

E-FINANCE FOR CEO

LA PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE D E-FINANCE

Analizzare gli scenari	2
L'importanza dell'e-finance	2
I mercati dell'e-finance	3
Le opportunità	5
Le minacce	6
I punti di forza	9
I punti di debolezza	10
 Valutare gli obiettivi e-finance	 12
 Definire le strategie e-finance	 13
 Gestire e controllare i processi e-finance . . .	 16
 Note Osservazion	 19

ANALIZZARE GLI SCENARI

L' IMPORTANZA DELL'E-FINANCE



Perché per la tua impresa è importante formalizzare efficaci strategie e-finance?

Per comprendere l'importanza crescente di Internet sui mercati finanziari è opportuno ricordare come ogni mercato persegua il proprio equilibrio fra domanda e offerta sulla base delle informazioni disponibili.

Tutti gli operatori sono influenzati dalle crescenti capacità di gestire le informazioni offerte da Internet.

Il progressivo estendersi dell'utilizzo di Internet presso crescenti masse di operatori economici è destinato a modificare strutturalmente e irreversibilmente tutti i mercati.

Ciò vale anche per i mercati finanziari, che per la propria natura rappresentano la faccia speculare dell'economia reale tradotta nella prima e nella più importante delle informazioni economiche: il prezzo del denaro.

Oggi l'utilizzazione di Internet nel recupero, nell'analisi nella elaborazione dell'informazione finanziaria è accessibile alla totalità delle imprese, enti e istituzioni operanti nelle principali economie mondiali.

Nessun operatore economico dei principali paesi occidentali è escluso dalla possibilità di accedere a Internet.

La competizione sulle risorse finanziarie è progressivamente dipendente dalle capacità di competere su Internet

Le capacità competitive di ogni impresa nel reperire le risorse finanziarie a condizioni economiche, a prezzi convenienti, sono così progressivamente correlabili alle capacità dell'impresa di

ANALIZZARE GLI SCENARI

In questa sfida, le capacità della tua impresa di competere sui mercati finanziari vengono a dipendere progressivamente dalle sue capacità di organizzare la propria conoscenza e il proprio potere relazionale su internet.

In sintesi, dalle tue capacità di pianificare e gestire e controllare le strategie e-finance

I MERCATI DELL'E-FINANCE



Che cos'è l'e-finance?

Tecnicamente il termine e-finance comprende l'insieme di relazioni aventi per oggetto transazioni finanziarie sviluppabili sulla rete Internet tra due o più operatori economici.

Tutta l'area e-finance può essere suddivisa in due parti:

- Finance to Consumer (Finanza rivolta all'operatore famiglia)
- Finance to Business (Finanza rivolta all'operatore impresa).

Sulla base dei segmenti di destinazione possiamo così comprendere il mondo dell'e-finance in due grandi aree di business, una orientata al consumatore privato e una all'operatore d'impresa.

BUSINESS AREA	E-FINANCE
<i>B2C: Business to Consumer</i>	<i>F2C Finance to consumer</i>
<i>B2B: Business to Business</i>	<i>F2B Finance to Business (Cofipo)</i>

* E' opportuno ricordare come i domini internet e-financeportal.com, financetoconsumer.com e financetobusiness.com, siano stati registrati da Cofipo che ne detiene tutti i relativi diritti.

ANALIZZARE GLI SCENARI

I termini Finance to Consumer e Finance to Business sono così utilizzabili per classificare i siti e i servizi di e-finance in relazione all'utilizzatore.

Finance to consumer

L'area B2C dell'e-finance, rivolta al consumatore chiamata Finance to Consumer.

La definizione comprende l'insieme di relazioni aventi per oggetto transazioni finanziarie sviluppabili tramite internet tra un'impresa e un consumatore privato.

All'area Finance to Consumer sono ascrivibili tutte le attività finanziarie rivolte al privato: dalle attività di internet banking al trading on line, ai mutui e ai prestiti al consumo, ...

Attualmente su internet sono disponibili centinaia e centinaia di siti rivolti al consumatore privato, tesi a risolvere le problematiche finanziarie di gestione del risparmio o di reperimento delle risorse della famiglia.

