



INNOVATION HUB - Instant e contesto

**Instant. È sempre  
il momento  
giusto?**





POLIZZE ON DEMAND, CREDITO Istantaneo, RATEIZZAZIONE CONTESTUALE AGLI ACQUISTI: SONO I NUOVI TREND CHE POSSIAMO RAGGRUPPARE SOTTO IL CAPPELLO "INSTANT". MA QUESTI SERVIZI SI POGGIANO SU TECNOLOGIA, CONOSCENZA DEL CLIENTE, E UN'OFFERTA DIGITAL CHE PUNTA A SODDISFARE BISOGNI IMMEDIATI E CONTESTUALI. BISOGNA QUINDI VEDERE SE NEL LUNGO PERIODO QUESTA STRATEGIA CONTINUERÀ A SODDISFARE REALMENTE LE COMPLESSE ESIGENZE DEI CLIENTI E IL LIVELLO DI PERSONALIZZAZIONE RICHIESTO

Contestualità. È questa la parola d'ordine per una nuova generazione di prodotti e servizi finanziari digitali. Coperture assicurative e credito al consumo vogliono cogliere l'opportunità di presentarsi al cliente giusto nel momento più adatto. Grande protagonista di questo nuovo trend è l'ormai sdoganato smartphone, che tutti i consumatori hanno sempre con sé: basta infatti una app, magari con l'opzione di geolocalizzazione attiva, per essere raggiunti da FinTech, banche e assicurazioni per ottenere notifiche push sulla attivazione di servizi, spesso da consumare in breve tempo (pensiamo a una assicurazione Viaggio o all'attivazione di una polizza per i servizi di car sharing), oppure per dilazionare un pagamento proprio nel momento in cui si è davanti al POS. In quest'ultimo anno, il concetto di servizio on demand ha difatti conquistato il mondo Finance. Sicuramente per adattarsi al nuovo concetto di uso, più che di possesso, che dilaga tra i consumatori.

#### **I protagonisti: dal FinTech ai player tradizionali**

Il FinTech ha sicuramente dato una mano alla diffusione di questo concetto di servizi istantanei: ad esempio Yolo, startup che si occupa di assicurazioni on demand che abbiamo intervistato proprio in questo numero di AziendaBanca, ha stretto varie partnership nel mondo assicurativo per il lancio dei prodotti. Ma sono anche i player tradizionali, come appunto la classica compagnia assicurativa, a volere esplorare questa modalità di instant insurance: Allianz Partners e Global Assistance, ad esempio, hanno creato una copertura online (MyMobility) che offre protezione sia in auto ma anche per i servizi di car sharing, bici, taxi, treno, etc. Per rientrare nell'alveo dell'instant insurance, la polizza riporta varie caratteristiche, tra cui la possibilità di attivarla anche per un solo giorno, pagando per di più solo le garanzie scelte.

## Tecnologia e connettività sono elementi basilari per servizi istantanei

### Istantaneità nella e-mobility

Il settore della mobilità è uno degli ambiti in cui l'on demand sembra calzare a pennello. Tanto che nell'autunno scorso alcuni big player come Generali, FCA e FCA Bank hanno lanciato sul mercato servizi smart per la mobilità dedicati a un cliente che cerca un'offerta su misura e altamente personalizzabile. Polizze pay per use, quindi, ma anche servizi di car sharing, drive coaching e assicurazioni istantanee, confezionate in base ai dati trasmessi dall'auto in tempo reale: coperture viaggio attivabili in prossimità di stazioni e aeroporti, garanzie infortuni ed RC in caso di arrivo in località sciistiche o traino d'emergenza nel corso del transito autostradale.

### Il mondo del credito istantaneo

Anche il credito è instant. Widiba, in partnership con Findomestic, ha intenzione di mettere a disposizione dei clienti una linea di credito per rateizzare le spese istantaneamente (a punto) e ricevere sul conto l'accredito del pagamento appena fatto. Le modalità di accesso e attivazione posso-

no essere diverse: dalla notifica push "vuoi rateizzare" che compare sul cellulare del cliente dopo aver fatto un acquisto, alla possibilità di scegliere tale opzione al completamento di un pagamento all'interno dell'area privata, o direttamente dai movimenti di conto corrente selezionando la voce su cui si vuole applicare il credito real time. In realtà, il pagamento a rate on demand, ma ancora non contestuale, è già diffuso in Italia: pensiamo a Nexi che, 2 anni fa, ha ideato la rateizzazione degli acquisti con la funzione Easy Shopping dalla app Nexi. O anche alla carta Flexia di UniCredit, che permette di rateizzare gli acquisti attivando la funzionalità dal mobile banking. E non dimentichiamo che già da anni si parla di instant lending per clienti privati e imprese per erogare piccoli importi a gran velocità. Probabilmente anche questa tipologia di finanziamento istantaneo potrà essere offerto in modalità push sui cellulari una volta che l'open banking e la ampia connettività permetteranno ai player del settore di conoscere non solo le abitudini di spesa, ma anche i soldi presenti in conto corrente e la posizione del cliente e, di conseguenza la

possibile impellente necessità di avere liquidità da spendere.

### Un castello che crolla?

Quello che abbiamo delineato è un castello che può facilmente crollare in assenza di una tecnologia avanzata, in termini analytics, insights, etc., e di connettività. E in un'Italia stretta e lunga, dove ancora oggi si hanno coni d'ombra per la rete internet, che vive momenti di crisi che hanno fatto chiudere i rubinetti (e non solo) a molte aziende, bisogna vedere se effettivamente il fenomeno "instant" avrà successo. Ammesso che il cliente voglia ricevere notifiche push sullo smartphone, condividere la propria posizione... e non abbia il cellulare scarico.

### Serve più educazione finanziaria e assicurativa

Forse, allora, la strada migliore per il successo di questo nuovo ecosistema instant è ricordarsi di porre sempre al centro il cliente: aiutarlo nelle reali necessità, legate non solo agli stili di vita ma anche agli obiettivi e alle priorità personali e collettive. Perché le potenzialità dei servizi on demand, innegabili soprattutto dal punto di vista commerciale, sono per ora limitate a una sfera di necessità che si possono definire standard, basilari. Quasi una commodity. Serve quindi una cultura finanziaria e assicurativa che permetta ai clienti di percepire i rischi e le necessità più rilevanti.

G.C.

Servizi on demand: il rischio è che diventino una commodity