

# Marketing e Finanza

Strategie, marketing e innovazione finanziaria



**Marketing bancario 4.0:  
la digitalizzazione AI-based come motore di crescita**

05

Claudia Vassena, *Intesa Sanpaolo*

Natascia Noveri, *Intesa Sanpaolo*



**Il ruolo dell'Intelligenza Artificiale  
nella banca commerciale omnicanale**

18

Pradeep Chelapati, *UniCredit*

Gianluigi Pesce, *UniCredit*



**Intelligenza Artificiale:  
opportunità e innovazione al servizio della relazione con i clienti**

25

Andrea Costi, *Gruppo BCC Iccrea*

**La rivoluzione dell'Intelligenza Artificiale e dell'approccio Data Driven:  
come si trasformano Marketing, Sales e Customer Service**

33

Riccardo Grazzini, *Findomestic*



**Innovazione Digitale e AI:  
come trasformare l'esperienza cliente nel settore assicurativo**

39

Annalisa Muratti, *Alleanza Assicurazioni*

Andrea Radini, *Alleanza Assicurazioni*





# Osservatorio Innovazione Finanziaria



## Adesione programma

**2025**  
XXI edizione

**Il programma 2025 prevede le seguenti attività\*:**

- ✓ **Programma Workshop online “Strategie e Innovazioni”**
- ✓ **Executive Meeting “Future & Innovation Talks”**
- ✓ **Premio “Financial Innovation - Italian Awards”**
- ✓ **Convegno “Financial Innovation Day”**
- ✓ **Accreditamento “Istituzione Finanziaria Innovativa”**
- ✓ **Rivista “Marketing e Finanza”**
- ✓ **Piano editoriale di FinancialInnovation.it**
- ✓ **Libro annuale sull’Innovazione Finanziaria**
- ✓ **Call4Innovation di FinancialTechnology.it\***
- ✓ **Verticali dell’Osservatorio Innovazione Finanziaria\***
- ✓ **Ricerche di Mercato Multiclient\***
- ✓ **Flexible Executive Master in Strategy & Innovation\***
- ✓ **AIFIn Academy e formazione su commessa**
- ✓ **Innovation Lab**
- ✓ **Commissioni\***

\*Alcune attività multi aderente saranno attivate solo con l’adesione di un numero minimo di istituzioni finanziarie aderenti

**Sviluppa con noi il Programma di Innovazione Aziendale “custom”**

Contattaci per una video call di presentazione delle attività

Tel. 0382 523317  
Email: [segreteria@aifin.org](mailto:segreteria@aifin.org)  
Cell. 348 0483549



# Marketing e Finanza

n.2 del 2024

**Direttore responsabile:**  
Sergio Spaccavento

**Editore:**  
MarketLab s.r.l. Viale Cesare Battisti, 54  
27100 Pavia  
tel. 0382/523317 – email: segreteria@marketlab.it

**Rivista tecnico, scientifica e professionale  
fondata nel 2006:**  
4 numeri all'anno in formato PDF  
La rivista è riservata alle Istituzioni Finanziarie  
AIFIn.

Per ulteriori informazioni scrivere a:  
segreteria@aifin.org

**Grafica editoriale e impaginazione:**  
Maria Stella Spaccavento

**Copyright © 2024 MarketLab SRL**  
Tutti i diritti riservati. Nessuna parte della rivista  
può essere riprodotta o trasmessa in qualsiasi  
forma o qualsiasi mezzo senza il permesso scritto  
dell'editore.



AIFIn - è un think tank indipendente attivo dal 2004 che si propone di promuovere e diffondere la cultura dell'innovazione nel settore bancario, assicurativo e finanziario.  
[www.aifin.org](http://www.aifin.org)

## **04 L'AI E L'INNOVAZIONE DATA DRIVEN NEL MARKETING, SALES E CUSTOMER SERVICE**

*di Sergio Spaccavento - AIFIn*

## **05 MARKETING BANCARIO 4.0: LA DIGITALIZZAZIONE AI-BASED COME MOTORE DI CRESCITA**

*di Claudia Vassena - Intesa Sanpaolo e Natascia Noveri - Intesa Sanpaolo*

In un mondo dominato dal digitale, le banche hanno il dovere di evolversi per ascoltare le esigenze dei propri clienti. Questo articolo esplora come la digitalizzazione non possa più essere scissa dall'Intelligenza Artificiale (AI), rappresentando un binomio vincente per rivoluzionare il marketing bancario, offrendo soluzioni innovative per soddisfare le esigenze in continua evoluzione.

## **18 IL RUOLO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELLA BANCA COMMERCIALE OMNICANALE**

*di Pradeep Chelpati - UniCredit e Gianluigi Pesce - UniCredit*

L'articolo analizza il ruolo centrale dell'intelligenza artificiale nella trasformazione digitale del settore bancario italiano, con un focus sulle iniziative di UniCredit, in particolare nell'area Marketing, Sales e Customer Services. Vengono illustrati i principali casi d'uso dell'AI evidenziando come queste tecnologie migliorano l'efficienza operativa, l'esperienza del cliente e la personalizzazione dei servizi. Inoltre, vengono discussi i rischi associati e le misure di governance implementate per garantire un'adozione responsabile e sostenibile.