Finance to business

L'area B2B dell'e-finance, rivolta all'operatore impresa, è chiamata Finance to Business.

La definizione comprende l'insieme di relazioni aventi per oggetto transazioni finanziarie sviluppabili tramite internet tra operatori professionali (professionisti, imprenditori, imprese, enti e istituzioni).

Nell'area Finance to Business confluiscono tutte le attività finanziarie rivolte a un operatore professionale: dalle attività bancarie a quelle assicurative, corporate finance, corporate banking, investment banking, merchant banking, etc.

ANALIZZARE GLI SCENARI

Attualmente su internet sono centinaia le istituzioni finanziarie che cercano di sviluppare attività di corporate finance on line, e Cofipo è il loro punto di riferimento.

Per una prima disamina dell'offerta bancaria nell'area del corporate banking on line puoi verificare l'aggiornamento della ricerca Cofipo “ *Le migliori banche nel corporate banking su internet. Un confronto internazionale*”.

Per verificare lo stato dell'arte dell'offerta di servizi assicurativi su internet nell'area delle assicurazioni, puoi verificare l'aggiornamento della ricerca “*Le migliori compagnie assicurative nel corporate insurance sulla rete Internet. Un confronto internazionale*”.

Entrambe le ricerche sono state basate sui sistemi di intelligenza competitiva di Investment & Banking Group, e precisamente su SCIPO – Strategic Competitive Intelligence Portal, lo stesso sistema di analisi competitiva adottato dalle principali istituzioni finanziarie in Italia e nel Mondo.

LE OPPORTUNITÀ



Su quali opportunità sviluppare le strategie di e-finance per la mia impresa?

Competere su internet è competere sulla conoscenza e sulla relazione.

Gli scenari dell'e-finance presentano tre grandi opportunità alla tua impresa:

- L'accesso diretto a volumi crescenti di informazione
- Il contatto diretto con più partner finanziari
- La competizione crescente fra i partner finanziari

ANALIZZARE GLI SCENARI

Accesso diretto a volumi crescenti d'informazione.

La prima e più grande opportunità che la tua impresa può rilevare su internet è l'accesso diretto al vasto patrimonio informativo e consulenziale sulla finanza d'impresa.

Su internet puoi acquisire in tempo reale informazioni utili non solo alla pianificazione delle tue strategie di e-finance, ma a una serie di dati importanti per la valutazione del mercato, delle soluzioni offerte e dei tuoi potenziali partner finanziari.

Il contatto diretto con i Partner Finanziari.

Internet è uno strumento di relazione diretto. Puoi contattare direttamente più partner finanziari, comunicare a ciascuno di loro uno specifico bisogno finanziario e valutare le loro offerte di servizio personalizzate specificatamente sulle tue esigenze.

Puoi parlare direttamente e contemporaneamente con più partner finanziari, senza muoverti e senza alcun costo.

La competizione crescente fra i partner finanziari.

L'insieme delle due opportunità precedenti, entrambe note ai tuoi partner finanziari, genera una competizione crescente dei potenziali partner finanziari nel servire la tua impresa.

Lo sviluppo di una competizione sui tuoi bisogni d'impresa è una condizione necessaria e irrinunciabile per raggiungere una soluzione finanziaria efficiente.

LE MINACCE



Quali minacce possono ritardare lo sviluppo delle mie strategie di e-finance?

La crescente diffusione di internet, oltre ad offrire alla tua impresa grandi opportunità, può presentare anche, e contemporaneamente, grandi minacce. contemporaneamente,

ANALIZZARE GLI SCENARI

Le principali minacce che possono ostacolare lo sviluppo di efficienti strategie di e-finance per la tua impresa possono essere ricondotte a quattro categorie di effetti:

- Il ritardo della conoscenza
- Il ritardo relazionale
- La dipendenza da un unico partner
- Il conflitto d'interesse.

Il ritardo della conoscenza

La prima e più grande minaccia che la tua impresa si trova a dover fronteggiare su internet è la rapida obsolescenza della conoscenza finanziaria.

Se non provvedi ad adeguare le velocità di apprendimento e conoscenza della tua impresa, puoi accumulare ritardi strategici crescenti.

