

Una consulenza digitale ma più personalizzata

IL COVID-19 HA SPOSTATO LA RELAZIONE TRA ADVISOR E CLIENTE SUI CANALI DIGITALI: MA NON TUTTE LE REALTÀ SI ERANO GIÀ DOTATE DI PIATTAFORME AVANZATE PER AUMENTARE LE CAPACITÀ E L'EFFICIENZA DELL'ADVISOR. UN MODELLO CHE RESTERÀ ANCHE NEL DOPO-COVID

Il wealth management è storicamente un servizio a elevata personalizzazione, con interazioni frequenti e de visu tra advisor e cliente. I servizi di investimento avevano spesso trascurato la trasformazione digitale ma con l'emergenza Covid è venuta meno la fisicità del rapporto: l'uso della tecnologia tra i wealth manager è rapidamente aumentato, perché l'interazione da remoto è diventata strategica per mantenere un rapporto continuo e profondo con il cliente. E questo modello operativo resterà anche nel dopo-Covid: la tecnologia aumenta e amplifica le capacità, la produttività e l'efficienza dell'advisor, con un servizio più personalizzato.

L'intero ciclo in una suite

Il centro del cambiamento è la comunicazione regolare tra l'advisor, o il relationship manager, e il cliente. Una piattaforma digitale fornisce una visione puntuale e dettagliata delle interazioni e delle informazioni acquisite, con cui valutare, ad esempio, la best next action o sfruttare l'efficacia della comunicazione optichannel. Le istituzioni finanziarie

che hanno già implementato la nostra Objectway WealthTech Suite ne hanno utilizzato le funzionalità per fornire un servizio altamente personalizzato anche in un momento così difficile. La Suite gestisce l'intero ciclo della documentazione: grazie alle proposte di investimento e alla firma digitale oneToken le transazioni sono eseguite digitalmente. L'erogazione della consulenza passa da una collaborazione tra advisor e cliente via chat, video e condivisione dello schermo, in modalità sicura e rispettosa della privacy. Tutto è paperless, dall'onboarding ai processi post-vendita fino alla rendicontazione normativa delle gestioni. Il CRM integrato allerta l'advisor se ci sono azioni da fare su un cliente o un portafoglio. E il cliente è autonomo per l'inserimento di dati o per richiedere una proposta di investimento.

Una relazione più forte

Un'automazione utile, ad esempio, quando un evento di mercato impatta su alcuni investitori e non su altri. Come individuare gli interessati a cui vanno fornite consulenze e garanzie adeguate? In base alla memoria e alla conoscenza personale dell'advisor, o con strumenti dedicati, in cui gli alert e i suggerimenti di interazione sono generati automaticamente in base ai profili e ai portafogli dei clienti? Nelle migliori pratiche, inoltre, il profilo di un investitore comprende etichette per la propensione al rischio, la compliance, gli atteggiamenti comportamentali ed emotivi. Interazioni strutturate e basate su solidi dati di supporto alle decisioni aiutano l'advisor a relazionarsi in modo

più personale e costruire fiducia, magari in videoconferenza e non con una banale telefonata.

I risultati dei servizi DTM

In questo contesto, i servizi DTM (Digital Transaction Management) digitalizzano i processi documentali relativi a cliente e advisor, supportando le funzioni commerciali e amministrative lungo l'intero ciclo di vita dei contratti. Ai mercati WM e Insurance, questo framework permette di automatizzare in modo semplice l'operatività, integrandosi tramite microservizi e API con i sistemi esistenti in azienda. Ma anche con future applicazioni, ad esempio dell'intelligenza artificiale per l'AML o con soluzioni smart contract su blockchain. I documenti vengono generati con meccanismi di agreement composition, inserendo in automatico le informazioni già note e verificando automaticamente la correttezza e la compliance dei dati inseriti nello scambio di documenti tra cliente e advisor. Il cliente si autentica poi in un'Area Firma riservata, adatta anche in caso di multifirmatari, e sottoscrive con firma elettronica qualificata la documentazione, che viene conservata digitalmente, a norma. Presso i nostri clienti, i progetti DTM hanno portato su processi digitali oltre l'80% delle attività di consulenza e raccomandazione, riducendo i sospesi di oltre il 90% e il tempo medio di finalizzazione da 5 giorni a meno di 5 ore.

Nicola Pepè,

*Senior Business Development Manager
Objectway*