

L'ecosistema evoluto dei processi del credito



INSIDE CREDIT ENERGY

PROTAGONISTI NELLA TRASFORMAZIONE DEL CREDITO



Bologna | 11 Ottobre 2018

Gaia Cioci
Marketing Sales Director
CRIF

Verso il «self directed client»

I tuoi clienti al centro della nuova catena distributiva del credito



Webcam

Smartphone

Tablet

Chatbot

Call Center

AISP

ECOSYSTEM

FINTEGRATION

OMINICUSTOMER e LIQUID CHANNEL:
è il cliente che decide come, quando e cosa

ONE STOP SHOP e FINTEGRATION
Il business verso il cliente, oltre le sigle

Fattori che stanno cambiando il mercato: Pay-per-Use

Le evidenze della ricerca CRIF-Quintegia AUTOMOTIVE FINANCE PERSPECTIVE

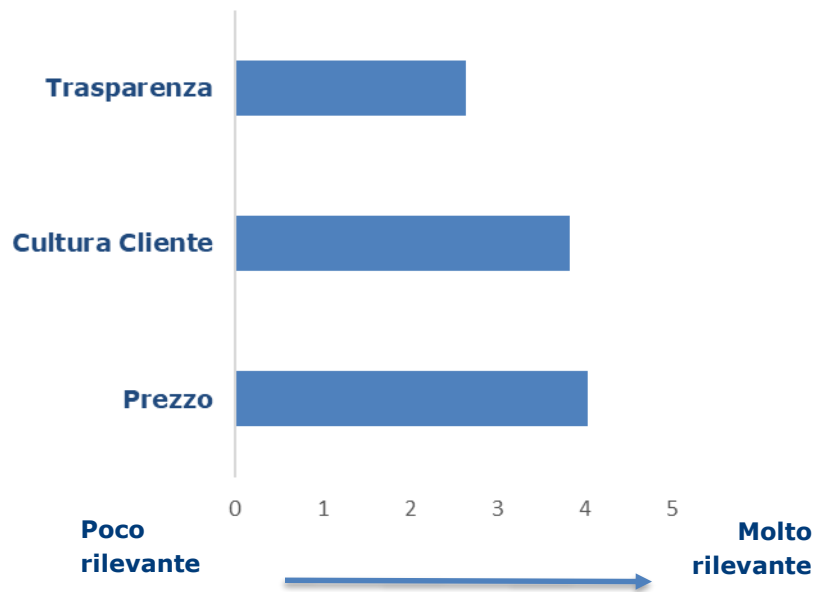
NUOVI DRIVER E TENDENZE DEL MERCATO

Nuove formule di mobilità (noleggio, abbonamenti, sharing) prenderanno piede nel medio termine ed avranno un impatto rilevante nel business del dealer

Politiche commerciali attuali orientate ad aumentare la loyalty e **accorciare il tempo per rinnovo dell'auto** (da 8 anni a 3/4) con formule 'balloon' sempre più complete di servizi per avvicinare il cliente al concetto **'da prodotto a servizio'**

Mercato italiano pronto a prendere in considerazione **noleggio a lungo termine**, occorre superare barriere di prezzo e cultura del cliente (**'da possesso a utilizzo'**)

FATTORI CHE PIÙ OSTACOLANO IL «PAY-PER-USE»



Fonte: Evidenze Preliminari ricerca CRIF-Quintegia AUTOMOTIVE FINANCE PERSPECTIVE

Quintegia

Fattori che stanno cambiando il mercato: disintermediazione

Le evidenze della ricerca AUTOMOTIVE FINANCE PERSPECTIVE



PRINCIPALI OPPORTUNITÀ DI DISINTERMEDIAZIONE DEALER AUTO E TEMPI:

- **VENDITA SERVIZI ACCESSORI**
(finanziari, assicurativi)



- **SERVIZI DI MOBILITÀ**
(noleggio, abbonamenti, sharing)