Imprese più pronte ad assumere l'informazione su internet possono sottrarti l'accesso a nuove opportunità finanziarie.

Imprese più pronte a presentare ai propri partner finanziari un'efficiente analisi dei propri bisogni possono sviluppare superiori capacità di acquisizione delle risorse.

Il ritardo relazionale.

Se ritardi nello sviluppare le tue capacità di relazionare con i potenziali partner finanziari su internet, difficilmente riuscirai a generare sufficiente interesse per muovere i tuoi interlocutori alla competizione sui tuoi bisogni.

Se non provvedi a sviluppare continuativamente le tue relazioni con i tuoi partner finanziari la tua impresa può trovarsi indebolita nella ricerca e nello sviluppo di nuove soluzioni finanziarie.

ANALIZZARE GLI SCENARI

Imprese più assidue nel sollecitare l'interesse di più partner finanziari possono accedere ai servizi finanziari desiderati a condizioni più competitive.

Imprese con una molteplicità di relazioni attive con partner finanziari diversi possono accedere più prontamente all'innovazione dei servizi finanziari offerti sul mercato.

La dipendenza da un unico Partner

In un mercato competitivo caratterizzato da forti dinamiche di sviluppo, l'eccessiva dipendenza da un unico fornitore di servizi finanziari o da un insieme ristretto di fornitori costituisce un handicap crescente.

Se rinunci a valutare periodicamente le alternative offerte dai differenti partner finanziari, aumenti il rischio di dipendenza da un unico fornitore finanziario.

Il tuo partner finanziario non ha solo te fra i suoi clienti. Tu non avere solo lui fra i tuoi fornitori.

Il conflitto d'interessi

Valuta ogni sito, ogni notizia, ogni offerta su internet in termini di indipendenza da conflitti d'interesse.

La partecipazione economica di istituzioni finanziarie in molti siti è così rilevante da impedirne la fruizione e l'accesso a altre istituzioni concorrenti. Su quei siti troverai quasi sempre l'offerta della sola istituzione finanziaria dominante.

Se conosci le relazioni dominanti dei partner sei in grado di valutare l'effettiva competitività della loro offerta.

ANALIZZARE GLI SCENARI

I PUNTI DI FORZA



Quali punti di forza coltivare per sviluppare strategie di e-finance?

Ci sono due capacità base, corrispondenti ad altrettanti requisiti critici di successo, che la tua struttura deve assolvere per ottimizzare le proprie strategie di e-finance:

- La capacità di ricercare e sviluppare la conoscenza interna.
- La capacità di sviluppare relazioni competitive fra i propri partner finanziari.

La capacità di ricercare e sviluppare la conoscenza interna.

Il primo punto di forza che devi costruire nella tua impresa è la capacità diffusa di ricercare e sviluppare nuova conoscenza e nuove soluzioni sui processi di e-finance.

Non importa quale organizzazione, familiare o multinazionale, tu abbia la responsabilità di dirigere. Potrà mutare la scala delle risorse da dedicare alla conoscenza dei processi di e-finance, ma non la necessità di farlo.

Il primo punto di forza che devi costruire nella tua organizzazione deve basarsi sulla costruzione di un'intranet che assicuri costantemente la conoscenza di nuovi partner finanziari e nuove soluzioni di e-finance.

La capacità di sviluppare relazioni competitive fra i propri partner finanziari.

Il secondo punto di forza che devi costruire per la tua impresa deve basarsi sulla creazione di una robusta rete di relazioni con i partner finanziari, in grado di veicolare offerte competitive di soluzioni di e-finance personalizzate sulle tue esigenze.

ANALIZZARE GLI SCENARI

L'efficienza di un mercato finanziario è assicurata da un'efficiente competizione. Senza competizione non c'è efficienza.

Se i tuoi partner finanziari non sono disposti a competere per soddisfare i tuoi bisogni, le soluzioni offerte saranno inefficienti.

Se riesci a creare una buona struttura relazionale con più partner finanziari, le soluzioni che questi potranno offrirti in un regime competitivo saranno intrinsecamente migliori.

