
M-commerce e Pagamenti

Riflessioni

Claudio Bombonato

ABI Dimensione Cliente
10 Aprile 2013



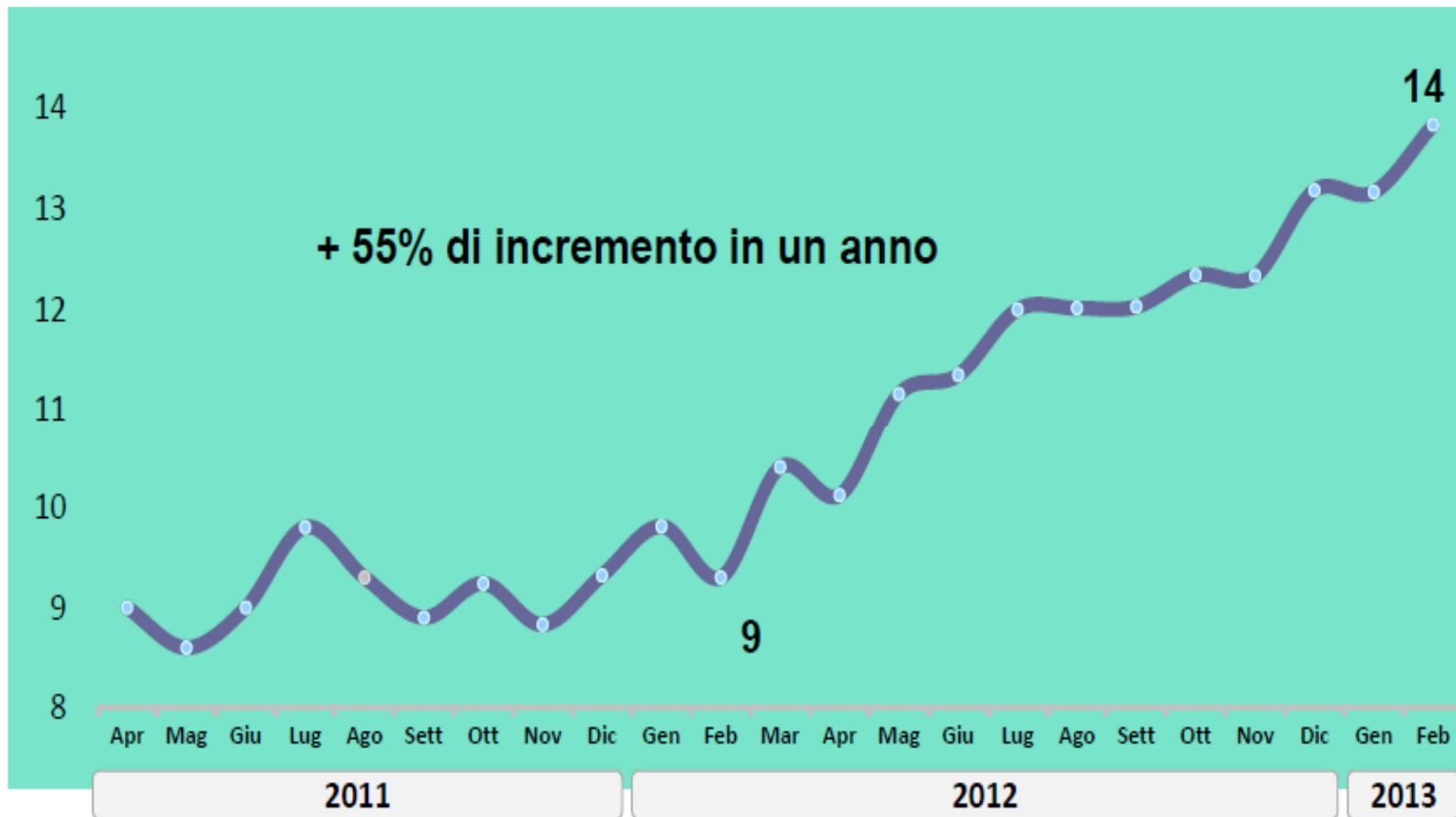
- **Ecosistema emergente e/m-commerce**

- Ruolo ed evoluzione m-payments



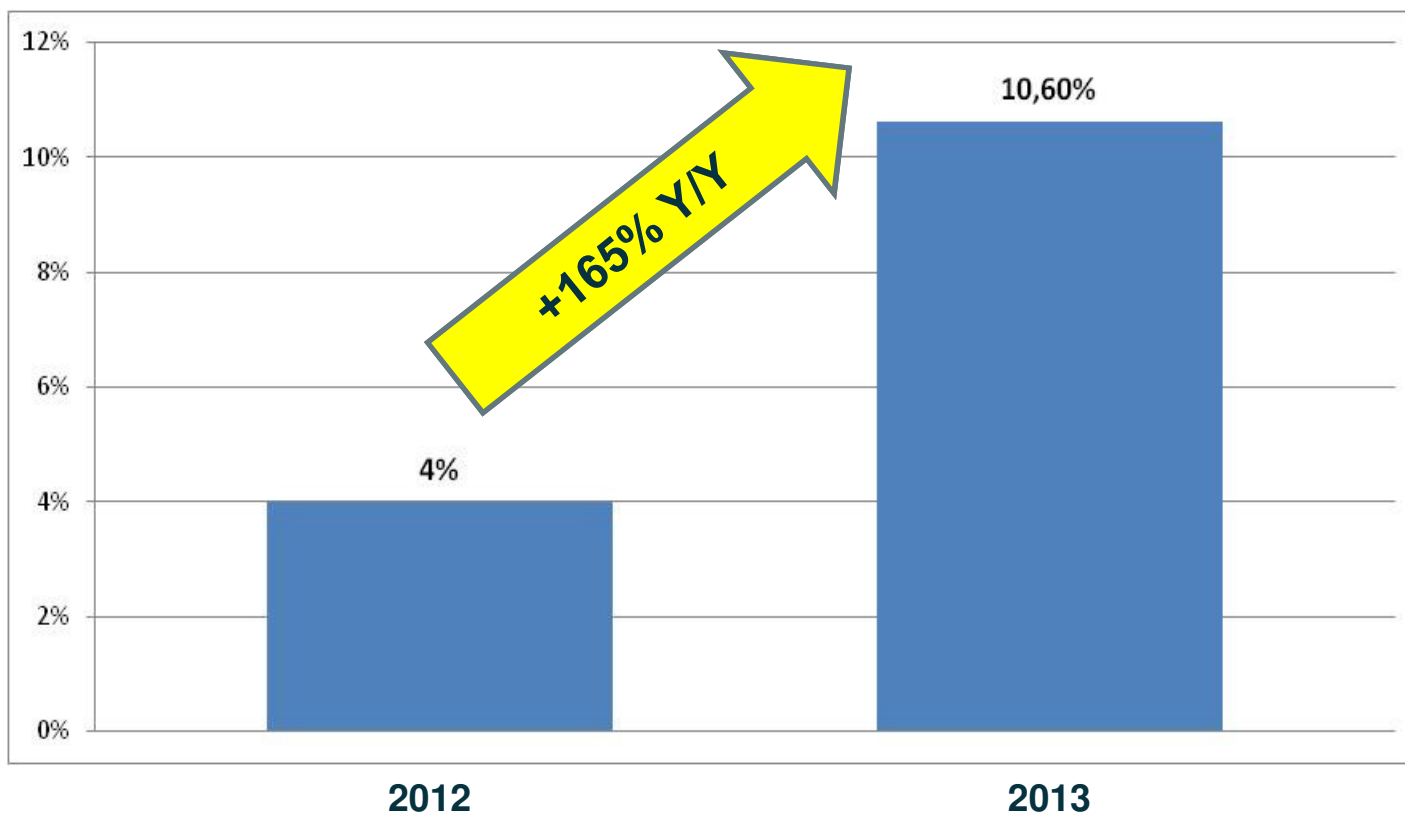
Trend Acquirenti online in Italia

Milioni di clienti

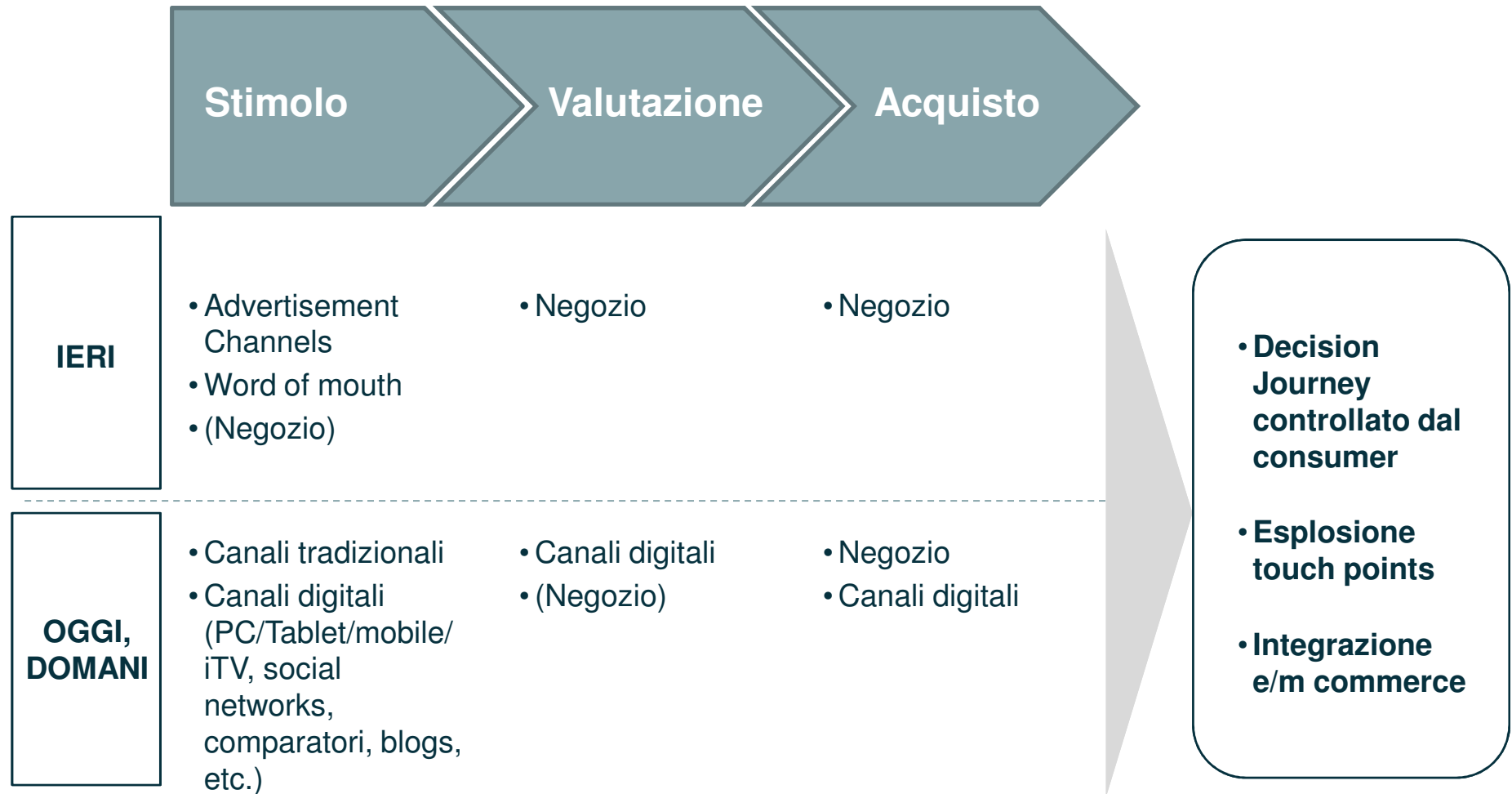


Aumento dell'incidenza degli acquisti da mobile sul totale degli acquisti online

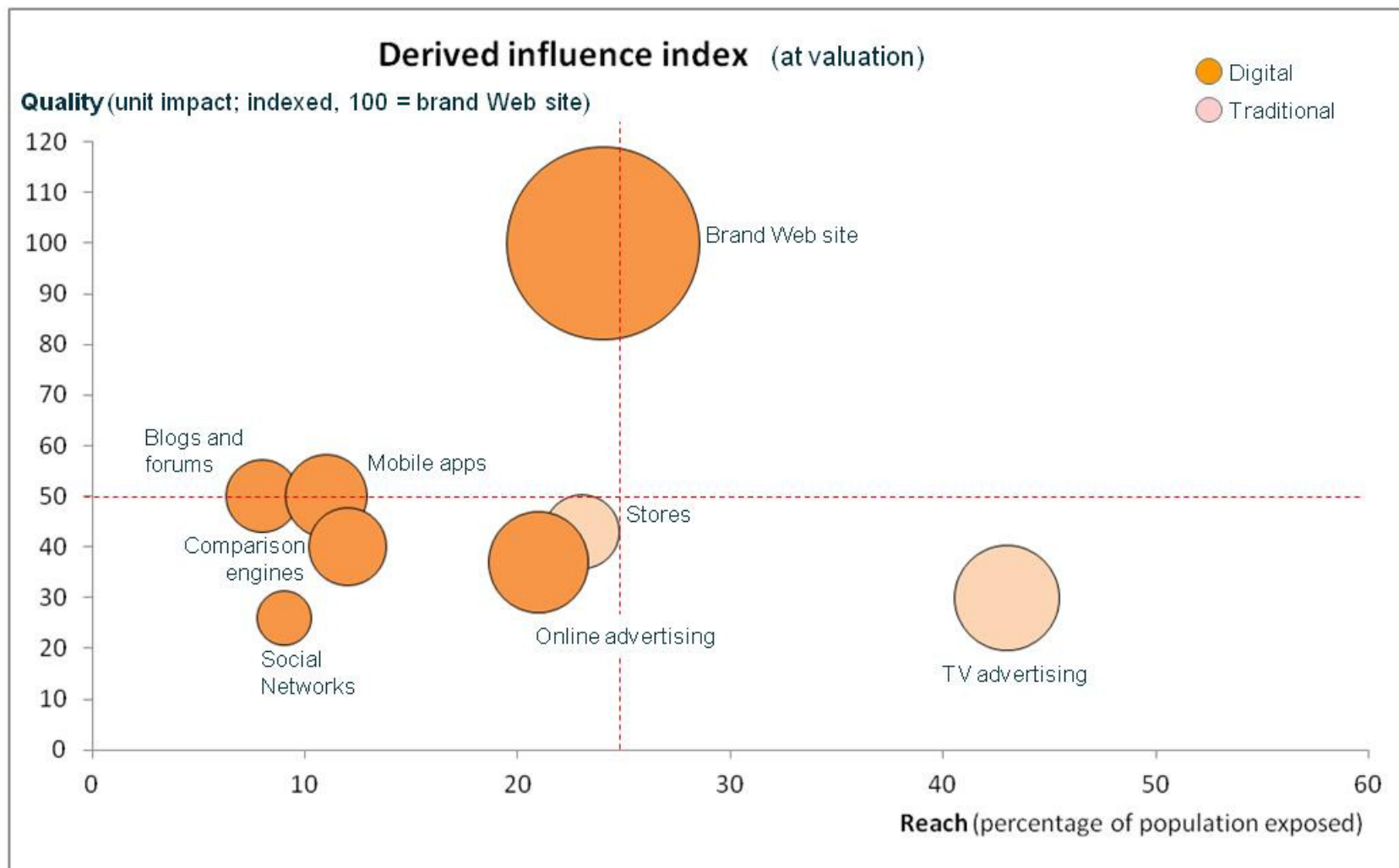
■ % acquisti da smartphone/tablet



