

AI e banche: case study AI per il pricing

Milano, 12 giugno 2024



Andrea Cremonino,

UniCredit, Portfolio and Pricing Management Corporate Italy

Empowering
Communities to Progress.



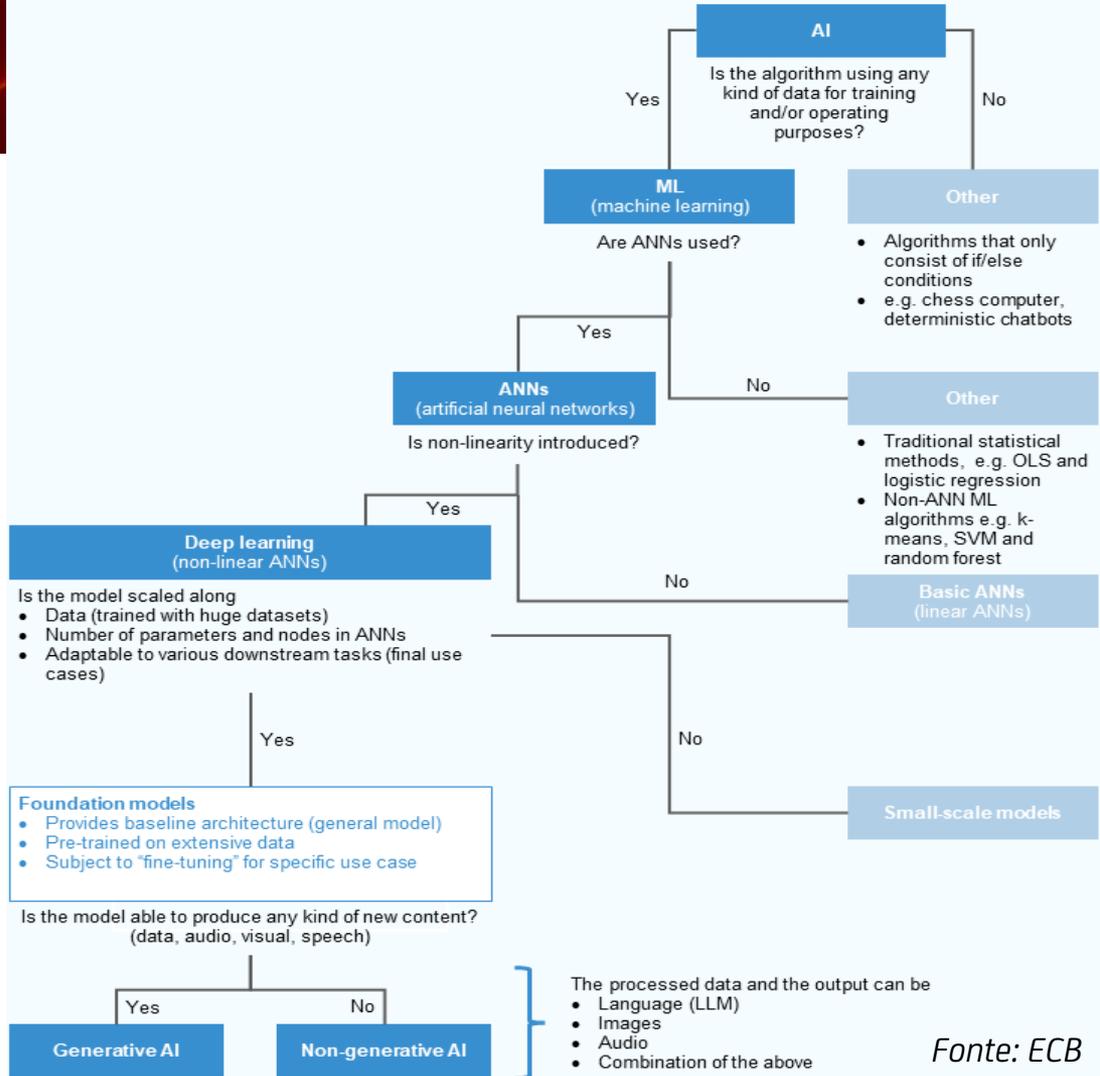
Le opinioni espresse sono quelle dell'autore e non relative all'azienda

