pwc

Digital Onboarding

Un approccio integrato per rispondere ad un contesto in evoluzione

pwc.com/it

Contesto di riferimento…

32%

delle Banche prevede di introdurre **processi di digital onboarding multicanale** nei prossimi anni

69%

delle Banche che già utilizza l'onboarding digitale permette la **sottoscrizione** di prodotti e servizi **tramite Smartphone**

Sempre più operatori nel settore bancario offrono già o hanno in programma di introdurre nel breve termine la possibilità di far **sottoscrivere digitalmente** prodotti/servizi alla clientela.

Nell'ultimo anno il tasso dei **nuovi clienti bancari che sottoscrivono digitalmente nuovi prodotti e servizi** è **cresciuto di 7 punti percentuali**, arrivando quasi al **30%.**

Tra gli operatori del **settore bancario** ed **assicurativo** si rilevano **livelli di maturità diversi** nel **percorso di digitalizzazione** dei processi di **Customer Onboarding.**

Contesto normativo

Negli ultimi anni le **Autorità Europee** stanno favorendo l'utilizzo di **tecnologie innovative** per l'identificazione e la verifica dell'identità della clientela. Specifiche misure sono state adottate al fine di agevolare l'utilizzo e la diffusione di forme di identità digitale per l'accesso ai servizi bancari.

Il processo di cambiamento regolamentare, che ha origine dall'Europa, prosegue sui tavoli del **legislatore nazionale** che sta sperimentando…

> …approcci innovativi che cercano di mediare tra **sicurezza e innovazione** e che hanno l'obiettivo di facilitare la transizione digitale dell'industria finanziaria italiana*

Fonte: Dati sulle Banche del mercato italiano tratti dal Report ABI Lab 2021 «Digital Banking: un centro di gravità resiliente!»

*"Le iniziative regolamentari per il Fintech: a che punto siamo?" Intervento di Alessandra Perrazzelli, Vice Direttrice Generale Bankit

…profili evolutivi del mercato

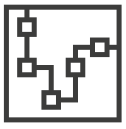
Breve/ medio periodo

Gli operatori, nel prossimo futuro, prevedono di introdurre una maggiore **integrazione tra canali fisici e digitali** per il **Digital Onboarding***. Emerge inoltre la sempre più **ridotta** possibilità di **iniziare il processo** di onboarding tramite **canali digitali** e **concluderlo** su **canali fisici**, a testimonianza della volontà di digitalizzare tutte le fasi del processo per una migliore e più efficiente esperienza cliente.

Una **spinta alla digitalizzazione** del Customer Onboarding è rappresentato dall'utilizzo di **soluzioni tecnologiche** basate su **SPID** e **CIE** a supporto delle fasi di **Identificazione e Verifica** del cliente.

Lungo periodo

L'accesso ai servizi finanziari in logica **Open Finance** potrebbe portare a **soluzioni di sistema** per rendere più semplice il Customer Onboarding facendo leva sulla **condivisione dei dati finanziari** tra gli attori del nuovo ecosistema attraverso l'utilizzo di **tecnologia basata su API.**



Il consolidamento del quadro normativo europeo in materia di **Self Sovereign Identity** aprirà alla digitalizzazione del Customer Onboarding attraverso un modello di identità digitale basato su **tecnologia blockchain**. Sono già in corso sperimentazioni, basate su tecnologie blockchain, per condividere le informazioni tra intermediari.**

*Fonte: Dati sulle Banche del mercato italiano tratti dal Report ABI Lab 2021 «Digital Banking: un centro di gravità resiliente!»

** Fonte: "Indagine Fintech nel sistema finanziario Italiano", Bankit, 2021

L’accesso ai servizi finanziari in logica Open Finance potrebbe portare a soluzioni di sistema per rendere più semplice il Customer Onboarding

Le soluzione di sistema consentirebbe agli operatori di efficientare il processo di onboarding del cliente, facendo leva sulla condivisione dei dati finanziari tra gli attori del nuovo ecosistema attraverso l’utilizzo di tecnologia basata su API

I principali benefici per gli operatori bancari

Semplificazione del processo di **onboarding**, con potenziale **miglioramento** della **User Experience** e **riduzione** del **tasso di abbandono** del cliente.