## **25 INTELLIGENZA ARTIFICIALE: OPPORTUNITÀ E INNOVAZIONE AL SERVIZIO DELLA RELAZIONE CON I CLIENTI**

*di Andrea Costi - Gruppo BCC Iccrea*

L'articolo descrive alcune possibili applicazioni dell'Intelligenza Artificiale che il Gruppo BCC Iccrea sta approfondendo, evidenziando come questa tecnologia possa ottimizzare le strategie di marketing e la gestione dei dati per migliorare l'interazione con i clienti. Si affrontano temi cruciali come la trasformazione digitale, la creazione di valore attraverso l'analisi avanzata dei dati e le sfide legate alla protezione della privacy e all'evoluzione delle competenze interne, per un futuro bancario più innovativo e centrato sul cliente.

## **33 LA RIVOLUZIONE DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DELL'APPROCCIO DATA DRIVEN: COME SI TRASFORMANO MARKETING, SALES E CUSTOMER SERVICE**

*di Riccardo Grazzini, Findomestic*

L'articolo descrive come Findomestic Banca sta trasformando le sue operazioni di Marketing, Sales e Customer Service attraverso l'adozione dell'intelligenza artificiale e l'approccio data-driven. Analizza le opportunità e i benefici di queste innovazioni, ma anche le sfide e i rischi legati alla privacy, alla sicurezza dei dati e all'etica. Presenta, inoltre, esempi di applicazioni pratiche e i risultati ottenuti, dimostrando come l'AI possa migliorare l'efficienza e l'efficacia delle strategie aziendali.

## **39 INNOVAZIONE DIGITALE E AI: COME TRASFORMARE L'ESPERIENZA CLIENTE NEL SETTORE ASSICURATIVO**

*di Annalisa Muratti, Alleanza Assicurazioni e Andrea Radini, Alleanza Assicurazioni*

L'articolo analizza l'impatto dell'Intelligenza Artificiale e dell'analisi dei dati nel settore assicurativo, con un focus sull'evoluzione delle strategie di marketing e customer service. Il case study di Alleanza Assicurazioni dimostra come l'innovazione digitale stia trasformando l'interazione con i clienti, ottimizzando la personalizzazione dei servizi, migliorando l'efficienza operativa e rafforzando la fidelizzazione grazie a strumenti tecnologici avanzati.

# L'AI e l'Innovazione Data Driven nel Marketing, Sales e Customer Service

L'Intelligenza Artificiale (AI) e l'innovazione data-driven stanno rapidamente rivoluzionando il marketing, le vendite e il customer service nel settore bancario, assicurativo e finanziario. Queste tecnologie permettono alle istituzioni finanziarie di adattarsi a un mercato sempre più digitalizzato, dove la personalizzazione dell'esperienza cliente, l'efficienza operativa e l'automazione dei processi sono diventati fattori critici di successo.

L'adozione dell'AI è accompagnata da una crescente attenzione verso l'integrazione di soluzioni data-driven per migliorare la capacità di risposta alle nuove esigenze dei consumatori. La centralità del cliente emerge come elemento cardine delle strategie di marketing, spingendo le istituzioni finanziarie ad implementare modelli predittivi, chatbot e sistemi di automazione che consentono una maggiore personalizzazione e interazioni proattive, favorita dall'adozione e sviluppo di modelli sempre più digitali e multicanale. Questa trasformazione non solo riduce i costi operativi, ma migliora anche l'efficacia delle campagne di marketing e la qualità dell'assistenza ai clienti.

Nel contesto attuale, le aziende del settore stanno approcciando il fenomeno dell'AI con strategie diverse. Alcune stanno implementando soluzioni avanzate di AI generativa per potenziare le capacità di engagement e supporto, soprattutto nei processi di vendita e servizio clienti. Altre, invece, adottano un approccio più graduale, concentrandosi sull'automazione di processi specifici interni e sull'ottimizzazione delle interazioni senza rinunciare alla componente umana, soprattutto nelle fasi critiche del customer journey.

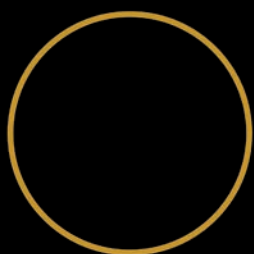
Una convergenza tra le diverse strategie si osserva nell'uso diffuso dell'analisi dei dati per migliorare la conoscenza del cliente. L'analisi predittiva sta trasformando il modo in cui le aziende pianificano le proprie attività di marketing e vendite, consentendo loro di anticipare i bisogni dei clienti e offrire prodotti e servizi mirati. Tuttavia, esistono approcci diversi rispetto alla velocità e alla profondità dell'integrazione dell'AI: mentre alcune realtà puntano a una trasformazione radicale, altre preferiscono un'evoluzione più graduale, gestendo con attenzione i rischi associati all'automazione massiva.