Evoluzione Consumer Decision Journey



Grande potere di influenza sull'acquisto dei canali digitali



Fonte: McKinsey

- Ecosistema emergente e/m-commerce

- **Ruolo ed evoluzione m-payments**



Snodo cruciale del pagamento

- **Pagamento: fase cruciale del digital commerce**, fortemente connesso all'intera esperienza di acquisto del cliente (es. TPL, entertainment, servizi digitali, acquisti di impulso, etc..)
- In particolare i **Mobile Payments/ Mobile Solutions** hanno il potenziale di ridefinire, ampliare e generare **nuove opportunità di marketing e di acquisto**. I casi d'uso a valore sono moltissimi e personalizzabili perché nell'ecosistema mobile dipendono da:
 - Bisogno specifico del cliente
 - Location
 - Contesto
 - Tecnologia disponibile (del cliente, del merchant, dell'ambiente)
- **Il pagamento è preconditione per l'offerta di VAS** finanziari innovativi, rilevanti per il cliente e per il merchant (schemi di finanziamento, sconti/promozioni, loyalty, couponing virtuale, etc..), ove collegato in real time con CRM di riferimento
- **La "Qualità" della customer experience** nella fase di pagamento è elemento **chiave per lo sviluppo e la fidelizzazione del cliente** (cfr Allegato 1)



Evoluzione ecosistema pagamenti per Digital Commerce

TRENDS PRINCIPALI:

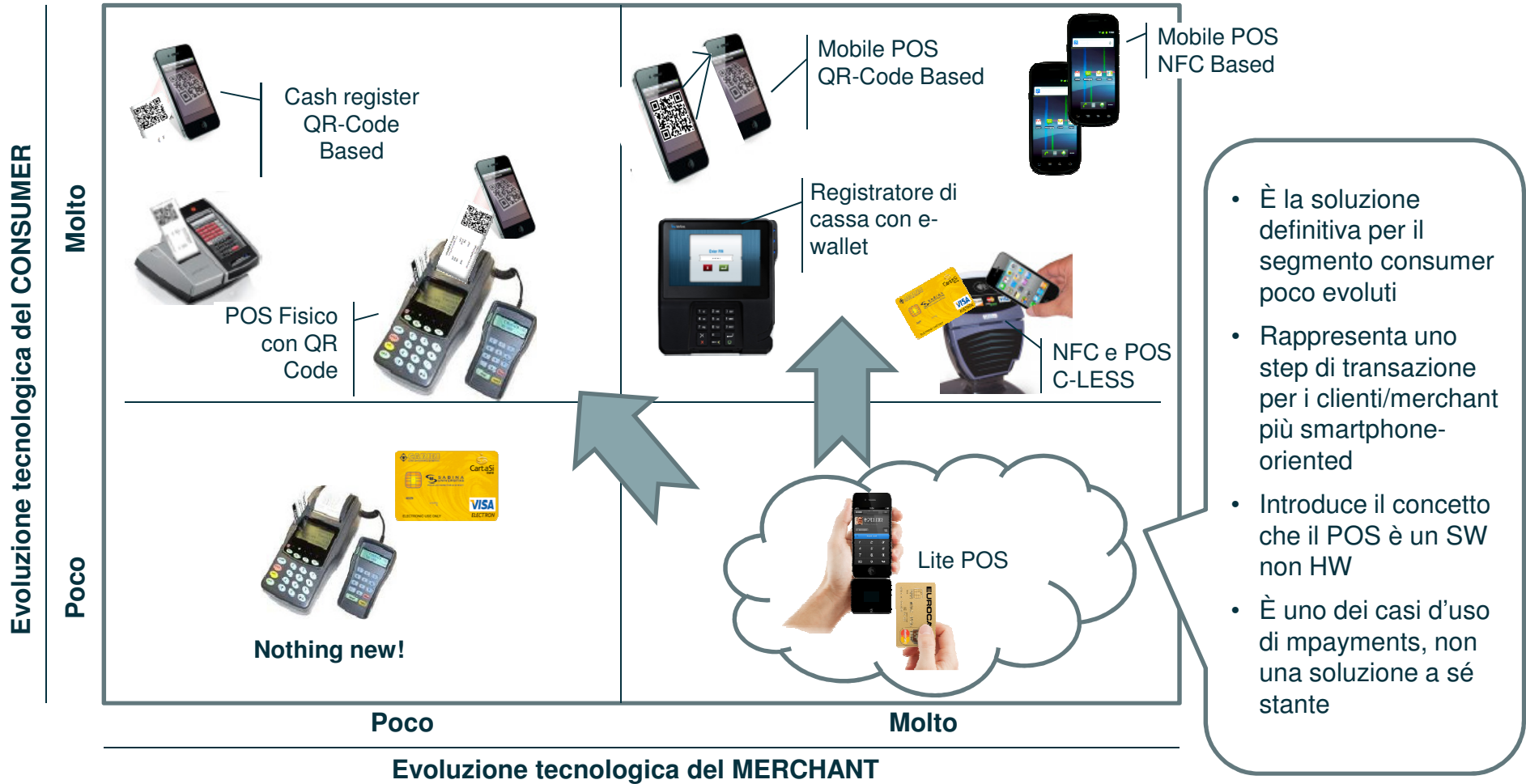
- **Convergenza** pagamenti tra mondo fisico e mondo virtuale
- **“Consumerizzazione”** POS
- **Sviluppo nuove forme di pagamento** più adatte al digital commerce