- **VENDITA ONLINE AUTO NUOVE**



- **VENDITA ONLINE USATO E BUY BACK**



PRINCIPALI FRENI ALLA DISINTERMEDIAZIONE «DIGITALE» DEL DEALER: *focus automotive*

- **RAPPORTO DI FIDUCIA VERSO IL DEALER E RELAZIONE**
- **RUOLO INFORMATIVO** (trasparenza informativa vs spiegazione del servizio) e **RUOLO DI NEGOZIAZIONE** (trasparenza di prezzo)
- **PROMOZIONE LOCALE** (conoscenza mercato locale) e **EXPERIENCE CON IL BRAND**
- **LOGISTICA** (capillarità per display prodotto, test drive, consegna, ritiro usato) e Gestione rischio finanziario (stock) **SERVIZIO POST VENDITA** (demandato al dealer)
- **DIGITALIZZAZIONE PROCESSI E SISTEMI** (da sviluppare)

Fonte: Evidenze Preliminari ricerca CRIF-Quintegia AUTOMOTIVE FINANCE PERSPECTIVE

 Quintegia



Value 4 Phygital Experience

Il supporto CRIF inizia da lontano - mercato italiano

Portale Servizi Finance CRIF

Il punto di accesso online ai servizi CRIF



Credit Flow

La soluzione CRIF per la gestione automatica end2end dei processi



EURISC 2.0

La soluzione 2.0 del SIC di CRIF



SPRINT 2.0

La soluzione CRIF per la valutazione automatica e veloce del credito



ABI Lab

CRIF partecipa all'Osservatorio Sicurezza e Frodi Informatiche



Fraud Analyser Mobile

La soluzione CRIF antifrode, su canali mobile



Titolare Effettivo

La soluzione CRIF per l'individuazione del titolare effettivo con grafico interattivo che ricostruisce la catena di controllo, con metodologia 2.0



Idea Compliance

La soluzione CRIF anticiclaggio, su canali mobile



Report «Web Analysis»

CRIF lancia un report innovativo per misurare la digitalizzazione delle imprese

Report Impresa



Ricerca CRIF-SDA Bocconi Peer-to-Peer Lending: mito o realtà?

SDA Bocconi School of Management



«Saver e Spender»

App per l'educazione finanziaria



Ricerca CRIF-Nomisma Customer Experience

e fabbisogni di servizi innovativi della clientela consumer



CRIF Academy

Corsi di education sui temi di digital marketing



«Gen. X vs Millennials»

Data visualization: profiling creditizio sui dati CRIF, prima volta in Italia sui millennials



CRIF Market Outlook

Data telling: viste ad hoc sul patrimonio informativo del gruppo CRIF, su lender online vs lender tradizionali



Digital Banking HUB

Programma di ricerca con Università Cattolica di Milano, che sviluppa un confronto sulle strategie di trasformazione digitale nel mercato bancario

«Millennials Score»

La valutazione dei millennials, senza storia creditizia, con metodologia machine learning



Digital ID verification Partnership con top player nazionali ed internazionali



Omnichannel Smart Onboarding Accordo commerciale con INVENTIA per migliorare la customer experience