Tanto più riuscirai a stimolare la loro competitività su soluzioni personalizzate sui tuoi bisogni, tanto più efficienti saranno le soluzioni competitive offerte.

I PUNTI DI DEBOLEZZA



Quali punti di debolezza temere nello sviluppare strategie di e-finance?

La tua struttura deve temere unicamente che i suoi punti di debolezza non permettano di soddisfare i due requisiti critici di successo precedentemente trattati: la capacità di ricercare e sviluppare la conoscenza interna, e la capacità di sviluppare relazioni competitive fra i propri partner finanziari.

L'insufficiente capacità di gestione della conoscenza.

In un mondo a rete in continua evoluzione il primo punto di debolezza della tua impresa potrebbe consistere in un'insufficiente gestione della conoscenza.

Tutti i tuoi uomini sono al corrente della necessità di migliorare i propri processi di e-finance?

Sanno dove acquisire informazioni utili alle proprie attività finanziarie?

Sanno dove e come sulla rete possono chiedere offerte di soluzioni finanziarie personalizzate sulle loro esigenze?

ANALIZZARE GLI SCENARI

L'insufficiente capacità di gestione delle relazioni.

Un ulteriore punto di debolezza della tua impresa potrebbe essere la mancanza di relazioni con un insieme competitivo di partner finanziari.

L'eccessiva dipendenza da un singolo partner o da un limitato numero di partner potrebbe limitare le tue possibilità di accedere a condizioni competitive a nuove soluzioni di e-finance.

Sei sicuro di avere buone relazioni con più partner finanziari?

Sei sicuro che possano colmare ogni tuo bisogno finanziario, che desiderino farlo e che possano offrirti soluzioni innovative e personalizzate in tempi brevi?

E, soprattutto, sei davvero sicuro che siano disposti a competere per poterlo fare?

Se non hai un insieme di partner finanziari pronti a competere per te su ogni tuo bisogno, tu devi migliorare le capacità relazionali della tua impresa.

VALUTARE GLI OBIETTIVI E-FINANCE



Quali obiettivi tattici perseguire nello sviluppo delle strategie e-finance?

Come responsabile dei processi di e-finance per la tua impresa, devi concentrare l'attenzione della tua struttura sullo strenuo perseguimento dei seguenti obiettivi generali:

1. Dotare la tua organizzazione di un efficiente sistema intranet di gestione della conoscenza dedicato all'e-finance.
2. Sviluppare un'efficiente rete di relazioni con potenziali partner finanziari in grado di assicurare offerte competitive
3. Perseguire un miglioramento costante dei processi di e-finance sulle seguenti attività chiave:

- controllo dei propri bisogni finanziari
- sollecitazione di offerte finanziarie dedicate
- valutazione competitiva delle offerte ricevute
- acquisizione e fruizione dei servizi finanziari prescelti.

Su questi obiettivi devi essere certo che la tua organizzazione concentri la propria forza e su questi obiettivi devi fondare lo sviluppo di efficienti strategie di e-finance.

DEFINIRE LE STRATEGIE E-FINANCE



*Dove concentrare la forza?
Come sviluppare la posizione?
Come procedere operativamente?*

Competere sui mercati e-finance, competere nell'esplosiva rete internet, per te e la tua impresa significa competere sulla conoscenza e sulla relazione.

La formulazione di una strategia di e-finance per la tua impresa deve appoggiarsi su tre cardini:

- la costruzione di un sistema di conoscenza intranet
- lo sviluppo di relazioni con un insieme competitivo di partner finanziari
- l'ottimizzazione delle scelte operative

Concentrare la forza sulla costruzione di un sistema di conoscenza intranet dedicato all'e-finance.

Indipendentemente dalle dimensioni della tua impresa, la tua prima preoccupazione dovrebbe essere l'assicurarti che il flusso di informazioni necessarie a comprendere e gestire i processi di e-finance sia garantito dalla messa in funzione di un efficiente sistema di conoscenza intranet.

Nella sua forma più elementare un sistema di conoscenza intranet è composto semplicemente da un'organizzazione razionale dei tuoi siti preferiti su internet che ritieni possano aiutarti a gestire i processi di e-finance della tua impresa. Un ordinato insieme di cartelle suddivise per siti informativi di notizie finanziarie, siti di dati di mercato, siti di potenziali partner finanziari, siti di portali verticali, etc.

