



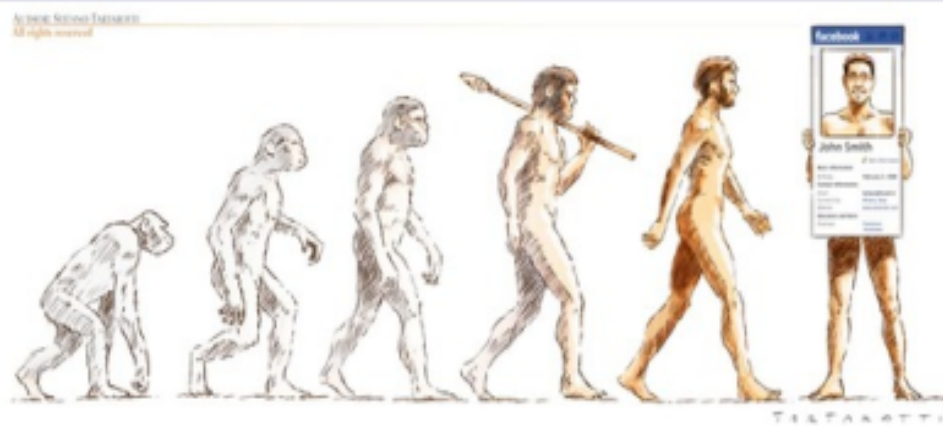
# L'evoluzione del cliente nella società digitale e la spinta innovativa dei pagamenti

*Alessandro Zollo*  
*Responsabile Marketing e Innovazione ICBPI*

*Forum CBI 2013*  
*Roma, 21 Novembre 2013*

- L'innovazione del mondo digitale richiede un'innovazione dei pagamenti
- Il Gruppo ICBPI per cogliere le opportunità del nuovo mercato digitale

# Il mondo si digitalizza: è il tempo dell'*Homo Social*



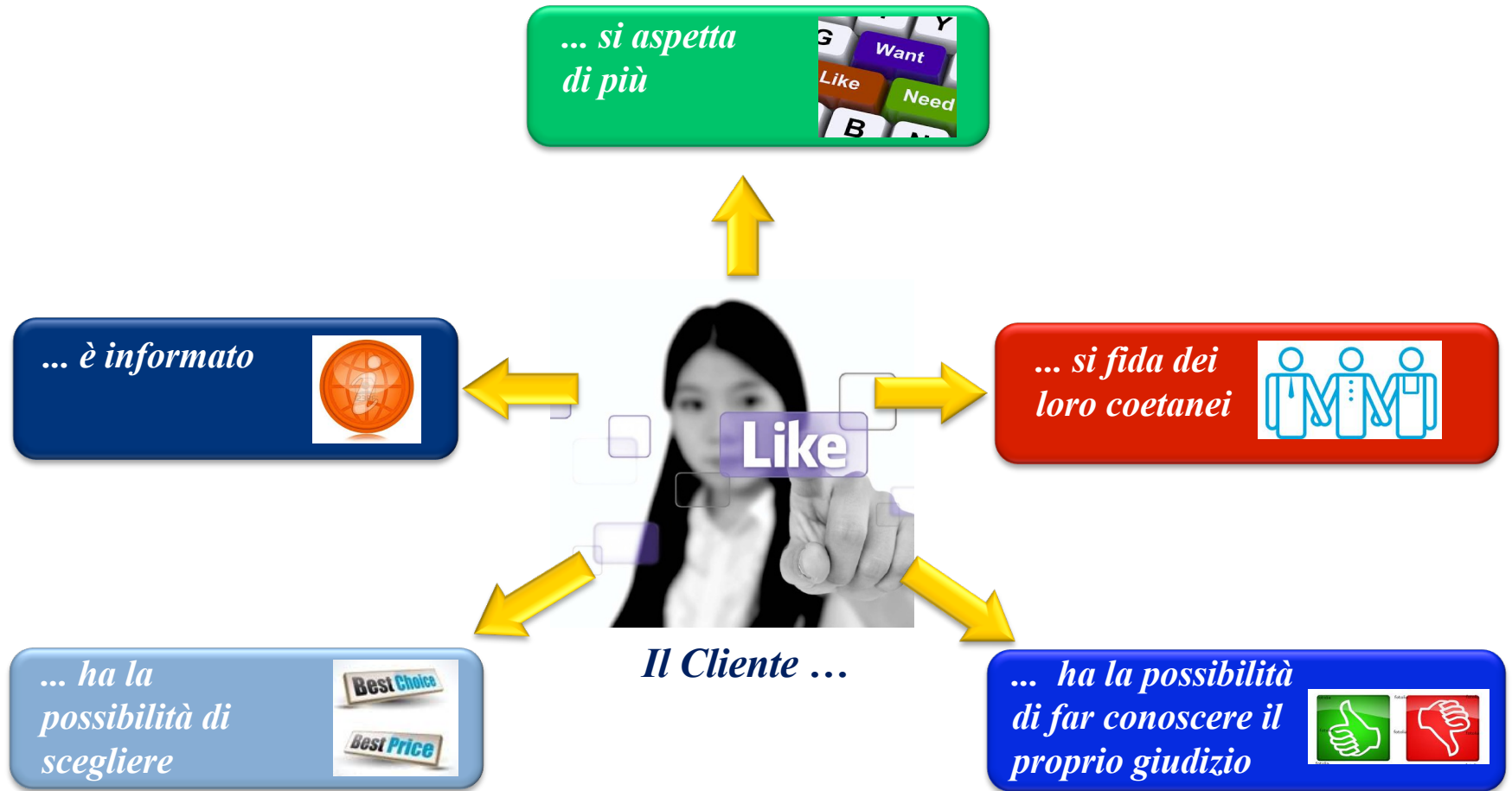
La “rivoluzione digitale” si sta dimostrando sempre di più come un radicale cambiamento dei costumi comportamentali