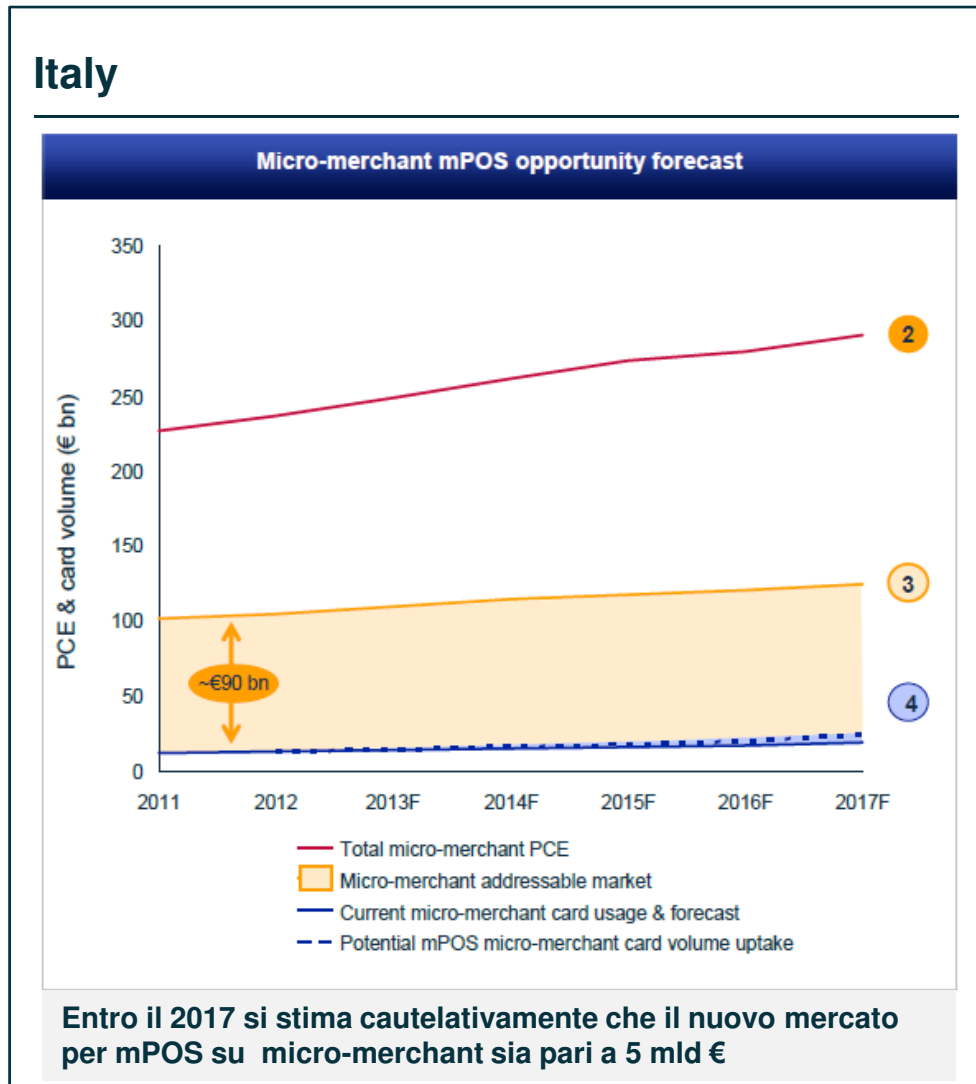
Convergenza tra Proximity e Remote Payments