Consolidamento del percorso di digitalizzazione del processo di **Customer Onboarding E2E**, con particolare riferimento alle **fasi di verifica e riconoscimento del cliente finale.**

Sviluppo di **soluzioni digitali in logica ecosistema** basate su **tecnologie innovative** e **scalabili** (es. API), anche in ottica realizzazione servizi **Open Finance.**

Focus lungo periodo

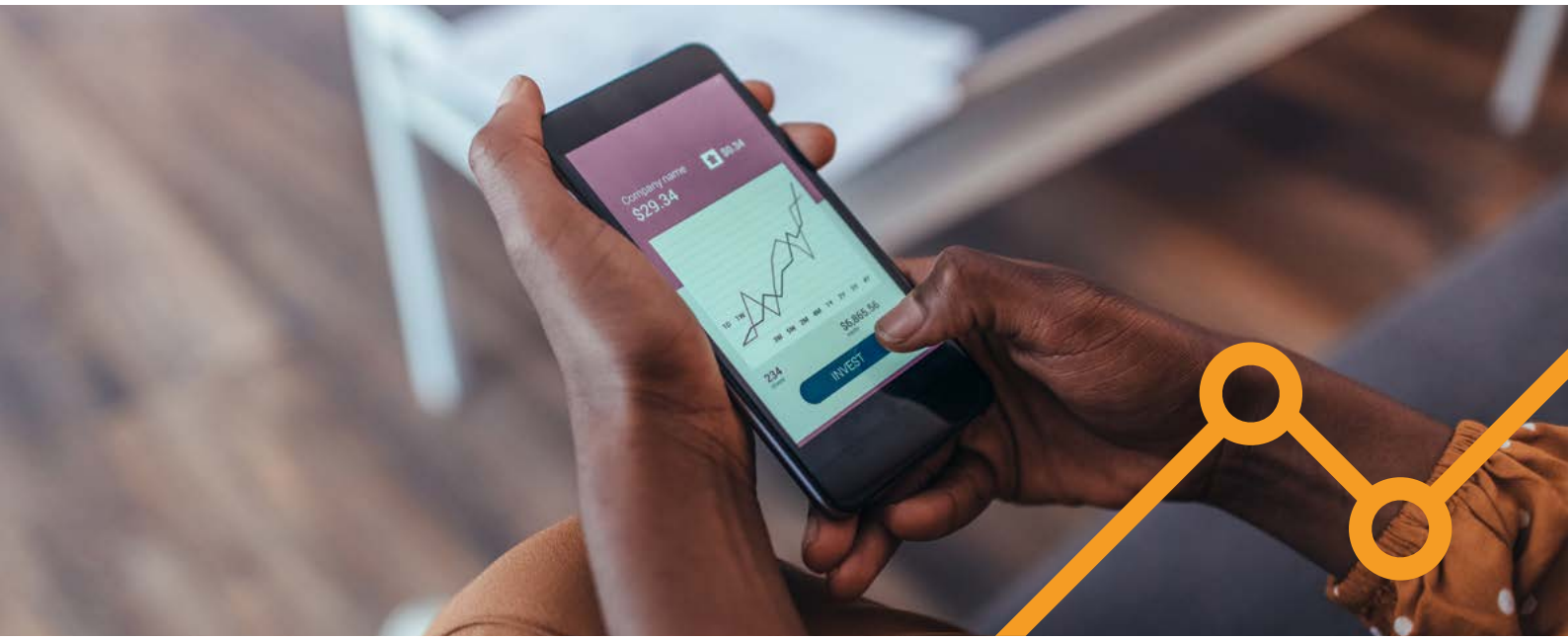
La Self Sovereign Identity potrà ulteriormente evolvere il Customer Onboarding mettendo il cliente al centro dell'ecosistema con l'uso della blockchain

Una delle innovazioni maggiori in ambito di identità digitale riguarda la **Self Sovereign Identity (SSI)**, un nuovo concetto dove l'utente è l'**attore centrale** nel controllo dei propri dati e degli attributi legati alla sua identità digitale. All'interno del modello SSI l'utente detiene in maniera autonoma gli attributi (ad es. un diploma, la carta d'identità, etc.) legati alla sua identità sotto forma di **Verifiable Credentials**. Una delle tecnologie cardine dell'SSI è la **Blockchain**, la quale permette di gestire una root-of-trust senza la necessità di un'autorità centrale.

