

Il guanto di sfida del fintech

La digitalizzazione dei servizi impone un ripensamento delle logiche del settore creditizio

di Giuseppe De Lucia Lumeno

segretario generale
di Assopopolari

L'evoluzione che sta vivendo il mercato creditizio negli ultimi anni sta diventando sempre più impetuosa e sta modificando in profondità il modo di intendere l'attività di intermediazione finanziaria rispetto ai canoni classici utilizzati finora come riferimento.

Il progresso tecnologico e la digitalizzazione dei servizi bancari hanno portato a un cambiamento ampio e diffuso da parte della clientela del modo di approcciare all'operatività bancaria. Ciò rappresenta una sfida che richiede una visione strategica e prospettica di lungo periodo e richiede **innovazione**, soprattutto per quanto riguarda il rapporto con la clientela.

► Conoscere il cliente

Alla base di questo processo è necessaria una **conoscenza profonda** del cliente, delle sue specifiche richieste e di come poterle soddisfare. Il punto di partenza non può, dunque, che essere quello del **relationship banking** declinato in nuove forme e con nuovi strumenti ma capace, come in passato, di garantire costantemente un **canale aperto** tra la banca e il cliente stesso. Per ottenere tali risultati è necessario, quindi, che la banca diventi sempre più aperta collaborando in modo efficace con le nuove realtà del **fintech** e fornendo prodotti finanziari personalizzati, funzionalità avanzate e di supporto, in modo da estendere l'offerta e ampliare il proprio raggio di azione. Per distinguersi ed essere competitive, le banche devono far emergere bisogni non soddisfatti e devono

approfondire la conoscenza dei clienti e identificare situazioni che possono non essere tenute nella debita considerazione. Con una **chiara comprensione** di quelle che possono essere le **opportunità** per i clienti, le stesse banche possono determinare quale strategia perseguire e con quali partner collaborare.

► Prodotti ad hoc

Oggi i progressi nel campo della digitalizzazione dei servizi permettono di tarare al meglio i prodotti offerti dalla banca e rispondenti alle specificità di ciascun cliente. Questo perché si riducono i costi della sperimentazione dando la possibilità di implementare **nuovi investimenti**, promuovere nuove strategie operando direttamente con la clientela e sollecitando da quest'ultima un riscontro

sull'evoluzione del processo relazionale e sul grado di soddisfazione che può essere progressivamente raggiunto fino ad arrivare al risultato finale.

▷ **Giocare d'anticipo**

Se le banche saranno in grado di **giocare d'anticipo** su questo terreno, potranno continuare a essere protagoniste e centrali in un mercato in cui fanno la loro comparsa ogni giorno **nuove realtà** del fintech specializzate nel processo di digitalizzazione e nella semplificazione del sistema dei pagamenti e delle transazioni finanziarie.

Per capire quanto possa essere dirompente l'entrata nel **mercato finanziario** di nuovi soggetti fortemente

tecnologici, basta pensare a ciò che è successo nel campo della telefonia cellulare, dove l'ingresso di un colosso come **Apple** ha rivoluzionato completamente tutto il settore. Una possibilità che ciò possa ripetersi nel settore creditizio non è del tutto priva di fondamento se si pensa quanto numerosi sono i clienti disposti a cambiare banca, qualora quest'ultima non sia in grado di soddisfare pienamente le loro esigenze.

▷ **Sulla rete e sul territorio**

In quest'ottica le banche storicamente più radicate sul territorio e che hanno basato maggiormente la propria **politica creditizia** sul relationship banking possono

sfruttare come elemento di forza tale caratteristica. L'importante è che siano in grado di raccogliere la sfida, fornendo le giuste risposte e adattando la propria operatività al **nuovo contesto digitale** e non subendola passivamente. Forse è proprio dall'innovazione tecnologica che può passare, rafforzato, quel ruolo di intermediazione creditizia tradizionale che le banche a dimensione più contenuta hanno sempre svolto egregiamente, la cui importanza dovrebbe essere ancora di più valorizzata e salvaguardata. Attraverso questo processo sarà possibile svolgere ancora in modo efficace il compito fondamentale di supporto all'**economia reale**.