

# **BPER:**

**Banca**

## **Be Atlas**

**Abi – Forum Csr 2016**

**Ufficio: Lab.Prototipi Business – Lorenzo Zannini**

**01/12/2016**

# Be Atlas

Una nuova concezione di banca del territorio a favore delle comunità di migranti

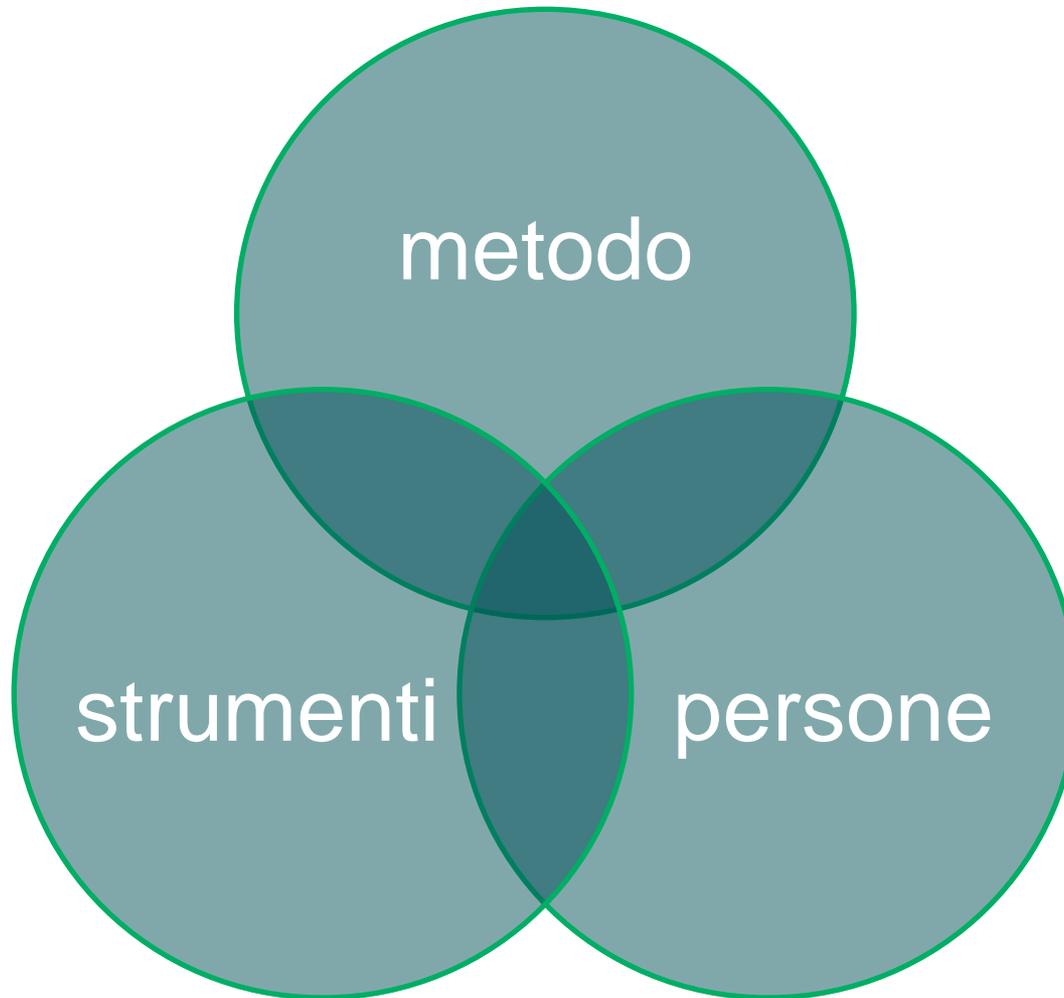
- **Valori**
- **Target**
- **Implementazione**
- **Offering e value proposition**
- **Il valore della relazione**



be**ATLAS**

**BPER: Gruppo**

# Be Atlas: dall'idea al progetto



# Valori

## I pilastri fondamentali

- Sostenibilità
- Inclusione
- Ascolto dei bisogni anche non bancari
- Co-creazione
- Approccio multicanale

# BeAtlas: vision, mission e tagline

## VISION

**Essere il punto di riferimento delle comunità, aiutandoli a realizzare i propri sogni**



## MISSION

**Realizzare i progetti dei membri di differenti comunità**



## TAGLINE

**Soluzioni innovative e personalizzate per i progetti delle Comunità di migranti**

# Target

I migranti, una scelta di business, ma non solo.

1. I dati socio demografici primo driver
2. Il posizionamento della Banca
3. Dal singolo alle comunità
4. L'inclusione finanziaria come driver di miglioramento dello status sociale
5. Testare un modello su un target ad elevata complessità