Le imprese devono considerare questa modifica sociale da parte del cliente che da semplice usufruttore del servizio/prodotto diviene “*chooser*” interattivo e informato.



# I clienti modificano il loro approccio all'acquisto

Il "Social Web" offre l'opportunità di fidelizzare i propri clienti e migliorare i propri processi: per una retention efficace si deve tener conto delle nuove aspettative e le nuove attitudini



# I giganti della rete



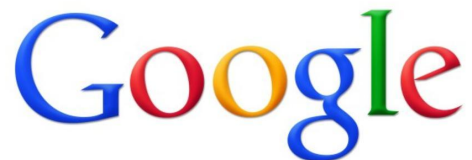
575 milioni di utenti attivi al mese su **iTunes** (5 milioni di Italia)



150 milioni di visitatori al mese su **Amazon** (3 milioni di Italia)



1,1 miliardi di utenti **Facebook** attivi al mese (24 milioni di Italia)



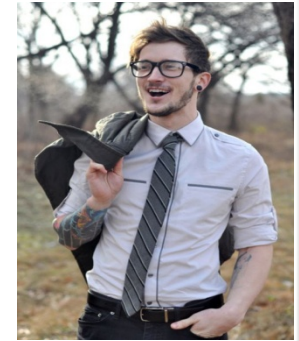
1,3 miliardi di utenti **Google Search** al mese (24 milioni di Italia)

# I nuovi paradigmi di clientela



I **nativi digitali** (18-24 anni) sono i più integrati con i nuovi device e con l'interazione digitale: rappresentano il mercato del futuro.

I **giovani adulti connessi** (25 – 34 anni) sono grandi utilizzatori di internet e si posizionano tra due generazioni: una situata nel mondo “digitale”, l'altra in quello “reale”.



I **migranti digitali** (35-54 anni) non sembrano subire lo stacco generazionale e restano aggiornati su ogni novità tecnologica.

Gli italiani dai 55 anni in su (**Silver Surfer**) si assiste ad una loro rapida digitalizzazione rispetto agli scorsi anni.



# Il mercato che ruota intorno all'e-commerce



Il fatturato e-commerce in Italia ha quasi raggiunto nel 2012 i **10 miliardi di euro** (9,6 miliardi +19% rispetto al dato 2011).



