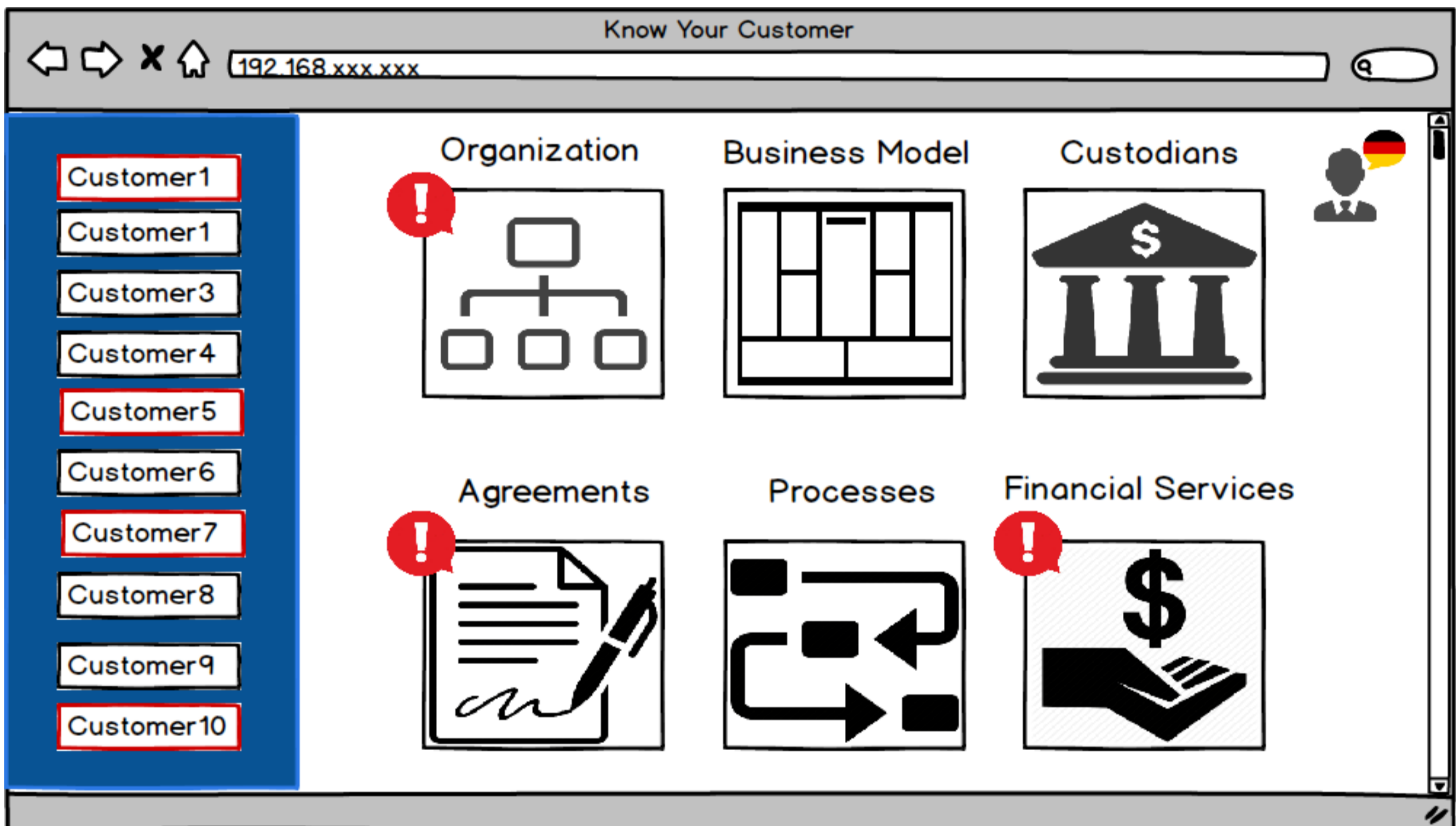


SUPSI

# Know Your Customer

Studente	Relatore	Correlatore	Committente
Miroslav Vujanović	Prof. Roberto Klaus	Prof. Gianpiero Mattei	Avaloq Sourcing SA

Corso di laurea	Modulo	Anno	Data
Ingegneria Gestionale	Progetto di diploma	2016	09.09.2016



STUDENTSUPSI

## Abstract

Per ogni azienda l'obiettivo primario è uno: acquisire e mantenere clienti importanti meglio della concorrenza. L'azienda che più di altre cercherà trarre a sé clienti a forte valore aggiunto prima o poi otterrà una solida e vantaggiosa posizione nel proprio settore. L'azienda vincente è colei che "sposa" il cliente e non si limita a "sedurlo". È chiaramente comprensibile come la lealtà della clientela sia strettamente vincolata e direttamente proporzionale alla soddisfazione delle sue necessità. Conseguentemente, il focus delle imprese si è gradualmente sempre più spostato nella direzione della massimizzazione della soddisfazione del cliente. Questo implica necessariamente che da parte dell'azienda vi sia una profonda e accurata conoscenza della clientela, raggiungibile sempre più attraverso strumenti flessibili in grado di fornire informazioni rilevanti e aggiornate in brevi lassi di tempo.

## Obiettivi

Il progetto nasce all'interno della divisione Client Management, e prevede l'analisi e la progettazione di una soluzione che sia in grado di fornire all'intera organizzazione le informazioni di maggiore rilievo che riguardano i customer, dove con il termine customer si intendono le banche. La fruizione di queste informazioni ha come scopo principale quello di consentire ai vari dipartimenti di organizzare e progettare al meglio il proprio lavoro, specialmente qualora si verificano dei cambiamenti significativi e di qualsiasi natura presso il customer stesso. A tal proposito è stata esaminata la in prima istanza la situazione iniziale dell'azienda, ovvero gli strumenti che ha attualmente a disposizione per interfacciarsi con il cliente. Successivamente si sono svolte delle interviste con persone che lavorano all'interno dei vari dipartimenti del back office (BOA), in modo tale da poter comprendere quali siano per ognuno di essi le informazioni più importanti. Si sono poi analizzati diversi tipi di concept di soluzione con lo scopo di individuare la scelta più opportuna in maniera tale da poter realizzare diverse interfacce grafiche, che potessero dare una rappresentazione sufficientemente precisa sia delle funzionalità del sistema ma anche dei ruoli che ogni utente ha all'interno di quest'ultimo.

## Conclusioni

Di fondamentale importanza per la riuscita del progetto è stato il contributo delle persone interessate da quest'ultimo, in particolar modo quello dei responsabili della divisione Client Management, ma anche di tutti coloro che con grande cortesia hanno dedicato il proprio tempo alle interviste necessarie per determinare i requisiti funzionali del futuro sistema. Tuttavia la fase più cruciale è stata quella relativa all'elencazione e alla comparazione dei differenti tipi di concept, questa fase infatti ha poi permesso di far emergere il concept migliore, ossia quello maggiormente aderente alle esigenze dei vari stakeholders. Il concept migliore è risultato essere un Content Management System (CMS) in grado di fornire informazioni all'intera organizzazione secondo una netta profilazione degli utenti, distinguibili in utenti con privilegi di sola lettura ed «autori» con privilegi anche di scrittura. Il seguente lavoro sarà dunque particolarmente importante per la divisione Client Management poiché sarà uno dei primi tasselli nella costruzione di una strategia più ampia, volta a convincere i vertici aziendali sulla assoluta necessità di introdurre un sistema di questo genere all'interno dell'organizzazione.