

Anytime, pour que dématérialisation ne rime pas avec déshumanisation

Anytime est un compte pro à destination des indépendants et des entreprises. Cet acteur a pourtant choisi un chemin hybride à celui pris par les nouveaux acteurs du secteur : une voie du milieu entre fluidité et proximité, entre digital et humain.

Temps de lecture : minute

10 juillet 2023

La dématérialisation a été une avancée majeure dans de nombreux domaines, et notamment pour le secteur bancaire. Des actions longues et fastidieuses, qui demandaient parfois de se déplacer en agence, se sont retrouvées directement accessibles depuis son smartphone. Il s'est ainsi creusé un fossé entre les nouveaux acteurs qui ont fluidifié l'expérience à l'extrême pour que l'ensemble de l'expérience soit disponible dans une application, et les banques historiques qui ont mis en avant leur proximité avec leurs clients grâce à leurs nombreuses agences qui maillent le territoire.

Anytime s'est créé sur la conviction qu'une voie du milieu était possible : en tirant parti des nouveaux usages, tout en proposant un accompagnement de qualité.

" Si je devais résumer Anytime en deux mots, lance Peter Bouchet, directeur commercial pour Anytime, ce serait digital et humain. Parce que même si nous sommes dans des métiers où l'on a tendance à digitaliser à grande vitesse... On constate une tendance pour revenir à un vrai contact humain. On est une société de service, et on ne peut pas conseiller

efficacement quelqu'un sans rapport humain. Le 100 % digital, ce n'est pas possible ! " .

Ce même contact humain qui a été si important en 2014, quand Anytime venait se créer. *" J'ai rejoint l'entreprise au tout début, confie Peter Bouchet. Il y avait tout à construire. Mais je n'avais aucun doute sur le fait que cela allait fonctionner car il y avait un vrai travail d'équipe. L'humain, ce n'est pas que du marketing. C'est vraiment au cœur de notre ADN depuis la création de l'entreprise. "*

C'est la raison pour laquelle Anytime met l'accent sur la confiance et la qualité de son accompagnement. *" À n'importe quel moment, la personne doit pouvoir prendre rendez-vous avec un conseiller et être accompagnée dans l'ouverture de son compte. D'abord pour valider que le produit correspond vraiment à ses attentes, puis aussi pour répondre à toutes les questions qu'il pourrait y avoir. C'est d'autant plus important d'être réactif et professionnel quand on est sur les sujets financiers. "*

Il s'agit aussi d'un rappel que tous les entrepreneurs ne se ressemblent pas, qu'ils ne sont pas toujours à l'aise avec les nouvelles technologies et qu'il faut savoir les conseiller et les accompagner. Le directeur commercial d'Anytime souligne ainsi que l'image du créateur "startuper trentenaire" est trop limitée, car de nombreux créateurs ont aujourd'hui plus de cinquante ans (les dirigeants en reconversion par exemple) et ont, de facto, des attentes et besoins différents.

Aller là où les banques sont réfractaires

" Depuis plusieurs années, les banques sont très réfractaires à ouvrir des comptes en banque à des créateurs d'entreprises, explique Peter Bouchet. Ils vont demander énormément d'éléments comme un business plan, parce qu'ils ont besoin de garantie. Le vrai métier des banques, et on l'oublie souvent, c'est de faire du crédit et du financement, ils sont

donc dans une démarche de prudence. "

Certaines personnes vont même avoir des difficultés à ouvrir un compte en banque pour leur entreprise, jusqu'à se le voir refuser. Ils sont ainsi obligés de faire des démarches auprès de la Banque de France pour se voir délivrer un document obligeant une banque à leur ouvrir un compte. *" Un entrepreneur devrait pouvoir se concentrer sur la recherche de ses premiers clients, lâche Pierre Bouchet. Au lieu de cela, ils perdent des mois à faire ces démarches. "*

" Nos clients viennent généralement pour un compte pro, affirme le directeur commercial d'Anytime. Grâce au contact régulier avec nos conseillers, ils peuvent obtenir des outils supplémentaires, adaptés à leurs besoins quotidiens. C'est évolutif. On veut vraiment avoir ce rôle d'accompagnement. "

L'entreprise a de plus noué de nombreux partenariats pour compléter son offre de service initiale, se rapprochant d'organismes comme [l'Adie](#), acteur du crédit inclusif, pour accompagner ses clients sur la question du financement. De la même manière, Anytime se développe sur le marché des associations qui se voient confrontées à de nombreux freins pour créer un compte bancaire.

L'avenir est affinitaire

La proximité est donc un axe prioritaire pour Anytime. Peter Bouchet, directeur commercial du service, annonce d'ailleurs que leurs produits vont rapidement entrer dans un plus grand niveau de personnalisation. *" Nos clients n'ont pas tous les mêmes besoins et au bout de 10 ans de relation, notre vision s'est bien affinée, lance-t-il. Nous travaillons actuellement pour proposer des offres dédiées à chacune des verticales que nous servons aujourd'hui. Cela nous permettra de délivrer un service encore plus personnalisé et d'offrir l'accès à des outils propres au secteur*

d'activité de chacun. "

Une certitude émerge : il y a de la place pour des acteurs qui offrent l'immédiateté des fintechs tout en apportant la proximité autrefois réservée aux banques traditionnelles.

Article écrit par Maddyness avec Anytime