

COMUNICATO STAMPA

BNP PARIBAS E BOCCONI ISTITUISCONO UNA CATTEDRA PER STUDIARE L'INFLUENZA DELLE NUOVE TECNOLOGIE SULL'EVOLUZIONE DELLA CUSTOMER EXPERIENCE

Andrea Ordanini, il titolare della BNP Paribas Chair in Marketing and Service Analytics, ha inaugurato oggi la Cattedra alla Bocconi raccontando gli effetti, spesso imprevisi, dell'introduzione di nuove tecnologie nei mestieri di contatto.

Milano, 13 settembre 2018 – BNP Paribas e Università Bocconi hanno istituito la nuova BNP Paribas Chair in Marketing and Service Analytics, lanciata oggi in Aula Magna, per studiare l'evoluzione della customer experience nel settore dei servizi a seguito dell'introduzione di nuove tecnologie e la costruzione di nuovi analytics per valutare le diverse tappe del customer journey.

Questa partnership strategica segna una nuova tappa dell'importante relazione tra BNP Paribas e Bocconi, attraverso l'intitolazione permanente della Cattedra, che permetterà di svolgere innovative attività didattiche e di ricerca sul tema.

Alla Lectio Inauguralis (giovedì 13 settembre, ore 18) hanno partecipato, oltre al titolare della Cattedra, **Andrea Ordanini**, anche **Andrea Munari** (CEO and General Manager BNL -head of BNP Paribas in Italy), i vertici della Bocconi (il presidente, **Mario Monti**, il rettore, **Gianmario Verona**, e il consigliere delegato, **Bruno Pavesi**) e **P.K. Kannan**, Dean's Chair in Marketing Science presso la Robert H. Smith School of Business, University of Maryland.

«Le nuove tecnologie e soprattutto l'intelligenza artificiale», dice Andrea Ordanini, «sembrano destinate a rivoluzionare la customer experience, mentre si susseguono le stime di riduzione dei posti di lavoro nei servizi a seguito dell'evoluzione tecnologica, ma l'evidenza empirica è davvero scarsa e la BNP Paribas Chair in Marketing and Service Analytics si propone di verificare sul campo, con la ricerca, gli effetti reali di questi cambiamenti».

Mentre non mancano gli esempi di introduzione efficace delle nuove tecnologie, in alcuni casi gli effetti sono addirittura controintuitivi, «soprattutto quando non si tiene conto dell'importante funzione svolta dal personale di contatto», spiega Ordanini.

«Lo sviluppo della conoscenza attraverso la ricerca di base è una delle principali finalità dell'Università», dice il rettore Gianmario Verona. «Siamo perciò profondamente grati a BNP Paribas, che concorre a tale sviluppo con un importante contributo filantropico, dandoci la possibilità di esplorare temi di frontiera e filoni di ricerca innovativi come quelli del marketing e service analytics che impattano il management, l'economia e la società nel suo complesso».

«BNP Paribas crede molto nell'utilizzo della tecnologia per migliorare la relazione con il cliente», aggiunge Andrea Munari, «soprattutto per aumentare la trasparenza, il grado di consapevolezza e la semplicità di accesso di chi opera con la nostra Banca. Questa iniziativa con la Bocconi conferma l'attenzione del Gruppo per l'Italia e per la formazione accademica, fattore di crescita individuale e collettivo».

Contatti

Ufficio Stampa Bocconi
Barbara Orlando
Fabio Todesco
+39.02.5836.2330
stampa@unibocconi.it
Twitter @unibocconi

Media Relations BNL – BNP Paribas
Francesco Chiurco
Maurizio Cassese
+39.06.4292.5362
press.bnl@bnlmail.com
Twitter @BNL_PR



Università
Bocconi
MILANO



BNP PARIBAS