AI: due definizioni

UNA PRIMA (MIA) DEFINIZIONE

Una definizione utilitaristica di AI (o meglio di LLM) potrebbe essere:

- modelli per gestione massiva di dati
 - Analisi
 - sintesi
- Con capacità di (auto)apprendimento



AI: ambiti di utilizzo in banca

PRODUTTIVITÀ PERSONALE

- Email
- Verbali di call
- Sintesi di documenti

PROCESSI AZIENDALI

- Credit scoring
- Approvazione fidi
- CRM
- Marketing
- **Supporto al Pricing**
- Analisi Frodi
- AML
- Insider trading detection

CLUSTERING

MODELLIZZAZIONE



Supporto al pricing: dalla segmentazione al clustering

SEGMENTAZIONE

- Classificazione dei clienti basata su caratteristiche «macro»
 - Forma giuridica
 - Fatturato
 - AUM/AuC/AuA
- Sostanzialmente statica
- Alla base di molti processi aziendali



CLUSTERING

- Classificazione dei clienti inferita dai dati
 - impostata a priori (deduttiva)
 - Indotta dai dati
- Ad- hoc ad esempio per campagne specifiche
- Flessibile
- dinamica



Clustering: alcuni esempi

RETAIL

- Tipo di prodotti e intensità utilizzo
 - Incidenza pagamenti
- Molteplicità di rapporti
 - Persone
 - Persone ed azienda
- Informazioni non finanziarie (*soft*)
 - Media footprint

CORPORATE

- Maggiore granularità dei sistemi andamentali
- Molteplicità di rapporti
 - Azienda
 - private
- Appartenenza a settori / filiere/ distretti
- Eligibility per PNRR
- Mercati di riferimento
- Score ESG in particolare
 - Green/ brown



Price Modelling: evoluzione con AI

AS IS

Il pricing dei **prodotti** bancari attualmente è di solito effettuato:

- **Retail: prezzo per prodotto** con una differenziazione in base ad alcune caratteristiche del cliente
 - Mutui: Loan to Value
 - Ma non le carte di credito
- **Corporate: negoziazione individuale** in base a criteri generali
 - Vi possono essere campagne su prodotti o clienti specifici