In questo modello, le **Verifiable Credentials** possedute dall'utente all'interno del proprio **smartphone** (o altri tipi di repository) possono essere mostrate ad un **Verificatore**, che è in grado di comprovare che la credenziale sia valida (contenga la firma dell'emettitore, ad esempio la motorizzazione per una patente) e attribuita all'utente stesso (es. verificare la validità della patente stessa) in un modo **peer-to-peer**.

Il modello Self Sovereign Identity può essere **break through** anche per il **customer onboarding**. L'SSI è in grado di fornire agli utenti una vera esperienza di Single-Sign-On, dove i dati sono posseduti dagli utenti stessi e non più dagli **Identity Provider** (come avviene nei modelli di identità digitale federata, ad es. SPID o Login con Facebook). Utilizzando il framework SSI, è possibile **migliorare l'esperienza dell'utente**, al contempo tutelando maggiormente la sua privacy e permettendo di **efficientare** il processo di **KYC**, soprattutto rispetto ai **costi**, alla **privacy-by-design** e al rispetto della **GDPR**.

Focus lungo periodo



Le principali aspettative dei Clienti bancari sul processo di Digital Onboarding…

Quello che il Prospect desidera dall'Onboarding…

Esperienza

- **Processi self**, senza necessità di doversi interfacciare con la Banca
- Gratificazione istantanea / **risposta rapida**

Scelta

- **Flessibilità e dinamicità** nel processo e offerta di prodotti / servizi in partnership con altri marchi
- **Differenti opzioni**, ma non troppo estese, tra cui scegliere (e.g. pacchetti, risposte ai questionari)

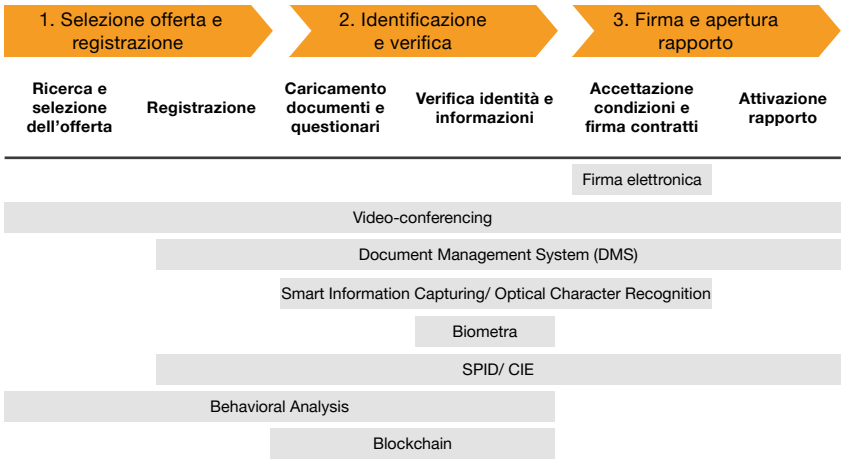
Comunicazione

- **Contatto solo quando necessario** e sui canali per cui è stata espressa una preferenza
- Richiesta di **informazioni solo se non già note** / fornite (i.e. portabilità dei dati)

…e quello che si aspetta dai canali digitali

- Possibilità di switch tra canali e device
- Disponibilità ed immediatezza dei sistemi nel rispondere alle azioni eseguite
- Piattaforme web e App mobile chiare e facili da navigare e comprendere
- Accesso 24/7 al processo e alle relative fasi e funzionalità
- Supporto continuo e strumenti di *Customer service* intuitivi

…che possono essere raggiunte attraverso una digitalizzazione del processo di Customer Onboarding e2e



La digitalizzazione del Customer Onboarding può essere raggiunta attraverso un **approccio incrementale**, con **interventi prioritari «verticali»** sugli step di **identificazione e verifica dell'identità**, maggiormente rilevanti in termini di benefici conseguibili dalla digitalizzazione.

