

Ibrido: è questo il nuovo private

IL PRIVATE BANKING SI APRE AL MODELLO DI SERVIZIO IBRIDO: LA DIGITALIZZAZIONE TRASFORMA I PROCESSI OPERATIVI. MENTRE GLI ALGORITMI DEL ROBO ADVISOR OFFRONO IL LORO SOSTEGNO AL BANKER

Cadono i vecchi miti del private banking: la relazione umana rimane al centro, eppure la digitalizzazione e i motori di robo investing prendono piede per fornire alla clientela un nuovo modello di servizio e di relazione. «Per anni abbiamo sentito ripetere il mantra dell'importanza del private banker nel rapporto diretto con il cliente – premette Alberto Cuccu, Chief Client Solution Officer di Objectway –, mettendo in secondo piano la necessità della clientela di gestire in autonomia il proprio portafoglio. In parte anche per via del timore che gli strumenti digitali potessero rompere la catena relazionale banca-private banker-cliente, scavalcando la figura centrale in questo rapporto. Ciò ha portato a un ritardo della digitalizzazione nel mondo del private banking». Ora queste barriere sono venute meno, come sottolinea Cuccu. «Gli operatori private hanno scelto di cambiare rotta spinti da 3 fattori: il cambiamento delle abitudini della clientela nel mondo digitale – elenca Cuccu –; l'entrata in vigore della Mi-

FID 2, che preme sulla trasparenza e il reporting continuativo; e infine l'evoluzione tecnologica».

La disintermediazione del robo advisor

Il risultato è un accesso 24/7 alla propria posizione, per visionare i portafogli di investimento, i report delle performance e anche l'aderenza verso eventuali portafogli modello. Il tutto online e via app. «La comunicazione avviene tramite canali digitali – sottolinea Cuccu. Ma a rivoluzionare il mondo del private è un altro elemento: il robo advisor. Non più prerogativa delle nuove realtà ma anche delle banche maggiori, soprattutto quelle retail che puntano a una fascia di clientela più alta. Addio quindi al private banking tradizionale: gli operatori oggi offrono alla clientela la possibilità di creare portafogli di investimento direttamente online e, per quanto la relazione umana sia importante, è riduttivo limitarla al vecchio paradigma che prevede l'incontro fisico tra private e cliente».

Il modello ibrido

Ma se il valore aggiunto del private si esplica nella consulenza personalizzata, il robo advisory non può essere protagonista. «Gli operatori più tradizionali, che contano su gestori specializzati, infatti non stanno spingendo sul robo in maniera evidente, per evitare che si diffonda il concetto che una tecnologia sia in grado di re-



Alberto Cuccu,
Chief Client
Solution Officer
di Objectway

plicare il lavoro di un team di esperti – precisa Cuccu. Si preferisce un modello ibrido, dove la componente digitale trasforma i processi operativi di invio, sottoscrizione ed esecuzione della proposta al cliente. La clientela infatti riceve sul proprio device proposte di investimento o ribilanciamento del portafoglio, eseguibili direttamente online, senza il bisogno di incontrare il banker e firmare documentazione cartacea. Mentre i motori di robo investing supportano il lavoro dei gestori, che offrono valore aggiunto alla relazione».

Il retail corre verso il digitale

Un approccio diverso alla tecnologia robo caratterizza il mondo retail. «Sono diverse le banche retail che stanno entrando nel mondo dei servizi di investimento, puntando al target private – conclude Cuccu. Ma nella loro offerta il robo emerge maggiormente, soprattutto per via della quantità di clienti che vogliono raggiungere: decine, se non centinaia di migliaia di utenti».

G.C.