Nuovi strumenti di accettazione



Significativo mercato potenziale dei pagamenti su micro-merchant



Per aggredire questo nuovo mercato è necessario avere:

- ✓ **Soluzione “leggera” e versatile:** sviluppate soluzioni di LitePOS e mPOS che rispondono a tali esigenze
- ✓ **Costi fissi contenuti:** il mercato si sta muovendo nella direzione di fee “pay per use”
- ✓ **Velocità/Facilità di convenzionamento**



Soluzione LitePOS: Analisi mercato italiano

ESEMPLIFICATIVO

	Payleven 	SumUp 	Jusp 	mPowa 	
Tecnologia	<i>Banda magnetica</i>	<i>Chip&PIN</i>	<i>Chip&Sign</i>	<i>Chip&PIN</i>	<i>Chip&PIN</i>
Lancio sul mercato	Settembre 2012	18/02/2013	30/01/2013	Maggio 2013	n/d
Pricing	<ul style="list-style-type: none"> • 2,95%+0,09€ • Dongle gratuito 	<ul style="list-style-type: none"> • 2,75% + 0,19€ • Dongle: 99€ 	<ul style="list-style-type: none"> • 2,75% • Dongle gratuito 	<ul style="list-style-type: none"> • 2,70% • Dongle: 39€ 	n/d
Acquirer	Elavon		Net-m privatebank 1891	BNL Positivity	n/d
Carte accettate	Solo carte di credito MasterCard e Diners Club	Carte di credito e debito internazionale	Solo carte di credito e debito internazionale	Carte di credito e debito internazionale	n/d

Fonte: siti pubblici

Caratteristiche pagamento “ideale” in ambiente digital commerce

The “Perfect Digital Payment”

- **Semplicità** d’uso
- **Versatilità** utilizzo sui vari canali fisici/remoti
- **Velocità**
- **Real time** (disponibilità)
- **Sicurezza**
- **Accettabilità** su larga scala
- **Costo**



Offerta attuale e prospettive future

Attuali Strumenti

- Carte di credito / debito internazionale
- Carte prepagate
- Bonifico/Contrassegno

LIMITI

- **Costi**
- **Disponibilità real time**
- **Esperienza d'uso**

Possibili sviluppi

- Carta virtualizzata
- Conto telefonico
- My Bank
- Wallet con conto di pagamento (es PayPal)
- Nuovi schemi di pagamento (es. Faster Payment UK, bonifico veloce)



2 Key Factors for Success: personalizzazione e massa critica

VALORE PERSONALIZZAZIONE

- Nuova filiera digital commerce moltiplica casi d'uso/opportunità di acquisto
- Ogni caso d'uso è altamente personalizzato perché dipende da specifico need, contesto, location, tecnologie
- Solo questa elevata personalizzazione/customizzazione garantisce creazione di valore al merchant e all'utente

VALORE MASSA CRITICA

- Valore per users (network economics)
- Giustifica gli investimenti, abbassa i costi
- Favorisce gli standards



LEVE NECESSARIE

- **(Tecnologia)**
- **Regolamentazione**
- **Comportamento Key Industry Players**
- **Enablers/ facilitatori** (es. Piattaforme scalabili aperte; Merchant Aggregators; Liquidity wallets)



- **Rischio elevato di disintermediazione nel “do nothing”** (Paypal bank?, Google bank?...)
- **Possibilità / opportunità di sviluppare strategie proattive mirate**
 - ❑ Nuovi schemi di pagamento real time “on-us”
 - ❑ Offerte mirate di servizi di pagamento mobile segmentati per clienti / merchants:
 - Casi d'uso clients (es. ticketing, ristorazione, editoria, TPL, utenze, etc.)
 - Tipologia di merchant (es. grandi merchant con soluzioni ad hoc, piccoli merchant senza POS con soluzioni standard, etc.)
 - ❑ Utilizzo di wallets / piattaforme interoperabili / merchant aggregators proprietari e/o indipendenti per creare scala e massa critica e mantenere il controllo del cliente