Tuttavia, il vero boost può arrivare approcciando olisticamente la **digitalizzazione** attraverso soluzioni basate sulla **Digital Process Automation** che permettono di efficientare il processo e migliorare la customer experience.

Digital Process Automation - cosa è?

Si tratta di strumenti che sono in grado di orchestrare un processo tra **più attori**, coordinando le attività di robot, umani e altre tecnologie di automazione. Nel processo di onboarding la DPA permette una **orchestrazione e2e del processo**, agendo come tessuto connettivo tra t**utte le tecnologie presenti**, integrando funzionalità mancanti (ad esempio creando UI di controllo, o di inserimento di dati) e permettendo una gestione integrata della customer experience.

I benefici della digitalizzazione del Customer Onboarding

I benefici introdotti dalla digitalizzazione del processo…	…a fronte delle possibili inefficienze
Due diligence regolamentari guidate	**Attività per Due Diligence regolamentari frammentate**
Omni-Channel Customer Experience	**Ridotta o assente integrazione dei canali**
Riduzione rischi operativi	**Procedure manuali obsolete**
Riduzione dei tempi di lavorazione	**Tempo richiesto per completare la procedura**
Efficientamento e Saving	**Costi dell'operatività e delle procedure**

I requisiti per un processo di Onboarding digitale di successo

Esperienza omni e cross-canale

Possibilità di **passare da un canale all'altro** riprendendo il processo dallo step esatto in cui è stato interrotto, **mantenendo la stessa esperienza**

Trasparenza comunicativa e personalizzazione

Spiegazioni chiare e ripetute per rendere **il Prospect cosciente delle azioni / task** che deve eseguire e del **tempo medio richiesto** per ciascuna fase

Supporto continuo

Soluzioni tecniche e di processo (e.g. chat, messaggi on-screen, analisi biometrica) per **garantire un supporto** al Prospect **lungo tutto il processo**

Disponibilità ed integrazione dei sistemi

I sistemi di front-end e back-end ed eventuali applicativi esterni **devono essere perfettamente integrati** per garantire un processo immediato e **privo di attriti**

I capisaldi della digitalizzazione del Customer Onboarding per PwC

Obiettivo

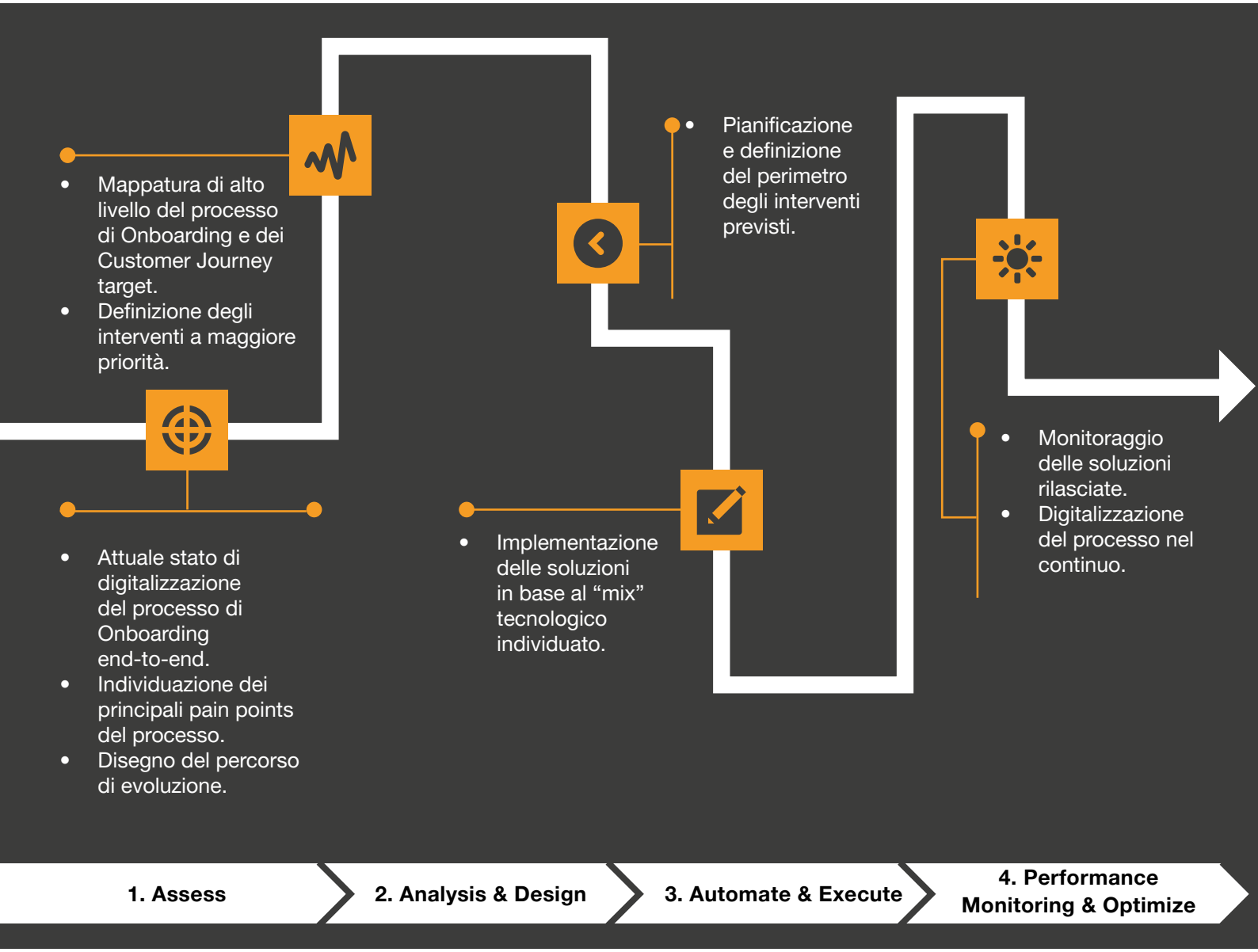
Adozione/ evoluzione del processo di customer onboarding attraverso l'introduzione di canali digitali

