

Cessione del Quinto in crescita, il modello di business fa la differenza

Pitagora e Banca di Asti nella CQS hanno ottenuto risultati importanti non solo per l'evoluzione del prodotto, ma anche per un modello commerciale basato sul territorio e sulle sinergie tra filiale bancaria e specialisti di Pitagora

È passato un decennio dall'acquisizione della quota di maggioranza di Pitagora da parte di Banca di Asti. E la collaborazione tra le due realtà

è cresciuta fino a generare 40 milioni di euro di produzione annua nella sola cessione del quinto. «La partnership ha fatto un salto di qualità con l'acquisizione nel 2015 – racconta Roberto Benassi, Direttore Commerciale di Banca di Asti –, in un periodo in cui la Banca cercava opportunità di crescita esterne, in ambiti però affini al proprio business core. E Pitagora si presentava come il partner ideale con cui generare sinergie: una realtà con un ottimo background e una competenza solida nel credito al consumo e nella CQS in particolare».

Obiettivo: oltre i 40 milioni per la fine dell'anno

In questi anni, la cessione del quinto ha completato il proprio percorso di

bancarizzazione, entrando nei cataloghi di tutti gli istituti di credito, internamente o grazie ad accordi di partnership con attori specializzati come Pitagora. «Il nostro Gruppo ha una struttura per il credito al consumo – precisa Benassi –, mentre Pitagora genera valore nell'ambito della cessione del quinto, anche con altre collaborazioni. Ci siamo fissati obiettivi di crescita costanti e prevediamo di superare, alla fine del 2025, la soglia dei 40 milioni di euro di produzione annua».

Un cliente evoluto e informato

Al raggiungimento di questo risultato hanno contribuito sia l'iter evolutivo della CQS sia il rafforzamento delle partnership. «Siamo cresciuti molto – spiega Anna Fian-dino, Responsabile Servizio Mercato di Pitagora – non solo sfruttando il trend generale del mercato ma an-



@ Roberto Benassi, Direttore Commerciale di Banca di Asti

che perché abbiamo saputo approcciarlo nel modo giusto. E questo ha fatto la differenza. Oggi la cessione del quinto è scelta da un cliente evoluto, consapevole e informato che utilizza il finanziamento per ristrutturare la casa, acquistare un'auto o mobili ed elettronica. E il nostro modello di business dedicato alle banche è cambiato moltissimo negli anni, adattandosi alle esigenze dei partner e dei clienti ma ha mantenuto l'obiettivo di portare agli istituti del territorio le nostre competenze specialistiche. In quest'ottica ci siano anche dotati di strumenti di monitoraggio avanzati, per garantire migliore efficacia, trasparenza e continuità nel supporto offerto».

La collaborazione con le banche partner

In questo modello operano diversi attori. Lato Pitagora, gli account territoriali gestiscono la relazione con la banca e le sue filiali, con attività di formazione per spiegare le caratteristiche del prodotto e a quali esigenze del cliente può dare risposta. Ci sono poi gli agenti e le filiali, che fanno consulenza diretta ai clienti finali della banca partner, interessati al prodotto.

«Il ruolo dei nostri account è stato, e resta, fondamentale per costruire

un rapporto di fiducia e rispetto con le banche partner – prosegue Fiandino. Gli account hanno il ruolo di gestire le relazioni con le filiali e fare formazione sul prodotto, tramite incontri con i capi area, analizzando i risultati e individuando eventuali azioni migliorative».

La relazione resta in banca...

Lato banca, la collaborazione si attiva quando emerge un'esigenza di un cliente, che può trovare risposta nella cessione del quinto. «Inizia una fase di confronto e di analisi per capire se è effettivamente il prodotto giusto per le esigenze e il profilo del cliente – spiega Benassi. Se la risposta è positiva, lo mettiamo in contatto con Pitagora, che seguirà la parte operativa con i propri professionisti specializzati sul prodotto. Per noi, è un modo per servire il cliente rafforzando la relazione con la banca».

Circa la metà dei clienti di Banca di Asti che sceglie la cessione del quinto rientra nella categoria dei pensionati. «Un cliente tendenzialmente solido e assolutamente affidabile – osserva Fiandino – che, in molti casi, richiede un finanzia-



@ Anna Fiandino, Responsabile Servizio Mercato di Pitagora

mento per effettuare una spesa importante, oppure per sostenere figli o nipoti, senza intaccare direttamente i propri risparmi. Questa tipologia di cliente cerca il contatto diretto e personale con la banca, vuole confrontarsi e ricevere informazioni. Anche per questo organizziamo con i partner delle attività di educazione e consulenza finanziaria direttamente in filiale per i clienti che sono interessati a chiedere un finanziamento».

S.T.