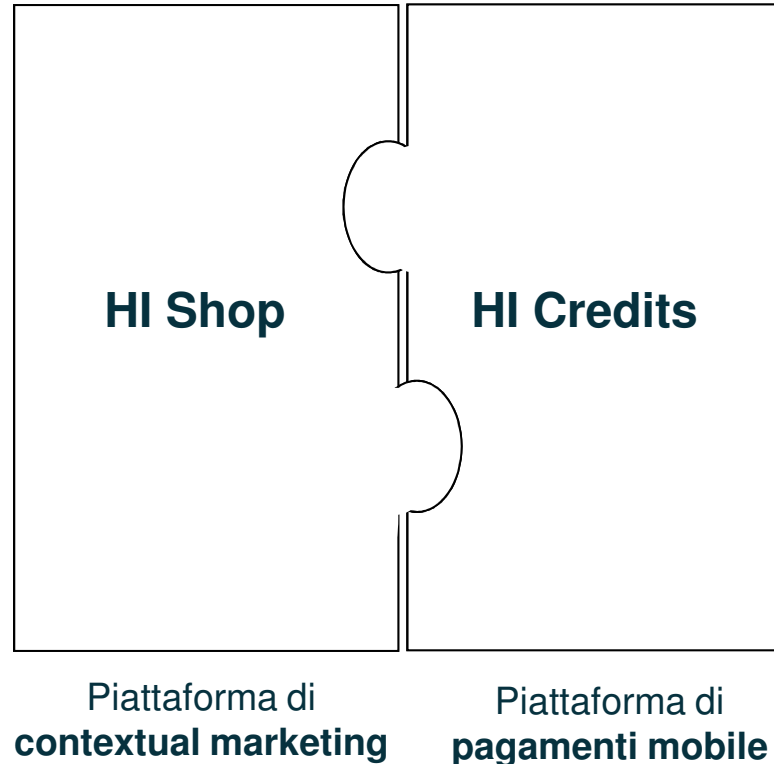
Approccio Reply: piattaforme scalabili, interoperabili e technology agnostic

Tecnologie supportate

- Geolocalizzazione
- NFC
- QR Code
- Ultrasuoni
- Water marking
- Augmented reality

Devices supportati

- Smartphone
- Tablet
- PC
- TV



Pagamenti supportati

- Carte di credito
- Carte prepagate
- FastPay
- Conti telefonici
- Bonifici
- Bollettini
- Conti di pagamento

Scenari applicativi supportati

- TPL
 - Parcheggi
 - Bigliettazione di superficie
 - Acquisto titoli di viaggio
- Acquisto carburante
- Ristorazione
- P2P
- Pagamenti piccoli retailers
- Registratori cassa con QR code
- Biglietti di accesso via geolocalizzazione
- Audio tags
- TV commerce



Allegato 1

Come la *User Experience* del pagamento può influenzare il *Business*

05/04/2013





MobilePay è la piattaforma di pagamento, realizzata dai maggiori operatori italiani di telefonia mobile, per facilitare e velocizzare micropagamenti di servizi digitali, fruibili tramite smartphone, PC, Tablet.

Mobile Pay offre due possibili User Experience per l'acquisto dei contenuti

Silver Experience

Gold Experience

Con la **Silver Experience**, per acquistare e pagare un prodotto, l'utente dovrà svolgere i seguenti step:

- Inserire il numero e selezionare l'operatore
- Inserire il codice PIN ricevuto via SMS
- Confermare il pagamento

1 NUMERO DI TELEFONO 2 INSERISCI PIN

Stai per acquistare:
Inserisci il numero telefonico a cui addebitare il pagamento e seleziona il tuo operatore.

+39

Operatore

ANNULLA CONTINUA

mobile pay

1 NUMERO DI TELEFONO 2 INSERISCI PIN

Stai per acquistare:

Il prezzo del servizio è: €

Inserisci il PIN ricevuto tramite SMS per completare l'acquisto.

Dichiaro di accettare [Termini e Condizioni d'uso](#) e [informativa sulla Privacy](#)

Servizio riservato ai maggiorenni

In caso di mancata ricezione del PIN, [clicca qui](#) per ritentare l'operazione.

ANNULLA CONFERMA

mobile pay



Con la **Gold Experience**, per acquistare e pagare un prodotto, l'utente dovrà svolgere un **unico step**:

- Inserire il numero e selezionare l'operatore
- Inserire il codice PIN ricevuto via SMS
- **Confermare il pagamento**

*Grazie all'**enrichment** viene abilitato il riconoscimento automatico del numero di telefono del consumatore. Ciò permette di acquistare un contenuto premendo esclusivamente il pulsante "conferma"*

LOGO

Stai per acquistare: Service Commercial Name (Display)

Site - PRODUCT DESCRIPTION

PRODUCT DESCRIPTION - Servizio In abbonamento

Promo Short Description of T&C (Display)

PROMO DESCRIPTION

Il prezzo del servizio è: [] - a settimana

Il numero telefonico a cui addebitare il pagamento è:

+39 32857 []