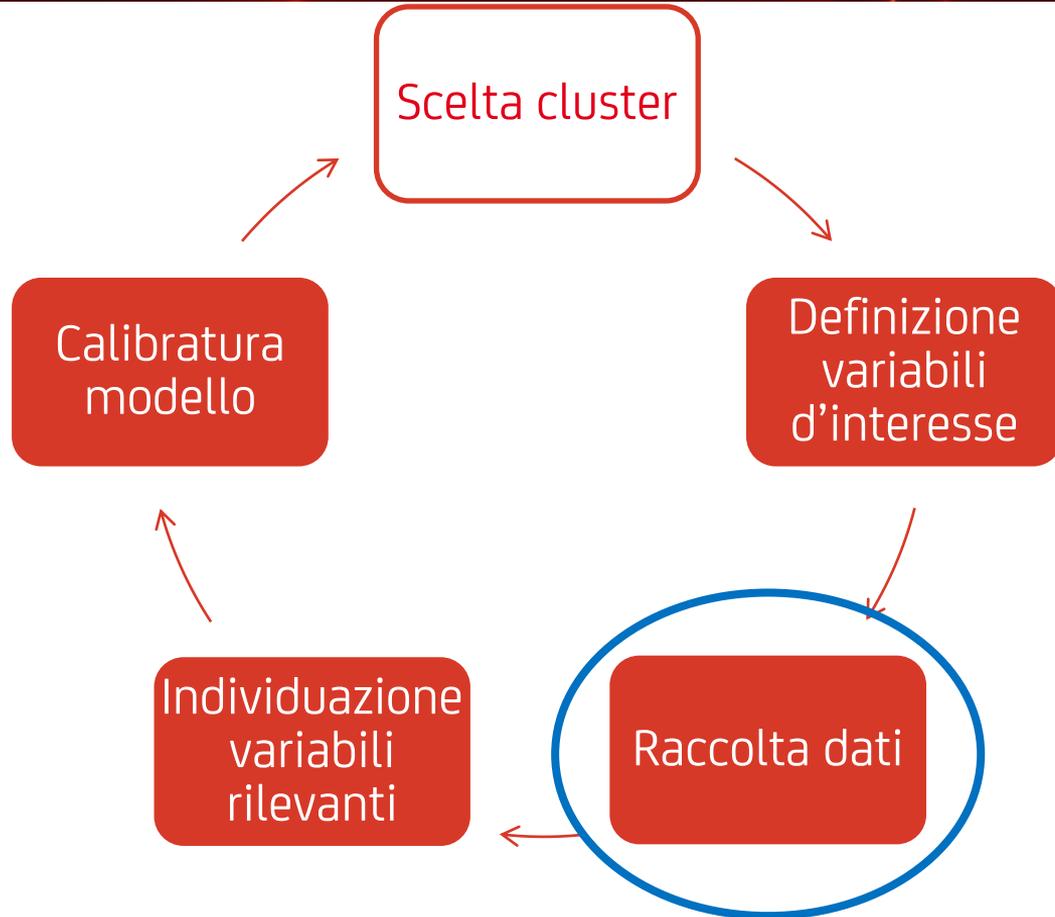
TO BE (OR IT COULD BE)

Il pricing può essere essere più customizzato e dinamico:

- Pricing su misura per i singoli cluster, e.g. filiere
- Basato sulla profittabilità di tutta la relazione
- Ipotesi di evoluzione futura
 - Rating
 - Loan to value
- Bundling / pacchetti di prodotti



Price Modelling: costruzione del modello



AI nel pricing: modalità di utilizzo nei processi

- AI è inutile se **non è inserita nei processi**
- dove può essere impiegata nel pricing con due **modalità**

DECISIONALE

I modelli di AI forniscono direttamente il prezzo da applicare ai diversi prodotti

SUPPORTO

I modelli di AI forniscono un'indicazione del prezzo da proporre al gestore

Le due modalità possono essere impiegate in modalità non mutuamente esclusive



AI nel pricing: come strumento di indirizzo e cambiamento

- AI nel pricing può essere utilizzata come strumento di indirizzo e cambiamento andando influenzare le politiche di pricing

STATICO

I modelli di AI mirano a definire un prezzo «ottimale» in base alle condizioni correnti

DINAMICO

I modelli di AI modificano il pricing in base alle strategie ed obiettivi della banca ad esempio

- Per favorire i prodotti green
- Per spingere su alcuni settori/ filere



AI nel pricing: Punti di attenzione

- AI è Data ultra intensive («**dativora**») per cui richiede dati
 - Diversi sistemi
 - Fonti esterne
 - Codifica di informazioni aggiuntive
- Può sviluppare impostazioni opache e non sempre facilmente comprensibili

- Approccio «critico» per individuare eventuali
 - Bias
 - Allucinazioni
- Formazione del personale
- Attenzione ai profili di compliance / Data Protection

L'utilizzo di AI non significa solo «automazione intelligente» ma cambiare

- l'approccio al cliente
- la relativa infrastruttura dati



AI per pricing: Key take aways

AI per pricing

Non se, ma come e quando = adesso (*evitare luddismo 4.0*)

Non vi è un'applicazione unica ma dipendente dagli utilizzi

Utilizzare AI non significa «automazione intelligente» ma cambiare

- l'approccio al cliente
- la relativa infrastruttura dati

Non vi è un'applicazione unica ma dipendente dagli utilizzi