# BPER e BeAtlas: contaminazioni per un modo nuovo di fare banca

Da retail banking a community banking

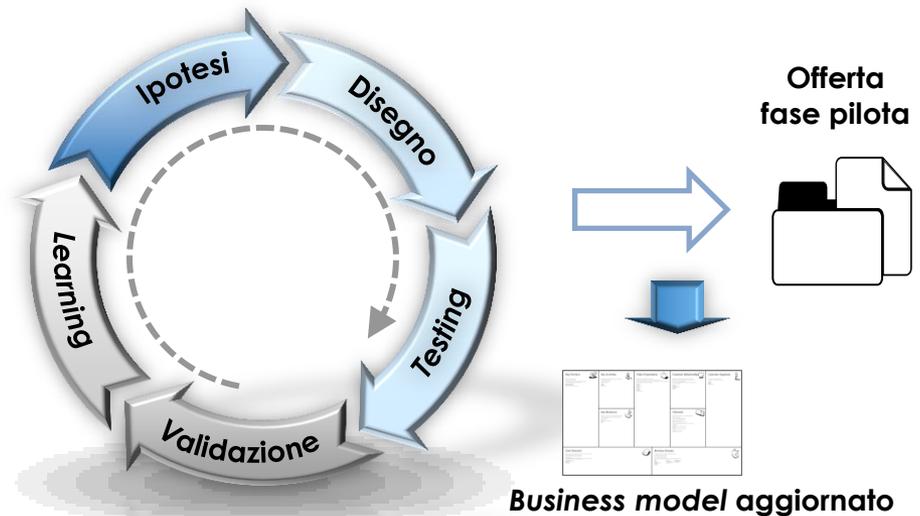
Per una banca dei territori la capacità di ascoltare le comunità a lei vicina potrà migliorare il proprio posizionamento competitivo. Il modello BeAtlas potrà essere replicato su altre tipologie di comunità oltre a quelle dei migranti (terzo settore, sport, cultura..).

# Implementazione

## Impostazione di un Prototipo: la scelta di un approccio Lean

Per testare le ipotesi e sviluppare l'offerta, la strategia **Lean start-up** valuta la consistenza del *business model* attraverso la realizzazione di prototipi

Dopo alcuni prototipi si arriva a identificare il **Pilota** su cui misurare la consistenza del *Concept*



# I canali di relazione: approccio omnichannel

## SOCIAL BUSINESS MANAGER

- Personalmente
- Credibile
- Costruisce relazioni di fiducia
- Raccoglie idee e informazioni
- Segue i progetti di comunità

## PIATTAFORMA WEB

- Offre informazioni di base
- Incrementa e sviluppa nuove relazioni
- Permette l'interazione tra i membri di comunità
- Trasparente, democratico e sempre on line
- Crea collaborazione su idee e progetti

## RELATIONSHIP CENTER

- Numero verde dedicato
- Accoglie i membri
- Multilingua
- Sostituisce e supporta l'SBM quando è offline
- Sviluppa nuove opportunità

# Offering and Value Proposition

## I bisogni ipotizzati

## Offering

### Finanza/Fundraising

- Attraverso modalità «innovative» come il microcredito ed il crowdfunding 

### Formazione/Lavoro

- Supporto nell'avvio di nuove iniziative a partire dalla definizione degli obiettivi fino alla redazione del business plan 
- Corsi di lingua o professionali

### Casa/Real Estate

- Luoghi di aggregazione per le comunità 
- Studio di soluzioni a basso impatto economico come il Social Housing o il Rent to Buy 

### Co-sviluppo

- Incrociando progetti che coinvolgono attività in Italia che possono avere ricadute positive nei paesi di origine 

# Alcune esempi di aree progettuali

- Progetto agricolo di co-sviluppo
- Creazione di una rete di associazioni
- Costruzione di una scuola paritaria
- Organizzazione di eventi
- Creazione di start up/cooperative sociali
- Acquisto immobili nel paese di origine
- Individuazione ed acquisto luoghi di aggregazione
- Creazione di un prodotto assicurativo dedicato

# Social Business

Cambia il ruolo della Banca: il progetto della Sartoria Sociale

Nel modello di Social Business di BeAtlas, la banca diventa punto d'incontro fra diversi attori economici e sociali che, dialogando fra di loro, sviluppano importanti sinergie.

Un modello sostenibile, replicabile e innovativo.

+30

People involved

8

Countries

4

Continents

3

Religions

10

Partners

4

Months of training

11

New jobs

100%

Social Business

# Social Business – fattori di successo



- Un forte network territoriale che connette molti attori con diverse competenze;
- Ogni attore aveva un interesse diretto nel partecipare all'iniziativa di Social Business

# Il prototipo: qualche numero

538 Comunità  
identificate

185 Comunità  
contattate

131 Comunità  
incontrate  
almeno una  
volta

105 Comunità  
incontrate più di  
due volte

50 Comunità  
con interesse  
qualificato

45 comunità  
clienti

Relazione con  
24 etnie  
differenti

>1.000 membri  
clienti

# Il valore sociale di un progetto sostenibile

Misurare gli intangibles

- Dal contributo economico al contributo sociale
- Utilizzo dello Sroi
- Per arrivare a misurare il valore complessivo di un progetto

# Il prototipo – Lessons learned

## Conferme

- L'approccio relazionale
- L'ascolto dei bisogni per un offering più efficace
- Vivere le comunità
- Le esigenze di banking ordinario non hanno bisogno di nuovi prodotti se non per esigenze mai ascoltate (e.g. polizza rimpatrio salma)
- I referenti sono i garanti della serietà delle proposte all'intera comunità

## Scoperte

- Le comunità esprimono idee progettuali molto eterogenee e talvolta strutturate
- E' richiesto un approccio consulenziale su progetti
- L'organizzazione di eventi è un canale di comunicazione
- Le partnership locali sono imprescindibili

# Volendo essere molto concreti, cosa stiamo facendo



# Be Atlas

Per arrivare ad un modello di business sostenibile



Be Atlas sta creando la possibilità di sviluppare un nuovo contesto sociale ed economico nell'industria bancaria

L'approccio multiculturale influenzerà le nuove strategie della Banca sia sul fronte interno che verso il mercato.

Be Atlas sta scoprendo un mercato inesplorato grazie alla profonda conoscenza delle comunità con benefici per le famiglie, gli investimenti e la creazione di nuove imprese.



**GRAZIE**