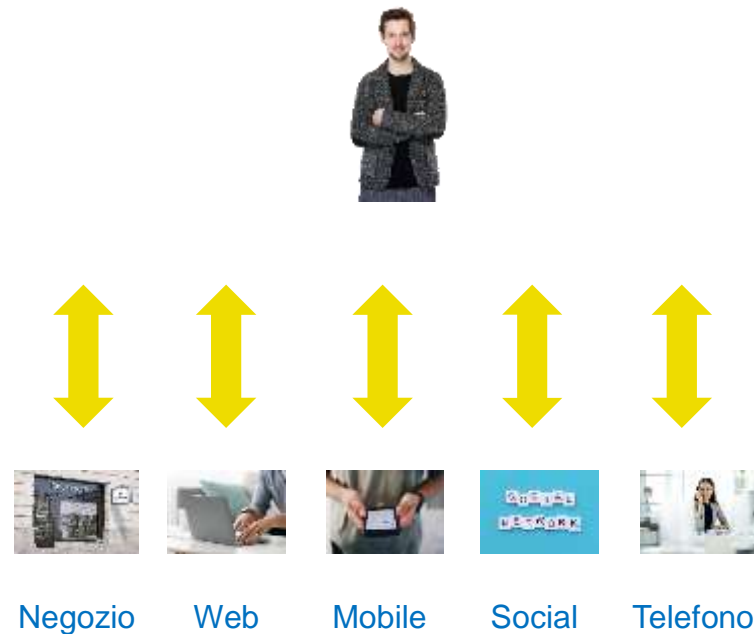


Ingaggio, velocità e facilità utilizzo



Consulenza e Soluzioni più efficienti ed efficaci

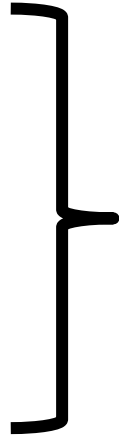
Multicanale



Omnicanale



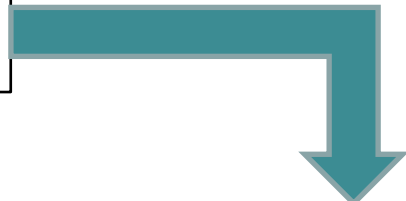
- Gran numero di intermediari
- Servizi ad ampio spettro
- Diversi canali di accesso
- Nuovi player



**RIVEDERE I MODELLI DI
BUSINESS TRADIZIONALI
ADOTTATI**

**EVOLUZIONE DEGLI INTERMEDIARI /
DIGITAL TRANSFORMATION**

- Nuove modalità di relazione
- Semplice, rapido e comodo



CONTINUITÀ DEI SERVIZI OFFERTI

- *Nuovi comportamenti di acquisto sempre più digitali*
- *Un cambio di prospettiva nell'approccio al cliente*
- *Esperienza positiva di acquisto nel punto fisico*
- *Sistema integrato tra canale fisico e digitale*

L'importanza della customer experience: dall'evoluzione del mercato all'evoluzione del cliente

La digital disruption ha cambiato non solo il mercato ma anche il cliente



«Nuove» caratteristiche del cliente :

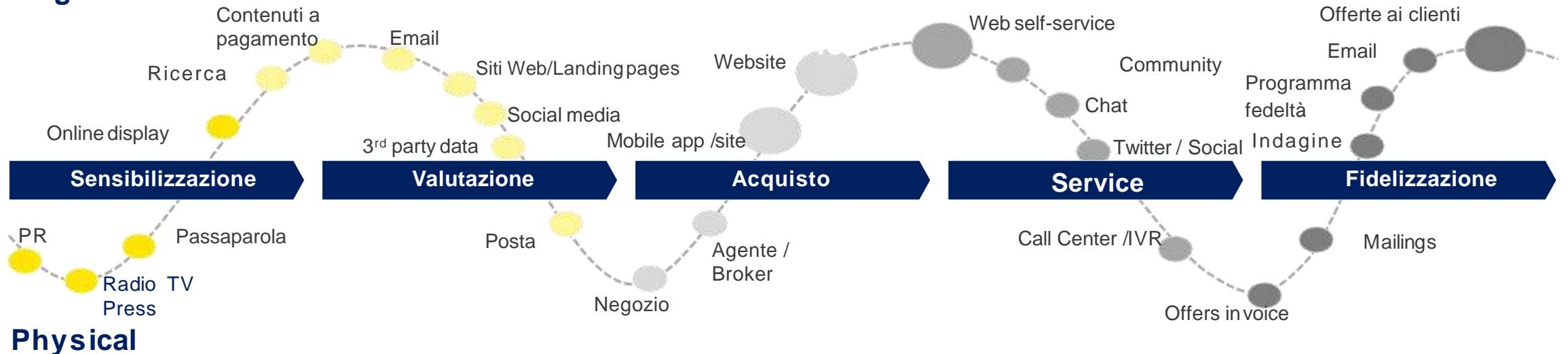
- ▶ Sempre informato
- ▶ Preferisce la natura multicanale del brand
- ▶ Utilizza Modelli gratuiti dal web
- ▶ Connesso sempre e ovunque
- ▶ ...



È necessario dare al cliente un'esperienza unica attraverso tutti i canali di contatto, che lo seguono dal primo momento

Il contatto tra il cliente e l'azienda è detto "customer journey" e continua lungo ogni fase del "ciclo di vita" del cliente. La costruzione di una "esperienza" intorno alle varie fasi permette all'azienda di sviluppare una duratura fidelizzazione del cliente

Digital



Physical





GRAZIE PER L'ATTENZIONE

www.ecomatica.it

<https://kaidan.ecomatica.it>

<https://club.ecomatica.it>

