

FINANZA &amp; INTERNET MODELLI EMERGENTI PER IL CREDITO

# La via del social banking

I servizi bancari ora sfruttano le reti di relazioni e di reputazione del Web 2.0

DI CARLO MUROLO

Il dibattito nascente sul social banking, apre la strada ad alcune riflessioni sull'impatto che quest'ultimo può avere sul nuovo equilibrio che l'ecosistema finanziario sta ricercando anche alla luce della crisi finanziaria. La tematica si inserisce in un momento in cui il mondo finanziario si interroga sulla modalità con cui riportare al centro del proprio modello operativo quei valori di semplicità, trasparenza, indipendenza di giudizio e coinvolgimento del mercato (apertura e cooperazione) che negli ultimi tempi sono stati un po' messi in disparte, ma che costituiscono la base del disegno e l'implementazione dei modelli organizzativi e gestionali interni delle banche moderne.

Queste ultime dovranno rendere i propri processi più trasparenti e aperti verso l'esterno, più semplice la complessità di alcuni loro prodotti, più partecipi i clienti in alcuni loro processi produttivi e avere in alcuni casi con loro un rapporto più da peer.

In questo ambito si inserisce la tematica proposta dalla

ricerca condotta dall'Università Bocconi e coordinata da Carlo Alberto Carnevale Maffè (si veda Nòva24 dell'11 dicembre scorso, ndr): è possibile che l'ecosistema finanziario "importi" qualcosa dal modello organizzativo e gestionale che ha portato al successo i social network?

L'argomento è nuovo e interessante. Fino a poco tempo fa il mondo del social network e del banking si sono sviluppati su binari paralleli. Ciascuno accedeva ai propri clienti tramite canali distinti (percorso 1 nello schema a fianco): il banking tramite il canale "Banca" mentre il social network tramite piattaforme specializzate (ad esempio Facebook, LinkedIn, MySpace).

A poco a poco, però, i due mondi si sono contagiati, dando origine a fenomeni interessanti (ad esempio peer to peer lending, community banking, fundraising 2.0), per il momento ancora embrionali ma con potenzialità di espansione notevole. Come dimostra la ricerca, il peer to peer lending sta acquisendo quote di mercato ed è stato introdotto, con successo, anche sul mercato italiano.

A ben guardare, infatti, i principi di trasparenza, semplicità, collaborazione, uniti a quelli dell'interesse comune, della mutualità, dell'organizzazione aperta e del modello operativo "a servizi", che sono alla base del successo dei social network, sono anche tra quelli che gli studiosi dell'organizzazione consigliano alle istituzioni creditizie co-

me base dei loro processi di re-engineering.

Ma quali sono i modelli con cui il banking e i social network potranno interagire nel futuro? È possibile riconoscere due modelli: il social network through banking e il banking through social network. Le due opzioni non si escludono vicendevolmente e, in entrambi i casi, è prevista un'evoluzione a vantaggio delle logiche di scambio tipiche delle reti sociali, basate su un ruolo attivo del cliente, improntato sulla collaborazione e sulla contribuzione.

Tramite il social network through banking (percorso 2 nello schema) le banche possono intraprendere un percorso di innovazione recependo alcuni dei principi del social networking, per applicarli ai processi tradizionali della banca, al fine di perseguire benefici che vanno dal miglioramento della produttività e del clima aziendale al rafforzamento della relazione con i clienti e con i partner strategici. È questo il caso ad esempio del ripensamento dei processi di rating, di ideazione di nuovi prodotti, di segmentazione della clientela (community banking) e di comunicazione interna che prevedono un'interazione molto stretta con i clienti che, tramite meccanismi di contributo e ricompensa, diventano non più attori ultimi della catena del valore ma parte integrante (stakeholder) di una rete di valore. Oppure è il caso di nuovi strumenti di Crm non più basati

solo su logiche centralistiche ma aperti a contributi esterni.

Nel banking through social network (percorso 3 dello schema) alcuni dei processi bancari standardizzati vengono introdotti all'interno dei social network e più in generale delle "Social network based initiative" (iniziative che a loro volta sfruttano le potenzialità offerte dalle reti dei social network). In questo caso le banche, ma più in generale qualsiasi fornitore di processi bancari standardizzati, rispondono alle esigenze finanziarie del social networking mediante la disponibilità di processi bancari "plug and play" che possono essere veicolati e utilizzati come widget (strumenti) da parte degli utenti. In questo caso fa premio la capacità di identificare, standardizzare e rendere fruibile dalle "social platform" i processi bancari che supportano le logiche di scambio adottate nei social network. È il caso, per fare un esempio, oltre che dei già famosi Zopa e PayPal, di Smartypig che ha collegato alle funzioni di "salvadanaio elettronico" quelle tipiche di social networking.

