

Nacon

Dal CERN all'ECM

Nata dall'idea di due ricercatori impegnati al CERN di Ginevra, Nacon è oggi una "software house specializzata su un ambito, l'Enterprise Content Management, in grado di ottimizzare i processi"

Dall'idea di due imprenditori, fino al decennio scorso impegnati nel campo della Ricerca al CERN di Ginevra, qualche anno fa è nata Nacon Information Technology, società specializzata in soluzioni di Enterprise Content Management per banche e assicurazioni.

“Lo scopo della nostra idea”, esordisce **Paolo Frixione**, *Amministratore Delegato* dell'azienda “era trasferire le competenze maturate nella ricerca e nell'innovazione sul mercato IT. Così abbiamo creato Nacon, realtà fortemente verticalizzata per mercato e per proposta e ci siamo focalizzati su un campo, l'ECM, sicuramente in crescita ma ancora sottovalutato nel nostro paese”. Secondo il manager della software house, infatti, che oggi ha sede a Milano e Genova, il mercato italiano stenta ancora a comprendere i benefici dell'adozione di soluzioni utili a “ingegnerizzare il back office e a ottimizzare quei processi bancari in cui la presenza di documenti è massiccia e in cui è richiesta un'attenta lavorazione da parte delle risorse umane”. In questi contesti, secondo Nacon, la tecnologia può fare davvero tanto. Soprattutto rispondere alle crescenti esigenze di “ottimizzazione e risparmio” di cui necessitano appunto gli istituti di credito.

Difficile rinunciare all'ECM

“Oggi queste sono le principali richieste del mercato”, continua Frixione. “Inoltre le aziende chiedono una massimizzazione degli investimenti e un ROI il più corto possibile, perché si vedano i risultati in tempi rapidissimi. Le banche ormai investono in attività legate al core business, tralasciando aspetti che possono portare ottimizzazione in un futuro più remoto”. Aspetti che, come sottolinea la software house genovese, si traducono appunto in soluzioni di Enterprise Content Management e che, una volta provate, si ha difficoltà ad abbandonare. “Il cliente è inizialmente sempre un po' restio a nel dotarsi di un sistema di ECM. Non ne comprende i benefici, lo ritiene un investimento rimandabile. Tuttavia, una volta convinto a testarlo, la banca non torna più indietro. Anzi. Vuole continuare a



Paolo Frixione, Amministratore Delegato di Nacon Information Technology

investire perché vede un effettivo ritorno, calcolabile sin dall'inizio, grazie a caratteristiche e indicatori che ne rendono prevedibili gli effetti del progetto avviato”.

Tailorizzare per dare valore aggiunto

Ed è proprio di progetti che Nacon vuole parlare. L'azienda, infatti, non sembra amare la definizione “prodotto finito”, “offerta standardizzata”, a cui preferisce, invece, soluzioni tailorizzate, cucite attorno alle richieste del cliente e personalizzate sotto ogni punto di vista. “La nostra forza sta proprio nel contestualizzare le nostre soluzioni, nell'inserirle nell'ambiente a cui sono destinate e nel modificarle a immagine e somiglianza del cliente”. Ed è forse anche

per questo motivo che la software house, che tra i suoi clienti annovera, tra gli altri, Banca Carige e Fineco Bank, preferisce restare una realtà fortemente specializzata, focalizzata su un comparto specifico, per cui dichiara fornire “elevata qualità”.

Accanto al cliente in tutte le fasi del progetto

“Sin dalla nascita dell’azienda abbiamo voluto concentrare i nostri sforzi in una sola direzione” conferma il manager, “l’ECM. La ragione di questa scelta, che sicuramente ci preclude una più ampia penetrazione del mercato, sta nel desiderio di offrire valore aggiunto ai clienti e indiscutibile professionalità. Curiamo attentamente tutte le fasi del progetto: dalla prevendita, fondamentale per una precisa contestualizzazione delle soluzioni, fino alla delivery. Per questo motivo ci consideriamo partner dei nostri clienti, e non semplici fornitori di soluzioni tecnologiche”.

Post-vendita efficiente per fidelizzare il cliente

Ma per Nacon anche il post vendita è parte importante, se non essenziale, del progetto. “I clienti sono sempre meno fedeli. Perché non si allontanino è bene far loro capire che ci siamo”. A questo scopo, il team di Frixione dedica parte importante del proprio tempo e delle proprie risorse economiche all’implementazione delle soluzioni. Del resto, si sa, perché un servizio sia considerato di qualità, efficiente, deve essere continuo.

R&D, investimenti imprescindibili

Forte di quella continuità che per l’azienda di Milano e Genova si declina in importanti investimenti in Ricerca e Sviluppo. “La ricerca è fondamentale per l’innovazione e l’ottimizzazione dei processi di business”, prosegue Frixione. “Qualsiasi soluzione, anche la più blasonata, può diventare obsoleta nel giro di pochi mesi. Bisogna dunque continuare a investire in conoscenza, in know-how”. Una conoscenza che, tuttavia, deve restare sempre all’interno dell’azienda. Nacon, infatti, sembra voler creare un team sempre più informato, formato, in grado di rispondere tempestivamente alle esigenze del mercato bancario. La software house specializzata in ECM è partner dei fornitori di tecnologia leader del comparto quali IBM FileNet, EMC Documentum e opera anche su piattaforme open source quali Alfresco; questo per garantire al cliente

la possibilità di utilizzare la piattaforma tecnologica che meglio si adatta alle sue esigenze

Alleanze strategiche per aggredire il mercato

“Essendo una realtà fortemente specializzata e focalizzata su un particolare settore, paghiamo in visibilità. Oggi stiamo concentrando i nostri sforzi nella creazione di una corporate identity riconoscibile sul mercato, sfruttando le esperienze e i crediti pregressi acquisiti per poter essere riconosciuti come un player di riferimento del mercato ECM in Italia.

L’approccio al mercato si completa con partnership industriali e commerciali con i principali player di mercato, a cui forniamo le nostre competenze. Insomma, completiamo la loro offerta con i nostri specifici skill e i nostri partner ci aiutano a vendere le nostre soluzioni”.

Una strategia, quella adottata da Nacon, che tuttavia, nonostante un core business estremamente definito, ammette di guardare con interesse a un ampliamento della propria offerta. “La nostra idea è far sì che l’Enterprise Content Management resti la colonna portante di Nacon. Ciò nonostante, non escludiamo la possibilità di accrescere il nostro business e ampliare i nostri orizzonti alla ricerca di nuove opportunità”. Ma non ora. La software house, infatti, sembra essere ancora troppo concentrata sul far comprendere al mercato la qualità che la contraddistingue, a infondere fiducia in un’azienda che di innovazione, date le origini, ne sa davvero molto.



Nacon S.r.l.
Via Cesarea, 2/45
16121 Genova