Dichiaro di accettare Termini e Condizioni d'uso e informativa sulla Privacy

Servizio riservato ai maggioirenni

IN ABBONAMENTO

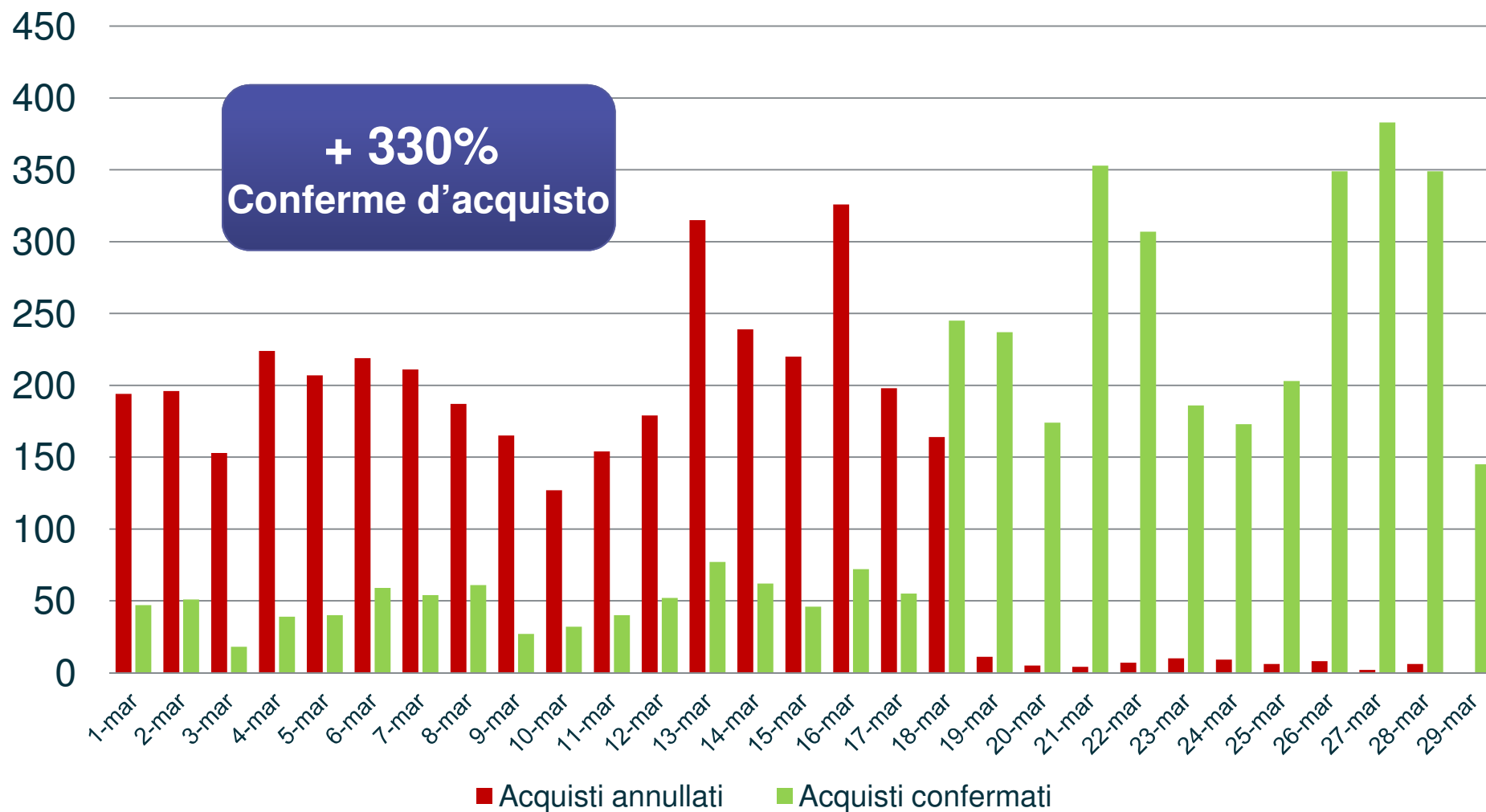
ANNULLA CONFERMA

MOBILE Pay

- **RCS MediaGroup**, uno dei principali gruppi editoriali italiani, utilizza la piattaforma *MobilePay* per la fruizione dei propri contenuti digitali.
- Verso la metà di Marzo 2013 decide di modificare il servizio offerto agli utenti, abilitando, oltre alla *Silver*, anche la ***Gold experience***.



Volumi transazioni giornaliere – Corriere Mobile



- **Wind**, integrandosi a *MobilePay*, offre ai suoi utenti, la possibilità di acquistare contenuti digitali utilizzando un mobile device e pagando tramite credito telefonico.
- Verso metà novembre 2013, Wind rende disponibile la funzionalità di **enrichment** (*Gold Experience*) anche per i clienti che accedono al servizio con il telefono mobile tramite APN per la fruizione dati tramite 3G (Prima disponibile solo su APN Wap).



Il caso Wind