I social network possono essere quindi la nuova frontiera del banking? Forse no, e sicuramente non da subito, ma è certo che in una società sempre più connessa l'ecosistema finanziario deve avere la capacità di organizzarsi internamente e di interagire con segmenti di domanda a oggi magari embrionali, ma destinati a un sicuro sviluppo.

Carlo Murolo è partner di Deloitte Consulting

## ❖ Dati in gioco

■ Per innovare servono idee, imprenditori disposti a mettersi in gioco, soldi e informazioni. Non è facile districarsi tra bandi europei, finanziamenti pubblici nazionali, opportunità di finanziarie regionali, e nemmeno tenersi aggiornati su quello che accade all'ecosistema

dell'innovazione. Servono risorse informative complete, rapide da consultare e capaci di raccogliere informazioni anche da fonti esterne. È il lavoro di Intesa SanPaolo con il progetto Eurodesk, servizio nato per informare le imprese sui contenuti e il funzionamento dei programmi comunitari e assisterle nella redazione e

presentazione dei progetti. All'indirizzo [www.intesasanpaoloeurodesk.com](http://www.intesasanpaoloeurodesk.com), oltre alle informazioni su bandi e normative, c'è anche il blog sulle attività dell'ecosistema dell'innovazione in Italia, e una selezione di fonti con aggiornamenti su vari settori della ricerca e dell'industria e alle

opportunità dal mondo accademico e del capitale di rischio. Il progetto Eurodesk dimostra come un istituto bancario può fornire supporto all'innovazione che va oltre gli strumenti finanziari ed enfatizza come può evolvere il ruolo di una banca che ha già rapporti diretti con il tessuto industriale e può

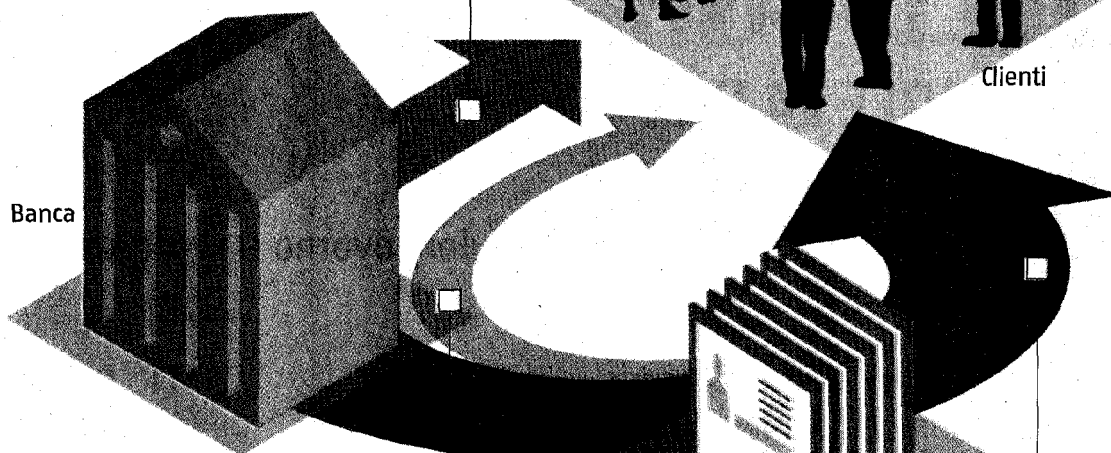
quindi stimolare la conoscenza e la cultura dell'innovazione favorendo sia i contatti tra imprese e start up che l'internazionalizzazione. In particolare risulta efficace il network che Intesa SanPaolo ha costruito con le società controllate in Europa orientale e nel bacino del Mediterraneo.

**EMIL ABIRASCID**  
[emil@abirascid.com](mailto:emil@abirascid.com)

## La frontiera dello sportello

### 1 - Com'era

**Il processo tradizionale.** Le banche e i social network si sviluppano su binari paralleli, ognuno con il proprio canale o la propria piattaforma.



### 2 - Com'è

**La contaminazione del credito.** Le banche applicano ai processi tradizionali alcuni principi dei social network, per migliorare la produttività e i rapporti con i clienti.

### 3 - Come sarà

**Integrazione totale.** Alcuni dei processi bancari standardizzati sposano i meccanismi dei social network, diventando social banking. Come nel caso di **Zopa**, **PayPal** o **Smarty pig**.