2006 - 2012

2013-2014

2015

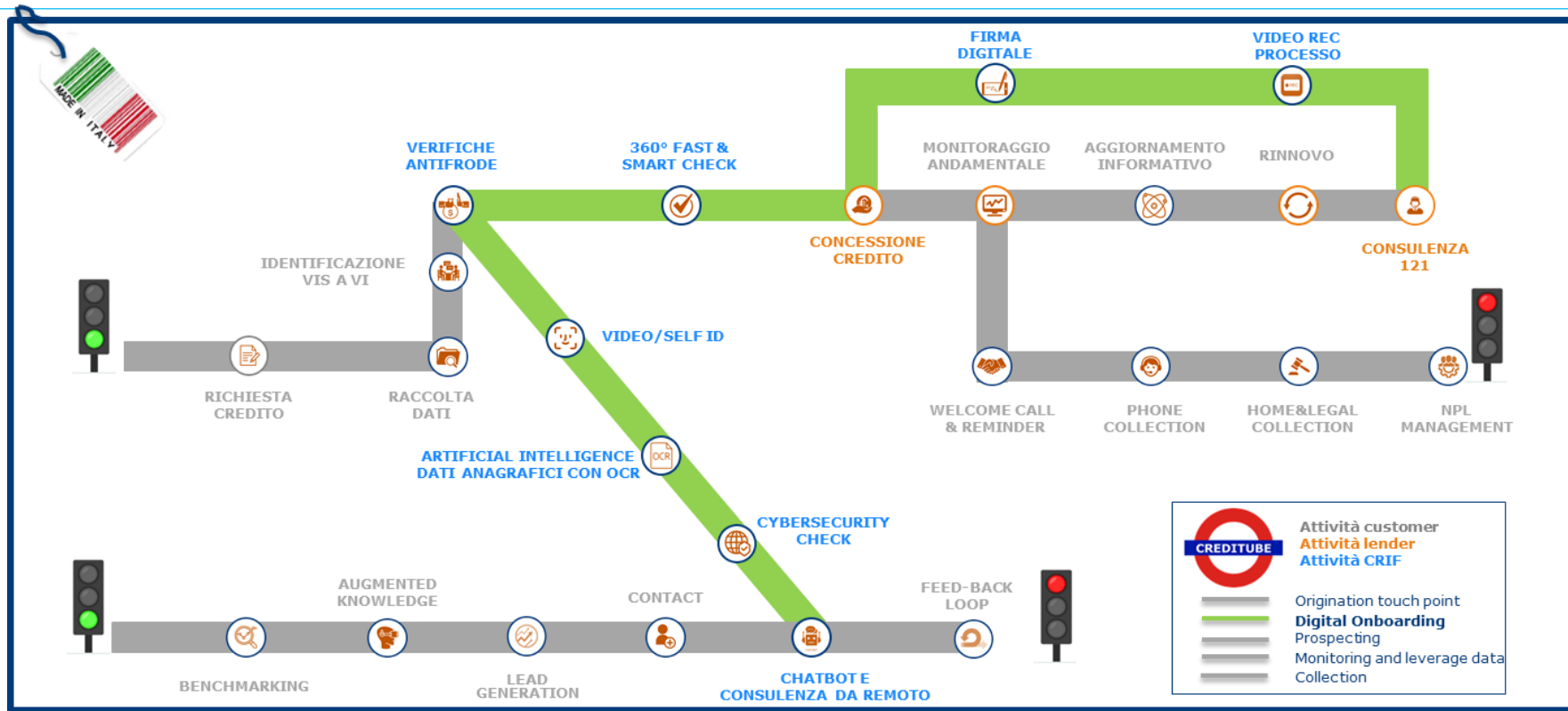
2016

2017-2018



CRIF per la customer experience

CRIF Phygital Experience, dalla chatbot alla firma digitale



CRIF per la customer experience

Efficienza e KPI

RISK BASED ENGAGEMENT

Maggiore profitto grazie alla possibilità di meglio calibrare il «pricing» in base al rischio

EFFICIENZA DI PROCESSO

- *Riduzione del time to cash del 45%*
- *Diminuzione del tempo medio di valutazione e dei costi operativi grazie alla Pre-accettazione delle PMI*

MULTI CHANNEL PLATFORM

1/3 dei Prestiti Personali complessivi erogati da canali digitali

CUSTOMER SATISFACTION

Costruzione di un modello di sostenibilità sul nucleo familiare

ADVANCED ANALYTICS

*Potenziamento del processo di valutazione a tutti i livelli:
3 controlli approfonditi con un click*





INSIDE CREDIT ENERGY

PROTAGONISTI NELLA TRASFORMAZIONE DEL CREDITO



Bologna | 11 Ottobre 2018


Finance Meeting 2018

Grazie per l'attenzione

Gaia Cioci
Marketing Sales Director
CRIF