Digitalizzare specifici step del processo di Onboarding a distanza attraverso il «corretto» mix di tecnologie

Adozione di soluzioni per la digitalizzazione end-to-end del processo di Customer Onboarding

Efficientare il processo e migliorare la customer experience

Il percorso di digitalizzazione del Customer Onboarding



Quanto è digitalizzato il Vostro attuale processo di Customer Onboarding?

Beginner

Adozione di soluzioni basate su **OCR/SIC** per le verifiche di **veridicità** e **autenticità** dei **documenti** identificativi.

Introduzione di soluzioni per la **raccolta** e **gestione** di **documenti** in **formato digitale (DMS).**

Attivazione di **controlli biometrici** di **face comparison.**

Adozione di soluzioni di **firma digitale** della documentazione di Onboarding.

Aspirational

Digitalizzazione delle fasi di **identificazione** e **verifica** attraverso soluzioni basate su **Identità Digitale** (es., **SPID, CIE**).

Digitalizzazione «orizzontale» lungo fasi del processo a monte e valle dell'Identificazione e verifica dell'identità, ad esempio, attraverso utilizzo di sistemi di collaboration nelle fasi di **registrazione** e **selezione** dell'offerta.

Introduzione di **soluzioni trasversali** di **Digital Process Automation** per efficientare il processo e migliorare la customer experience.

Champion

Ottimizzazione della «**Identity Corroboration**» attraverso l'introduzione di soluzioni di analisi comportamentali avanzate (cd. «**behavioral analysis**») e meccanismi di machine learning.

Digitalizzazione del processo **cross-canale** (es., del processo da canale fisico).

Pioneer

Studio di "**soluzioni di frontiera**" per anticipare trend futuri, quali ad esempio, la digitalizzazione del Customer Onboarding attraverso un modello di **identità digitale** basato su tecnologia **blockchain.**

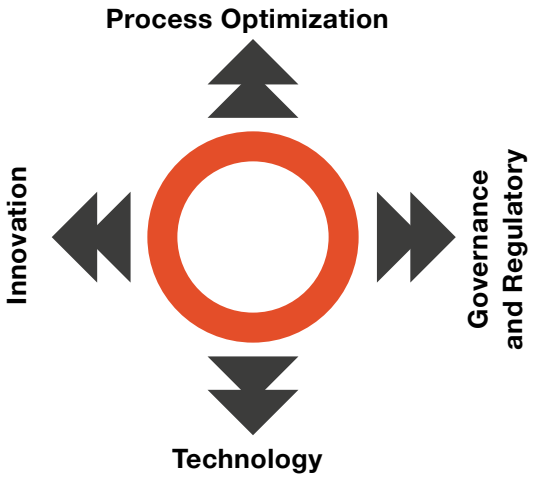
Perché PwC?

