

Fujitsu, Personetics y Blue Lab, por la banca personalizada con IA

Las compañías Fujitsu, Blue Lab y Personetics Technologies han iniciado una **prueba de concepto (PoC)** con Personetics Engage, una solución basada en Inteligencia Artificial (IA) para ofrecer asesoramiento financiero personalizado a los clientes del banco.

El ensayo PoC se realiza en colaboración con Moneytree K.K., y su propósito es probar los beneficios proporcionados por Personetics Engage y como se adaptan sus **conocimientos y recomendaciones basadas en IA** a las necesidades de los clientes bancarios.

A partir del 17 de octubre de 2018, aproximadamente 300 personas, principalmente empleados de Blue Lab y Fujitsu, utilizarán Personetics Engage desde el punto de vista del cliente.

Fujitsu, Blue Lab y Personetics medirán y evaluarán la precisión y el grado de satisfacción de la solución.

Personetics Engage ha sido implementado por más de 20 bancos importantes en EU y Europa, y actualmente es utilizado por unos 50 millones de usuarios de banca digital. Al combinar varios tipos de IA, la solución utiliza el conocimiento de la industria financiera para brindar asesoramiento financiero personalizado, preciso y oportuno en sintonía con los estilos de vida diarios de los usuarios, como patrones de comportamiento financiero, que incluyen recomendaciones optimizadas y predicciones de flujo de efectivo y activos financieros.

Servicios

Basándose en los resultados de la prueba, **Fujitsu, Blue Lab y Personetics pretenden construir un negocio completo para proporcionar servicios bancarios personalizados** que puedan ser utilizados por una gama de instituciones financieras japonesas.

En los últimos años, el punto de interfase entre las instituciones financieras y sus usuarios ha seguido cambiando de los canales presenciales a los digitales. Las instituciones financieras están fortaleciendo sus relaciones con los clientes al involucrarlos proactivamente con **información útil y consejos a través de canales digitales**, en lugar de esperar a que los clientes visiten físicamente las instituciones, lo que una vez se consideró como un pre-requisito.

Por esta razón, se puede esperar que la satisfacción en los servicios financieros mejore a través de los canales digitales, al proporcionar información importante y asesoramiento financiero relevante con una guía fácil de entender para cada cliente individual.

En el ensayo de y la plataforma de datos basada en permisos Moneytree LINK, con el fin de ofrecer las recomendaciones apropiadas para cada sujeto de prueba.