

Indice

Prefazione	VII
Introduzione	IX
Ringraziamenti	XIII
PARTE 1. LE BANCHE DIGITALI	
Perché abbiamo bisogno delle banche digitali	5
Progettare la banca digitale, p. 8 - E in concreto? Le implicazioni per la banca fisica, p. 10 - Progettazione <i>versus</i> architettura delle banche, p. 12 - Buyology: l'arte di comprendere i rapporti commerciali, p. 13 - Cercasi architetti per la realizzazione di progetti digitali, p. 15 - L'era digitale richiede una banca digitale, p. 18	
Progettare le banche digitali senza filiali	21
I clienti vogliono le filiali?, p. 24 - La banca basata sulle filiali è finita, p. 30 - Qual è lo scopo di una filiale bancaria?, p. 30 - Banche progettate per gli esseri umani e non per il denaro, p. 33 - Costruire una banca di consulenza per il cliente, p. 37 - Il punto di forza è un consulente bancario veramente social, p. 38	

Le banche digitali non hanno canali	41
Parliamo di clienti, non di canali, p. 42 - La banca digitale è la banca aumentata, p. 44 - Internet delle Cose, p. 46 - Perché il dibattito sui canali è sbagliato, p. 47 - La gestione efficace dei canali è fondamentale per la banca digitale, p. 50 - Il mito dei canali multipli, p. 52 - Pensare alle banche in modo creativo, p. 55 - mBank, Polonia: una banca che ha ucciso i suoi genitori, p. 57 - La banca digitale è qui e ora, p. 59	
La banca digitale per costruire relazioni	61
Banche progettate per gli esseri umani dai «geek», p. 64 - Gestire i clienti attraverso i canali remoti, p. 67 - L'impatto della tecnologia mobile, p. 69	
La tempesta della tecnologia e la banca digitale	73
Smettiamola di parlare di mobile, social, cloud e «Big Data», p. 76	
La tecnologia mobile: il carburante della banca digitale	79
Sistemi mobili di base, p. 80 - Servizi mobili avanzati, p. 82 - Il denaro, gli zombie e la motosega infernale, p. 83 - Altri servizi finanziari in mobilità, p. 86 - Brutte notizie dal mondo della mobilità, p. 88 - Eseguire pagamenti diventa un diritto umano, p. 89	
La banca digitale è una banca social	93
Social media, p. 94 - Social banking, p. 101 - Cosa significa questo per il futuro?, p. 126	
Le banche digitali e le guerre di dati	131
Come cambia il valore: prima dei dati, il sale, p. 131 - Il concetto di dati come moneta non è una novità, p. 133 - La banca predittiva e proattiva, p. 135 - L'economia aumentata, p. 136 - Cosa sono i «Big Data»? , p. 139 - Il denaro è insignificante, p. 141 - Le banche sono solo depositi di dati, p. 143 - Le banche devono pubblicizzare la loro natura di depositi sicuri di dati?, p. 145 - Se Amazon fosse una banca, p. 149 - Il futuro delle banche: il potere dei dati, p. 151 - Le informazioni sono un'arma concorrenziale, p. 155	
Come rendere sicure le banche digitali	159
Guerre cibernetiche: una minaccia più grande del-	

l'«hacking», p. 161 - Come deve tutelarsi una banca nei confronti di «hacker» e frodi informatiche?, p. 166

Diventare una banca digitale 171

Dove investire?, p. 171 - Le implicazioni del rapido cambiamento nel ciclo tecnologico, p. 173 - Una banca non basata su app, ma aperta, p. 175 - Spazio aziendale e spazio del consumatore, p. 176 - Cambiare la cultura bancaria, p. 178 - Omogeneità o differenza geografica?, p. 179 - Il futuro, p. 181

Le banche digitali sono pur sempre banche 183

Nuove forme di commercio, p. 185 - Qualcosa però sta cambiando, p. 186 - FIDOR Bank: la nuova forma di banca, p. 188 - In che modo le banche sperimentano nuove forme di commercio, p. 188

Le nuove economie della banca digitale 191

In tempo reale e personale, p. 196 - Banking-as-a-Service, p. 198 - La banca basata sui componenti, p. 200 - La banca diventa «plug-and-play», p. 202 - I widget nella banca basata sui componenti, p. 204 - Come funzionano la struttura di prezzo e l'economia del Banking-as-a-Service?, p. 208 - Concorrenza collaborativa, p. 212

Lanciare la banca digitale 217

Creare una banca cool ed equa, p. 219 - Creare una banca che fa i soldi, p. 221 - Come vincerà la nuova banca, p. 223

PARTE 2. INTERVISTE

BANCO SABADELL (Spagna): Pol Navarro 227

BARCLAYS BANK (Regno Unito): Mike Walters 235

BITCOIN (global): Donald Norman 241

FIDOR BANK (Germania): Matthias Kröner 251

FIRST DIRECT (Regno Unito): Paul Say 257

mBANK (Polonia): Michal Panowicz	265
MOVEN (USA): Brett King	273
M-PESA (Kenya): John Maynard	281
SIMPLE (USA): Shamir Karkal	287
SWIFT (global): Kosta Peric	295
THE CURRENCY CLOUD (global): Michael Laven	301
CHEBANCA! (Italia): Roberto Ferrari	307