Il **72,8%** delle persone è connessa a internet (32 milioni di utenti), con una crescita del **7,5%** sull'anno scorso



Effetto **ROPO** (Research Online Purchase Offline) **75%**



**83,5%** degli utenti internet in Italia è registrato sui social network



**20 milioni** di smartphone in Italia, **8 milioni** utenti mobile banking



Nel 2015 ci saranno **oltre 35 milioni** di utenti internet



**oltre 12 milioni** di utenti iscritti ai gruppi d'acquisto (il **33%** degli italiani ha effettuato almeno un acquisto)

# Alle imprese è chiesta un'evoluzione!

Le imprese devono essere protagoniste dei cambiamenti in atto per rinnovare il loro modo di offrire servizi e prodotti.

La socializzazione dell'acquisto e la virtualizzazione dell'esperienza possono rappresentare un'opportunità per sviluppare un nuovi mercati.



**Innovare oggi è comprendere a quale tipologia di clientela rivolgersi per costruire un'offerta personalizzata**



## Fare sistema in un mondo complesso

Le imprese necessitano di un eco-sistema che garantisca **sicurezza, affidabilità e interoperabilità..**



**Imprese, Pubblica Amministrazione e banche devono collaborare per un sistema in cui si possa evolvere ogni innovazione a beneficio del cliente finale.**

# Le banche a supporto della modernizzazione



Fornire sicurezza ed affidabilità



Abilitare i pagamenti multicanale



Migliorare la customer experience nei servizi offerti



Collaborare con PA ed imprese alla digitalizzazione del Paese

- L'innovazione del mondo digitale richiede un'innovazione dei pagamenti

- Il Gruppo ICBPI per cogliere le opportunità del nuovo mercato digitale
  - Il Gruppo ICBPI
  - L'offerta di innovazione

# Il Gruppo ICBPI

Operatore di mercato, leader nella monetica e nei pagamenti e “Banca di Sistema”, a supporto della crescita e del consolidamento delle Istituzioni Finanziarie



GRUPPO ICBPI

# Fare innovazione



- Offrire alle aziende **soluzioni trasversali chiavi in mano** su tutta la filiera
- **Ingaggiare gli operatori** che intendono sfruttare nuove opportunità di mercato dando loro un ruolo proattivo nello sviluppo dell'innovazione
- **Veicolare partnership** coi nuovi operatori, grazie ad economie di scala/scopo/know-how unici

# ICBPI e CBILL: sinergie di servizio



*ESIGENZA: innovare un servizio come il pagamento del bollettino per incrementarne l'efficienza*

*BENEFICI: Si crea un contatto fra la clientela (retail e corporate) ed i biller di riferimento attraverso le banche*

*INNOVAZIONE: Il bollettino diviene per il cliente uno strumento multicanale e digitale*

*Un semplice click dal proprio online banking e la bolletta viene pagata e rendicontata*

# Il pagamento diviene social: Couponing & Loyalty

*“Non è un negozio on-line e non è un social network*

*“È un portale dove trovo tutto quello che mi serve a prezzi competitivi”*

*“E' un luogo dove posso “incontrare” altri consumatori con i miei stessi gusti, imparare dalle loro esperienze d'acquisto e condividere le mie”*



**Bazak**



shopping  
convenienza  
selezione prezzo  
post vendita  
trustability  
social  
distintività  
social  
affidabilità  
sconti  
attrattività  
qualità  
loyalty  
social  
orientamento all'acquisto  
esclusività  
livello di servizio

## Vantaggi per le banche:

- proposizione commerciale
- compensi sul negoziato
- posizionamento innovativo
- transazioni incremental

## Vantaggi per gli esercenti:

- offerte ed iniziative di fidelity
- generazione di traffico
- strumenti di intelligence
- Geo localizzazione

## Vantaggi per i consumatori:

- orientamento all'acquisto
- offerte e privilegi
- più vantaggi loyalty ioSi
- nuove esperienze di shopping

# Modelli di pagamento innovativi

## Pagamenti di Prossimità



### NFC (Near Field Communication)

- Dematerializzazione della carta di pagamento "all'interno" del cellulare del cliente
- Transazione avviata accostando il cellulare abilitato ad un POS abilitato
- User experience analoga a carte contactless



### LitePOS

- Accettazione di carte di pagamento attraverso un **dispositivo a basso costo di lettura carta, collegato al cellulare dell' esercente.**
- Modello competitivo in termini di costi e semplicità per l' esercente.

