

## Prodotti e servizi bancari “data/ai intensive”

Valerio Cencig ritiene che “l’AI giocherà un ruolo importante non solo lato Banche, ma anche lato Clienti che, tramite Assistenti Virtuali, saranno supportati nella scelta della banca o meglio dei prodotti/prezzi di volta in volta migliori. Pertanto nascerà anche un MarkeThing, orientato agli Assistenti Virtuali che decideranno in alcuni casi in nome e per conto dei loro Utenti. tutti i Prodotti e Servizi della banca stanno diventando sempre più Data/AI intensive.

Ecco alcuni esempi di Prodotti e Servizi “AI/Data Intensive”:

- La valutazione del merito creditizio delle aziende svolta non più tramite l’analisi dei bilanci, disponibili tardivamente e di norma su base annuale, ma attraverso un collegamento diretto ai sistemi ERP delle aziende clienti, per una valutazione continua ed in tempo reale.
- Il paradigma Always Connected ha un importante rivolto business, perché significa essere sempre raggiungibili da un suggerimento, una offerta ed un servizio; il CRM diventerà sempre più real time.
- Diventa possibile il marketing personalizzato e di massa contemporaneamente. Ogni persona diventerà potenzialmente un mercato singolo, puntiforme, servito in modo individuale e personalizzato, rendendo obsolete tutte le tecniche passate di segmentazione della Clientela.
- Anche il pricing diventerà sempre più dinamico, basato su Who, When e Why.
- La dinamica degli incidenti auto e la perizia dei danni saranno prodotte automaticamente attraverso l’analisi dei dati registrati e delle foto, con risarcimenti più veloci e minori possibilità di frode.