

INNOVATION HUB - **SCM SIM**

BUROCRAZIA ALL'OSSO E FLESSIBILITÀ APPLICATA ALLA CULTURA AZIENDALE HANNO RESO LA SOCIETÀ PIÙ SMART. SENZA MAI DIMENTICARE LA RELAZIONE ONE TO ONE

SCM SIM e il potenziale (compreso) della tecnologia

Anche nel settore del private banking si sta passando dalla generazione dei "migranti" a quella dei "nativi digitali". Si tratta di una grandissima opportunità: «Se interpretata in modo intelligente», precisa Antonello Sanna, Amministratore Delegato di **SCM SIM**. La digitalizzazione rende i processi a basso valore aggiunto fluidi e semplici, rispetto al passato. «In **SCM SIM** abbiamo eliminato completamente la carta e siamo diventati paperless – commenta Sanna. Il cliente riceve tutto in formato elettronico e firma con una OTP che arriva sul cellulare. Apriamo un account PEC dove riceve tutte le comunicazioni e la rendicontazione periodica. Dal lato del banker, questo significa avere ogni documento ricercabile con un sistema di tag, in tempo reale. Dal punto di vista dell'efficienza, un salto di qualità straordinario». Per quanto concerne i processi ad alto valore aggiunto, quali la consulenza sui portafogli o la diagnosi delle esigenze del cliente, la digitalizzazione consente alla società una frequenza di comunicazione molto più elevata e tempestiva, e una visione organica del cliente e delle sue relazioni, familiari e aziendali. «Abbiamo promosso – prosegue Sanna – l'utilizzo di sistemi di videoconferenza che consentono ai clienti di dialogare sia con il banker sia con i gestori, senza vincoli geografici. Utilizziamo un sistema proprietario per mappare la vita del cliente, per identificare le necessità, gli obiettivi e le implicazioni connessi



Antonello Sanna, Amministratore Delegato di **SCM SIM**

al patrimonio. In termini di consapevolezza, da parte del cliente, è un'altra era, rispetto a solo 10 anni fa».

Flessibilità, innanzitutto

Può sembrare improprio, ma la rivoluzione digitale è, per i professionisti di **SCM SIM**, in primis, una rivoluzione culturale. Non si cambiano le abitudini degli operatori cambiando software o computer. La tecnologia sta viaggiando a velocità straordinaria e le abitudini di comportamento cambiano radicalmente. «A parere nostro, il primo passo da compiere è l'introduzione di una cultura aziendale che fa della flessibilità il proprio asse portante, altrimenti si incontrano resistenze insormontabili – spiega Sanna. In seconda battuta, occorre avere un impianto di ricerca permanente per comprendere le novità, la loro utilità, i possibili ambiti di applicazione. Siamo partiti cinque

anni fa e abbiamo installato un server centrale. Dopo due anni, abbiamo capito che il cloud sarebbe stato più efficiente e funzionale. Abbiamo smontato il server e abbiamo migrato i dati verso un servizio di cloud computing». Oggi l'operatore può accedere a tutti i dati necessari da qualsiasi luogo e con qualsiasi mezzo, fisso o mobile, in totale sicurezza. «Abbiamo varato un progetto di CRM con una società americana che potrebbe rappresentare un balzo evolutivo importante – aggiunge Sanna. Come dicevo, è essenziale che vi sia anzitutto una visione strategica del senso del CRM, altrimenti resta un onere incompreso per l'operatore».

L'impatto sulla rete

Parlando in termini di evoluzione della rete dei private banker, Sanna utilizza un esempio cinematografico: nel film "Il quinto elemento", Luc Besson ipotizza un futuro in cui il traffico si stratifica anche in verticale, con le auto ancora guidate da uomini. «Allo stesso modo, gli strumenti informatici efficienteranno una relazione fra persone che richiederà sempre una grande capacità di ascolto e di condivisione – conclude Sanna. Le macchine serviranno a elaborare quantità di dati in crescendo, ma la relazione resterà il tema centrale. E non dimentichiamo che, Oltreoceano, iniziano a prendere corpo i primi movimenti per il "detox" dalla tecnologia...».

E.G.

dicembre 2015 - AZIENDABANCA 75