Un centro di competenza dedicato alle tematiche di Digital Onboarding

Vi accompagneremo lungo il percorso di digitalizzazione del processo di Onboarding attraverso un approccio multidisciplinare e integrato

- **Identificazione** dei principali **ambiti di efficientamento** del processo di Onboarding e supporto nel **disegno** del **target operating model di gestione**.
- **Disegno** dei **processi omni-canale** con supporto nella stesura dei requisiti di business.

- **Analisi** ed interpretazione delle **esigenze** di **digitalizzazione** ed **accesso** all'**innovation ecosystem.**
- Supporto nell'**identificazione** e **valutazione** di **terze parti strategiche** per eventuali **partnership** o nello sviluppo di **soluzioni innovative custom.**



- Supporto alla **definizione** del **framework di governo** dell'intero processo di onboarding, anche attraverso l'analisi delle **specificità del business.**
- Supporto nella **definizione** e **implementazione** degli **impatti normativi**, con particolare **focus sulla normativa AML** (processi, rischi e controlli).

- Supporto alla **definizione** del **giusto mix di tecnologie** utili alla digitalizzazione del processo.
- **Definizione** dei principali **driver di automazione**.
- **Definizione** della **solution architecture** e implementazione delle diverse soluzioni tecnologiche.

Perchè PwC per digitalizzare il Customer Onboarding

Progettualità presso primari clienti bancari

Supporto nella **digitalizzazione** del **processo di Customer Onboarding** in ottica end-to-end.

Supporto nella verifica delle **tecnologie di identificazione** a distanza rispetto ai **requirement normativi.**

Supporto nel **disegno del modello operativo** del processo di Onboarding digitale.

Collaborazioni

Partecipazione i tavoli di lavoro organizzati dall'**ABI** sul **Digital Banking** e sul **Digital Onboarding.**

Report annuale sui **canali bancari digitali**, sul servizio di **Account Aggregation** e sul processo di **Digital Onboarding** in collaborazione con l'**ABI.**

Collaborazione con il **Politecnico di Milano** per la futura creazione di una **soluzione sistemica** per il **riconoscimento del cliente.**

Eventi rivolti al mercato

Organizzazione **Webinar "Il processo di Digital Onboarding: un asset strategico per la trasformazione digitale della Banca".**

Relatori all'**Annual Antiriciclaggio 2020**, di **ABI Formazione** con un intervento su «Le nuove dimensioni di rischio di riciclaggio e le opportunità che accompagnano la digitalizzazione dell'offerta bancaria».