Nella sua forma più complessa un efficiente sistema di e-finance Kmis (Knowledge management intranet information system) per la tua impresa risulterà composto da un sito interno di varie dimensioni contenente tutte le informazioni necessarie a sviluppare le tue attività di e-finance, con piene funzionalità operative e relazionali e soprattutto aggiornato e custodito da risorse umane dedicate.

DEFINIRE LE STRATEGIE E-FINANCE

Fra i due estremi è importante in ogni caso che il tuo sistema intranet sia adeguato ai bisogni di tutte le persone coinvolte nei processi di e-finance all'interno della tua impresa, e a che garantisca a tutti loro un'informazione sufficientemente operativa e costantemente aggiornata.

Sviluppare le capacità di relazione con un insieme competitivo di partner finanziari.

Indipendentemente dalle dimensioni della tua impresa, e dal suo settore operativo, devi assicurarti che la tua struttura sia in grado di sviluppare e gestire su internet relazioni efficienti con un insieme competitivo di possibili partner finanziari (banche, assicurazioni, finanziarie, fornitori di soluzioni, ...).

In particolare l'efficienza dell'intero ciclo di processo e-finance (rilevazione dei bisogni, richiesta di soluzioni, valutazione offerte, acquisizione e fruizione dei servizi) è strettamente dipendente dalle tue capacità di sviluppare un insieme competitivo di partner finanziari.

Un buon partner finanziario dovrebbe rispondere a tre requisiti: essere competitivo (accettare di competere a condizioni competitive), essere veloce (rispondere alle tue domande in tempo reale) e naturalmente essere potente (offrire soluzioni di alto valore aggiunto).

Lo sviluppo delle tue strategie di relazione deve assicurare alla tua impresa la costante certezza di poter ricevere velocemente, per ogni specifico bisogno finanziario, più offerte competitive da un nucleo di buoni partner finanziari.

Ottimizzare le scelte operative.

La tua struttura deve essere poi in grado di valutare rapidamente il valore delle offerte ricevute, di poter confrontare i costi dei differenti servizi offerti con i relativi benefici.

DEFINIRE LE STRATEGIE E-FINANCE

Tutti i partner finanziari devono essere lasciati liberi di rispondere creativamente ai bisogni segnalati, ed è illusorio pensare di poter ridurre le differenti proposte ricevute a un unico freddo confronto di tassi e condizioni. Sulle frontiere dell'e-finance sono i servizi innovativi a fare la differenza.


Per poter ottimizzare le proprie strategie di e-finance è necessario che la tua impresa consideri tutte le offerte per il loro effettivo valore aggiunto ai propri processi finanziari. Solo in un secondo momento puoi valutare correttamente i costi delle soluzioni offerte.

Il controllo e la valutazione dei processi di acquisizione e di fruizione dei servizi prescelti sono infine le ultime, ma non meno importanti, componenti relazionali che influiscono sulle tue strategie di valutazione dei tuoi partner finanziari.

Nell'analizzare le proposte valuta adeguatamente le soluzioni di acquisizione e fruizione dei servizi offerti, considerando la possibilità di perfezionare la trattativa in rete o usufruendo di servizi di relazione multicanale più adatti alla tua impresa (filiale, consulenti, telefono, internet, ...).

Ricordati che l'essenza di una strategia di relazione risiede nell'efficiente competizione dei partner e nella loro concreta disponibilità a migliorare costantemente la qualità stessa della relazione creata.

GESTIRE E CONTROLLARE I PROCESSI E-FINANCE

 *Quali mercati, quali processi, quali progetti per sviluppare le strategie di e-finance?*

Per gestire e controllare i processi di e-finance della tua impresa, puoi adottare l'utile F2B Cofipo Monitor rappresentato nello schema seguente, descrivente i processi e le attività chiave nell'F2B (Finance to business, l'area B2B dell'e-finance).

F2B Corporate Finance Portal Monitor



Audit Processes. I Processi di rilevazione dei bisogni e delle offerte di nuove soluzioni di e-finance.