Le lezioni apprese finora evidenziano l'importanza di un equilibrio tra l'adozione dell'AI e la supervisione umana, per garantire che le tecnologie implementate siano affidabili, etiche e trasparenti. La governance dell'AI è cruciale per evitare rischi operativi e garantire che l'innovazione tecnologica sia sempre al servizio della centralità del cliente.



**Sergio Spaccavento**  
AIFin

Questi temi aprono un dibattito ricco di spunti per i marketing manager del settore, invitandoli ad approfondire come l'AI e l'innovazione data-driven stiano ridisegnando il futuro del marketing e delle vendite. I casi analizzati offrono esempi concreti di come queste tecnologie possano essere sfruttate per ottenere un vantaggio competitivo, delineando al contempo le sfide e le opportunità che i manager devono affrontare.



# Financial Innovation Italian Awards

## Partecipa alla **XXI edizione** del Premio AIFIn

Il Premio si propone di essere:

- un riconoscimento alla capacità delle istituzioni finanziarie (banche, compagnie di assicurazione, intermediari finanziari) di ideare, sviluppare e realizzare progetti innovativi;
- un riconoscimento ai manager e ai team che hanno gestito progetti innovativi;
- una “guida” per il mercato sull’innovazione nel settore bancario, assicurativo e finanziario.

Sono previste **diverse categorie** alle quali candidare i progetti.  
La **scadenza** per presentare i progetti è il **18 dicembre 2024**

**Richiedi alla Segreteria AIFIn  
il regolamento e la documentazione per partecipare  
al premio**

segreteria@aifin.org  
www.aifin.org



Progettazione e organizzazione a cura di MarketLab - Financial Marketing Research

# Istituzione Finanziaria Innovativa

2024

## Accreditamento AIFIn come “Istituzione Finanziaria Innovativa”

*L'accREDITamento AIFIn è una attestazione della capacità complessiva di innovazione delle Istituzioni Finanziarie. È riservato esclusivamente agli Aderenti AIFIn che desiderano sottoporsi al relativo processo di valutazione.*

La **procedura di accreditamento** si basa su una valutazione complessiva che prende in considerazione i seguenti elementi:

- **Capacità di sviluppare e implementare progetti innovativi:** vengono valutati i progetti candidati al premio AIFIn e quelli presentati nel programma workshop AIFIn.
- **Capacità strategica, organizzativa e di comunicazione dell'innovazione:** valutazione condotta attraverso una survey su un panel di manager del settore e un innovation assessment di AIFIn.

La valutazione complessiva sarà il risultato ponderato delle analisi effettuate da una giuria indipendente, da un panel di manager ed esperti del settore, e dai rappresentanti di AIFIn. Questa valutazione determinerà il posizionamento dell'Istituzione nel **Financial Innovation Maturity Index AIFIn (FIMI)**.

In base al posizionamento ottenuto nel FIMI, differenziato per tipologia e/o dimensione dell'Istituzione Finanziaria, verrà assegnata una menzione di merito come **“Istituzione Finanziaria Innovativa dell'anno 2024”**.

**Per informazioni sulle modalità di adesione e sul regolamento, si prega di contattare la segreteria AIFIn**

[segreteria@aifin.org](mailto:segreteria@aifin.org)

[www.aifin.org](http://www.aifin.org)



# Marketing e Finanza

Strategie, marketing e innovazione finanziaria

	<b>Marketing bancario 4.0: la digitalizzazione AI-based come motore di crescita</b>	<b>05</b>	
Claudia Vassena, Intesa Sanpaolo		Natascia Noveri, Intesa Sanpaolo	
	<b>Il ruolo dell'Intelligenza Artificiale nella banca commerciale omnicanale</b>	<b>18</b>	
Pradeep Chelapati, UniCredit		Gianluigi Pesce, UniCredit	
	<b>Intelligenza Artificiale: opportunità e innovazione al servizio della relazione con i clienti</b>	<b>25</b>	
Andrea Costi, Gruppo BCC Iccrea			
	<b>La rivoluzione dell'Intelligenza Artificiale e dell'approccio Data Driven: come si trasformano Marketing, Sales e Customer Service</b>	<b>33</b>	
		Riccardo Grazzini, Findomestic	
	<b>Innovazione Digitale e AI: come trasformare l'esperienza cliente nel settore assicurativo</b>	<b>39</b>	
Annalisa Muratti, Alleanza Assicurazioni		Andrea Radini, Alleanza Assicurazioni	



n.2 del 2024

**Non perda  
il prossimo numero  
del trimestrale di  
approfondimento su  
strategie,  
innovazioni e  
protagonisti del  
mondo finanziario.**

**riservato agli aderenti AIFIn**  
**www.aifin.org**

*In collaborazione con AIFIn, un contributo fondamentale  
alla riflessione e alla analisi strategica e di marketing per  
chi opera nel settore bancario, assicurativo e finanziario.*

**Per informazioni scrivere a:  
segreteria@aifin.org  
tel. 0382/523317**