Acceleratori

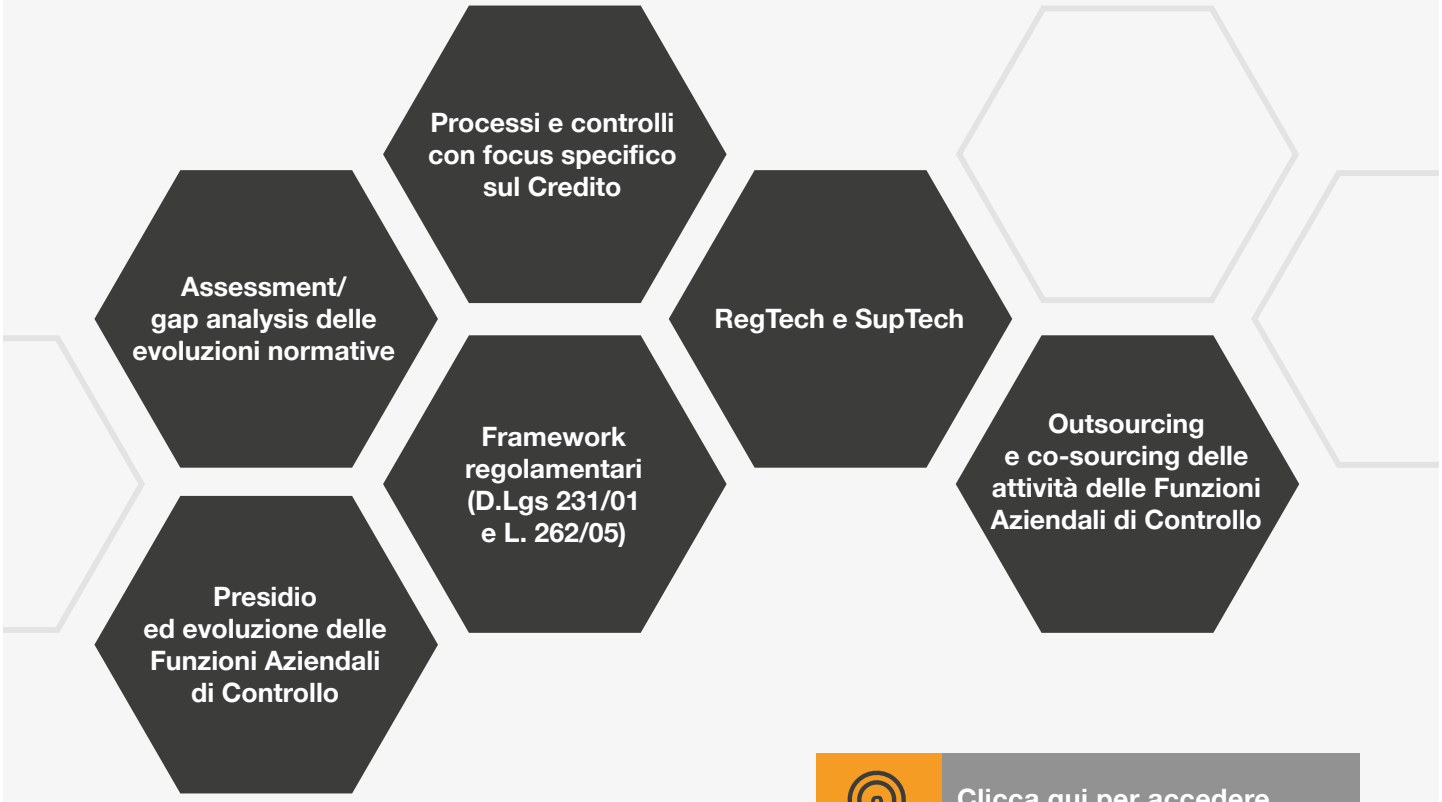
Pubblicazione dell' "**Italian Fintech Report 2021**".

Redazione di una **analisi di benchmark** su **Fintech** e altri provider tecnologici in merito alle **soluzioni tecnologiche**, **prodotti e servizi** offerti in ambito Digital Onboarding e sulle tecniche di **identificazione a distanza** e **verifica** dell'**identità** dei soggetti.

Contatti diretti con i **primari player tecnologici** del mercato.

Digital Distribution & Sales
Analysis
AR Consumption growth
Average user base
▲+89%
Product relative effectiveness
Social netowks influence

Altre tematiche d'interesse



Clicca qui per accedere agli altri contenuti disponibili

Contatti

Marcella Di Marcantonio
Partner
marcella.di.marcantonio@pwc.com

Carlo Bandera
Director | Process Optimization
carlo.bandera@pwc.com

Cristina Petrali
Director | Process Optimization
cristina.petrali@pwc.com

Elisa Pipeschi
Director | Governance and Regulatory
elisa.pipeschi@pwc.com

Giovanni Vanini
Director | Technology & Innovation
giovanni.vanini@pwc.com

Claudia Leone
Senior Manager | Governance and Regulatory
claudia.leone@pwc.com

Con la collaborazione di: Valentina Grilli, Giuseppe William Treccarichi, Enrico Calafiore

© 2022 PricewaterhouseCoopers Business Services Srl. All rights reserved. PwC refers to PricewaterhouseCoopers Business Services Srl and may sometimes refer to the PwC network. Each member firm is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details. This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.