All'interno della tua organizzazione devi assicurarti che i processi di analisi e controllo dei tuoi bisogni finanziari e dei relativi bisogni di conoscenza e di relazione siano costantemente affinati.

Non solo è necessario che la tua struttura conosca in un dato momento le proprie priorità finanziarie, ma è importante che assicuri il controllo dei modi in cui questi bisogni vengono di volta in volta soddisfatti e il risultato ottenuto.

E' illusorio pensare di raggiungere una buona comprensione dei bisogni finanziari della tua impresa se non istituisce processi formali di auditing dei bisogni e di confronto con l'offerta di nuove soluzioni sul mercato.

Devi essere certo che il tuo sistema intranet di gestione della conoscenza sia costantemente aggiornato.

GESTIRE E CONTROLLARE I PROCESSI E-FINANCE

Partner Relation Processes. I Processi di relazione con i partner finanziari.

Assicurati che sia che la tua impresa, per ogni distinto bisogno finanziario, possa contare costantemente su un insieme competitivo di partner finanziari.

La capacità di rispondere con efficienza ai tuoi bisogni finanziari è direttamente proporzionale al tuo potere relazionale nei confronti dell'insieme competitivo dei tuoi partner. Solo la competizione fra più partner può generare l'efficienza delle soluzioni.

Controlla che periodicamente la tua impresa sviluppi nuove capacità di relazione con nuovi partner.

Assicurati che periodicamente siano coinvolti nella richiesta di soluzioni per i tuoi bisogni nuovi competitori, e che questi conoscano le tue esigenze e siano in grado di personalizzare le proprie offerte.

Il tuo sistema intranet di gestione della conoscenza deve contenere tutte le informazioni utili a conoscere e valutare lo stato dei processi di relazione con ogni distinto partner finanziario.

Competitive Offer Processes. I Processi di valutazione dell'offerte di servizi finanziari.

Assicurati che la tua struttura condivida un unico protocollo di valutazione delle offerte ricevute dai propri partner finanziari. Esigi sempre che siano valutate e confrontate tutte le offerte ricevute.

Non focalizzarti su una sola offerta.

Non valutare il tasso e le condizioni proposte prima di aver identificato il contenuto e la qualità di ogni singola offerta ricevuta.

GESTIRE E CONTROLLARE I PROCESSI E-FINANCE

Valuta la disponibilità e l'accessibilità di servizi aggiuntivi di natura consulenziale e di supporto operativo e la loro evoluzione nel tempo.

Esigi sempre che le scelte decisionali siano compiute sulla base di una trasparente valutazione delle differenti offerte ricevute.

Richiedi che le motivazioni di ogni scelta siano formalizzate e conservate nel sistema intranet dedicato.

Customer Services Processes. Il controllo dei processi di acquisto e fruizione dei servizi finanziari.

Controlla i processi di acquisizione e fruizione dei servizi che ti sono offerti.

I processi di e-finance, siano dedicati all'acquisizione di risorse finanziarie tramite l'accensione di finanziamenti in conto corrente o tramite operazioni di finanza strutturata, non si concludono con la scelta del partner e del prezzo del servizio.

Tu devi assicurarti che:

- la gestione del servizio sia ottimizzata
- la qualità del servizio sia valutata
- il risultato perseguito sia costantemente confrontato con gli standard di mercato
- il processo di fruizione sia sottoposto a un miglioramento continuo.

Sia l'acquisizione e la fruizione del servizio finanziario avvengano tramite rete internet, o tramite erogazione multicanale, è fondamentale tu sia certo che alla tua organizzazione sia costantemente assicurata la piena disponibilità delle informazioni relative.

Assicurati che ogni valutazione effettuata sia formalizzata e disponibile all'interno del sistema intranet di gestione della conoscenza.

E-FINANCE FOR CEO

NOTE OSSERVAZIONI

E-finance for Ceo è basato sui lavori svolti dai Comitati Cofipo.

Si basa sul lavoro collettivo di molte persone. Ti saremo grati se ci farai pervenire note od osservazioni utili a migliorarlo.

Scrivici liberamente indirizzando la tua posta a advisor@cofipo.com

Tu con noi, noi con Te.