## Pagamenti Remoti



### Pagamento con QR Code / Barcode

- Avvio della transazione dal cellulare del cliente, **attraverso acquisizione di un codice bidimensionale del prodotto / servizio.**
- Lo strumento di pagamento associato può essere una carta di pagamento, un wallet o un C/C.

MyBank

### MyBank

- Iniziativa nel mercato e-commerce promossa dalle banche
- Utilizza le **credenziali di accesso a Internet banking** della propria Banca,
- **Utilizza il C/C** come strumento di pagamento.



# I pagamenti Person to Person

**Con la diffusione del Mobile il trasferimento fondi P2P è divenuto un fenomeno in crescita.**



**Il pagamento P2P declinato in chiave mobile è un importante driver per favorire l'abbandono del contante soprattutto per quanto concerne i *micro pagamenti***

# La sicurezza anche nel mondo digitale

La diffusione degli acquisti on-line e la maggiore interazione tramite smartphone rischiano di incrementare le frodi informatiche.

Un furto d'identità, l'acquisizione di dati sensibili possono trasformarsi in un danno reputazionale gravissimo per le aziende.



Il Gruppo ICBPI, come **certification authority**, mette in sicurezza i servizi interattivi di banche ed imprese.

Garantire **il riconoscimento del cliente** è un **must have** che i nuovi servizi di pagamento non devono trascurare.

*“Una vigile e provvida preoccupazione è la madre della sicurezza.”*  
Edmund Burke

# Pensare al futuro, creare l'innovazione

“Le difficoltà che si padroneggiano oggi  
sono occasioni vinte domani”  
(Winston Churchill)



i intellettuali  
ecoslovacchi  
insorgono  
contro la censura

Praga, 29 giugno  
segna di una aperta  
la con la politica del  
si sono svolte le prime  
grate del IV Congres-  
scrittori cecoslovac-  
onomia della cultura,  
completa libertà di  
one e l'abolizione del-  
una sono stati gli ar-  
più trattati nel corso  
nerdi interventi.  
splesse serosiani è  
sta lettrici della lette-  
sta dallo scrittore so-  
Soltzenin al Con-  
fedi territori sovietici  
recentemente a Mo-  
che chiedo fra l'altro  
me della censura. E'  
che lotta una lettera  
al Congresso di Lach-  
ti, il maggiore porta-  
anco vivente, che par-  
la censura, ha scrit-  
tempo di allontanare  
terrore non solo da  
tori ma anche dai par-  
titi. Kundera ha quin-  
to l'autonomia della  
silevano che sono  
diocesi e con interes-  
li vuole distruggere o  
coe che non può cal-  
kik ha sostenuto che  
sempre controlli il po-  
to tutti i regimi una  
le fa delle istituzioni  
l per i suoi fini, e si  
di essere «di cattiva  
e di cattiva...

★ ★ **COME VIVREMO NEL DUEMILA** ★ ★

# Terremo in tasca l'apparecchio per comunicare con chi vorremo



**Non sarà più grande di un pacchetto di sigarette e fun-  
zionerà insieme da teleselettore e da amplificatore -- Mol-  
ti tipi di trasmissione tradizionale sono stati condannati  
a sparire sin dal momento in cui l'impiego dei satelliti ar-  
tificiali e quello del Laser hanno rivoluzionato le teleco-  
municazioni -- Intervista col professor Carlo Matteini**

Soltanto dieci anni sono trascorsi dal lancio del primo satellite artificiale, lo Sputnik I, che sbalordì il mondo nell'ottobre 1957. Eppure, in così poco tempo, insuperabili scoperte in-  
prendo un'onda molto corta, questa si comporta come le onde luminose, come quelle della televisione, per intenderci. Lei vede che sono necessa-rio tante stazioni per trasmet-tere i programmi televisivi. Quello che trasmette Milano,  
minime. Lei vede qui sul mio tavolo un amplificatore a 5 stadi a transistor, della Texas Instruments, che è molto più piccolo di un normale accendi-sigari; si può concentrare tut-to quello che si desidera, comp-ressa la sorgente di energia.

GRUPPO ICBPI

**Grazie per l'attenzione**

**[alessandro.zollo@icbpi.it](mailto:alessandro.zollo@icbpi.it)**