

# Verso un engagement **evoluto**

LA NUOVA PIATTAFORMA  
FIRMATA CEDACRI IMPIEGA  
TECNICHE DI MACHINE  
LEARNING E RETI NEURALI  
PER AUMENTARE LE  
OPPORTUNITÀ DI CROSS  
SELLING E UP SELLING

Nell'era delle interazioni digitali, conoscere il cliente significa non solo raccogliere i dati, ma anche elaborarli in tempo reale, tenendo conto dei feedback ottenuti in modo da realizzare azioni di engagement evoluto, attraverso tutti i canali di contatto con la banca. Per rispondere alle sfide di questo nuovo modello di relazione dinamica, in modo conforme alle compliance in vigore ed efficiente in termine di processi, Cedacri ha realizzato una piattaforma con elevate capacità sia di raccolta, sia di elaborazione. «La tecnologia "Big Data" può essere applicata ad almeno cinque ambiti bancari: nel real estate, nel finance & accounting, nel risk & credits, nella compliance e nel marketing & distribution. Noi abbiamo deciso di concentrarci inizialmente in quest'ultimo ambito», precisa Michele Dotti, Responsabile Direzione Architettura, R&S e Digital Innovation di Cedacri. «Raccogliendo l'esigenza percepita sul mercato, abbiamo allestito una piattaforma di Customer data management orientata a incrementare le attività di contatto con i clienti finali delle banche, aumentare le opportunità di cross selling e up selling, fidelizzare e sostenere un engagement evoluto. In questa fase, il progetto intende sostenere le banche nell'individuare le caratteristiche dei clienti già acquisiti

e nel far leva su queste informazioni per cogliere delle opportunità concrete per ingaggiare il cliente in ottica cross canale e multicanale».

## Come funziona la piattaforma

La piattaforma comprende diversi step logici: nel primo i dati del cliente, sia quelli strutturati, sia quelli non strutturati, provenienti da fonti interne ma anche esterne, vengono raggruppati e storicizzati facendo leva sul concetto di "data lake", inteso come punto di raccolta delle informazioni che possono essere elaborate secondo tecniche di big data. Nello step logico successivo, è possibile passare all'individuazione di opportunità di business attraverso l'elaborazione in tempo reale dei dati attraverso motori di advanced analytics, algoritmi di machine learning o reti neurali. «Attraverso un sistema di campaign management evoluto l'output fornito da questi motori costituisce a sua volta l'input



*Michele Dotti,  
Responsabile  
Direzione  
Architettura,  
R&S e Digital  
Innovation di  
Cedacri*

degli strumenti di campaign management sia in ottica outbound, sia inbound» - commenta Dotti. «L'altro step logico è quello che noi chiamiamo regia intercanale che in questa strategia è fondamentale in ottica sia in bound, sia outbound per poter creare relazioni in real time. Tramite questo sistema, ad esempio, la filiale è in grado di sapere se a un determinato cliente è stata rivolta o meno una determinata proposta commerciale e attraverso quale canale». In sostanza, questo strato permette di mantenere una logica di "orchestrazione" tra i diversi canali grazie all'inserimento di "plug-in" su ciascuno di essi in grado di far sì che l'interazione tra loro e la regia sia continua. «A completare il quadro, abbiamo previsto la gestione dei feedback del cliente: questi ritornano nel data lake e vengono analizzati. La loro analisi va ad alimentare nuovamente il sistema di campaign management per ottimizzare la proposta verso il cliente, secondo un approccio compliant alle normative in vigore e al GDPR. Le tecniche di machine learning fanno sì che il sistema sia in grado di assumere in automatico delle decisioni sulla base del comportamento del cliente e quindi di fare delle ottimizzazioni in linea con le sue abitudini». Nonostante la piattaforma permetta di gestire tutto

il processo di marketing & distribution secondo una logica end to end, la sua modularità ne consente un impiego personalizzato a seconda delle esigenze della banca. «Il prossimo step è lavorare seguendo questo approccio anche in altri ambiti che possono beneficiare delle tecniche di Big Data, tra cui quello del risk & credits e della gestione delle campagne verso clienti prospect».

#### Un esempio di soluzione verticalizzata

Un esempio delle potenzialità insite nella piattaforma di Cedacri è costituito da una soluzione verticalizzata di customer data management ribattezzata "Smart Targeting" che verrà presto messa in produzione presso una delle banche clienti della società. «Si tratta di una soluzione di segmentazione e proposizione commerciale basata su più di 100 variabili comportamentali legate al singolo cliente e al prodotto bancario che, attraverso algoritmi di machine learning, permette la definizione di segmenti strategici ad alta redemption, che variano in modo automatico nel tempo», spiega Dotti. «I modelli matematici che costituiscono la soluzione Smart Targeting permettono di identificare dinamicamente il comportamento del cliente, selezionando la miglio-

re proposta commerciale ed adattando in real time la proposizione di prodotti». L'individuazione del miglior prodotto disponibile per il cliente avviene incrociando variabili specifiche di quest'ultimo (ad esempio per i prestiti personali, la durata, il tasso,...) con il suo comportamento. Le reti neurali applicano in modo continuativo l'analisi, simulando una mente intelligente, interpretando le reazioni alle proposizioni commerciali e adattando continuamente il modello matematico. In questo modo, hanno la capacità di reagire in real-time a fattori esogeni, non preventivabili in fase di analisi multivariata. «Abbiamo applicato una versione di Smart Targeting per il modello di "Prestito Personalizzato" al fine di identificare il prestito più adatto per ogni cliente» - spiega Dotti. «Sono stati utilizzati circa 20mila casi di finanziamento utilizzando il 70% per insegnare alla rete neurale a valutare il rapporto cliente-prodotto. Il 30% dei dati a disposizione sono stati utilizzati come verifica di quanto fatto dal modello. In questo modo è stato possibile definire una nuova categorizzazione dei prodotti di prestito, abilitando l'offerta su micro cluster di clienti con elevata redemption».

R.B.