

Illimity lancia b-ilty, il primo business store digitale per le Pmi

Il gruppo si ispira ai modelli dei grandi colossi dell'era digitale per offrire un ampio spettro di servizi bancari, creditizi e a valore aggiunto

CHE RELAZIONE c'è tra i servizi bancari e quelli di grandi colossi dell'era digitale come Spotify, Netflix o Microsoft? A prima vista nessuna ma, a ben guardare, c'è una banca italiana che ha deciso di ispirarsi proprio ai modelli di queste grandi aziende tecnologiche e di far tesoro della loro capacità di creare un'eccellente customer experien-

ily, il primo business store digitale interamente dedicato alle pmi con fatturato da 10 a 2 milioni di euro, che offre un ampio spettro di servizi bancari, creditizi e servizi a valore aggiunto. «Abbiamo ascoltato tantissimi imprenditori, realizzato centinaia di interviste e creato una vera e propria community», dice Carlo Panella (nella foto a sinistra in basso), head of direct banking di illimity, «per capire meglio quali sono le richieste delle aziende al mondo bancario e quali sono i loro bisogni». Il risultato è stata appunto la creazione di una piattaforma digitale come b-ilty che, sottolinea Panella, va incontro a diversi tipi di esigenze: quella di avere servizi utili e trasparenti anche nei costi, di avere risposte veloci, ma anche di vedere la banca come un partner, capace di valutare nel profondo un'azienda.

«Sono esigenze che si sono manifestate trasversalmente in diversi settori», aggiunge Panella, che sottolinea come un istituto con queste qualità non può ovviamente non far leva sull'utilizzo dei canali digitali, che beneficiano ormai di un trend di crescita inarrestabile. Tutti gli istituti di credito lo hanno capito da tempo ma, oltre a utilizzare le nuove tecnologie, per illimity oggi occorre qualcosa in più per essere realmente innovativi. Bisogna far leva su alcune qualità che, al di fuori del mondo finanziario, hanno portato alcune aziende a conquistare milioni di utenti. È il caso per esempio di Spotify, la popolarissima piattaforma che consente di ascoltare milioni di brani musicali in streaming, senza doverli acquistare singolarmente e scaricarli sui propri dispositivi. Oppure di Netflix, azienda regina nella distribuzione di film, serie tv e contenuti di intrattenimento su internet, attraverso una molteplicità di punti di accesso: dalla tv ai dispositivi mobili come gli smartphone e il tablet. Per non parlare poi di una grande corporation come Microsoft, che è veramente una piattaforma aperta, capace di far girare sui suoi software anche le soluzioni di altre aziende del settore tecnologico.

Proprio questo è lo spirito che, a detta di Panella, sta nel dna di b-ilty: quello di essere una piattaforma aperta che, attraverso un unico punto di accesso e a fronte del pagamento di un canone fisso di appena 40 euro al mese, consente alle aziende di usufruire facilmente di un ampio spettro di servizi, non soltanto quelli offerti dalla stessa illimity, ma anche da aziende partner non solo del settore finanziario

ce, un'esperienza ottimale per i clienti nella fruizione dei servizi. Stiamo parlando di illimity, il gruppo bancario «ad alto tasso tecnologico» fondato e guidato da Corrado Passera (nella foto a destra), specializzato nel fornire credito alle piccole e medie imprese (pmi) con un elevato potenziale di crescita. Nelle scorse settimane illimity ha lanciato b-

ma anche da aziende partner non solo del settore finanziario. E grazie alla direttiva europea, PSD2, la piattaforma diventa un vero pannello di controllo, perché consente di operare anche sui conti di altri istituti con cui le imprese clienti hanno già un rapporto. «Oggi si parla molto di Open banking», dice ancora Panella, «ma l'essere open, cioè aperti, è una caratteristica connaturata alla nostra banca fin dalla nascita». Questa è una delle principali qualità attraverso cui un istituto di credito può dunque ottenere una customer experience di alto livello, proprio come le aziende regine dell'era digitale. Ecco allora che gli elementi caratteristici di una piattaforma come b-ilty, oltre il fatto di essere open, sono quelli tipici di un'azienda ad alto contenuto tecnologico: tempi rapidi per le decisioni sul credito, semplicità di utilizzo, burocrazia ridotta al minimo indispensabile e niente più funzionari che arrivano in azienda con montagne di carta da firmare. Il tutto accompagnato però da un elevato livello di personalizzazione dell'offerta. Nonostante ci siano molte operazioni che possono essere svolte in autonomia, ogni cliente può infatti contare su un referente in «carne e ossa», un Relationship Manager con nome e cognome, oltre che su un call center (Smart Care), raggiungibile 7 giorni su 7.

Con questa tipologia di offerta, illimity continua nella sua strategia di banca di nuovo paradigma che sfida gli istituti di credito più tradizionali attraverso l'innovazione tecnologica. «Ci sono anche fintech o challenger bank che offrono servizi evoluti», conclude Panella, «ma si focalizzano in singoli business, come per esempio i pagamenti, o il credito. Noi vogliamo invece garantire un'offerta completa per le aziende, ma con paradigmi diversi rispetto agli istituti tradizionali».

Andrea Telara

PIATTAFORMA APERTA AL FUTURO

Attraverso un unico punto di accesso e a fronte del pagamento di un canone fisso di 40 euro al mese, b-ilty consente alle aziende di usufruire facilmente di un ampio spettro di servizi, non soltanto quelli offerti dalla stessa illimity, ma anche da aziende partner non solo del settore finanziario

