

L'innovazione nell'ambito del mobile sta ridefinendo le formule di successo per il customer engagement

Milano, 4 Dicembre 2013

Francesco Scarnera - Executive Director, Cards & Payments



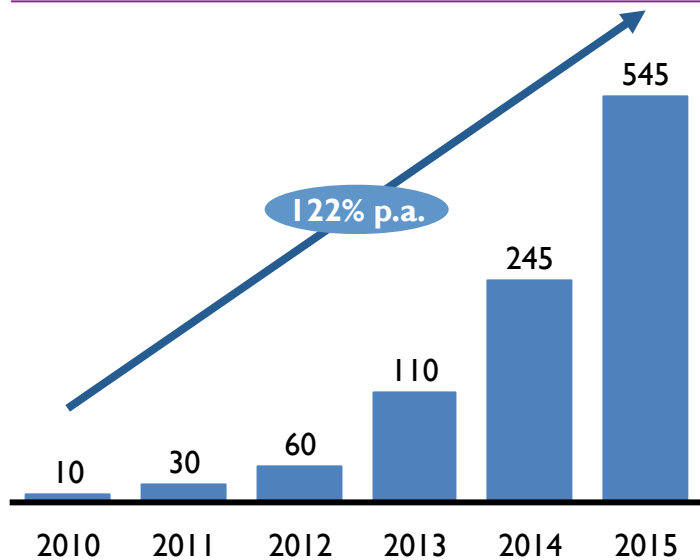
«There are no old roads to new directions»

BCG

I pagamenti mobile hanno già fatto enormi progressi e continueranno a farli

Valore lordo delle transazioni effettuate tramite mezzi mobili.

\$ Miliardi



La crescita dei Mobile Payments è dovuta principalmente all'aumento del numero di consumatori con accesso agli smartphones.

- 5.2 miliardi di persone possiedono un cellulare
- 87% di tutte le persone hanno accesso ad un cellulare.

Oggi: 627 Milioni di persone utilizzano uno smartphone, sono l'11% di tutte le SIM attive.



2015: 1.5 miliardi di persone utilizzeranno uno smartphone, saranno il 25% di tutte le SIM attive.

Top brands guidano il mercato



Source: IE Market Research Corporation 2011; Yankee Group 2011, Gartner Report 2011, Mobile Payments Today 2011, International Telecommunications Union 2011, Research & Markets 2011

Il mobile payment oggi ha sempre maggiori players e...

United States

Europe

Asia-Pacific

Americas

Oggi...



Google Wallet mobile payments



Mobile payments JV



Mobile payment service with HTC phones



Mobile payments JV in Mexico with Citi/Banamex, America Movil and Banco Inbursa



Mobile payments JV with AT&T, Verizon & T-Mobile



NFC Hub



PayPal "Mobile Payments Standard" enabling merchants in Singapore



Mobile payments JV in Canada

...e altri stanno arrivando...



Microsoft



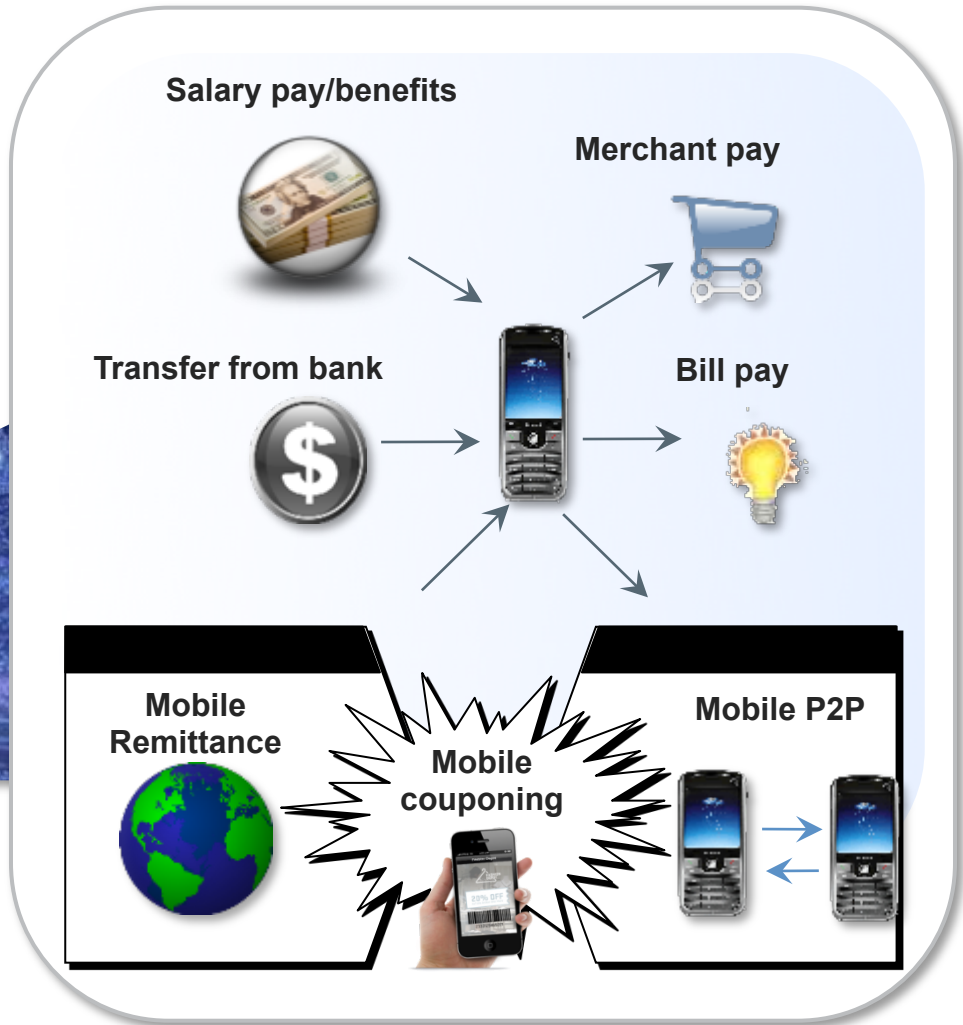
iDA SINGAPORE



...offre crescenti e continue opportunità



Rapida crescita



Mobile money transfer: 800 milioni di conti correnti mobili previsti entro il 2016, già più di 100 piattaforme

Un bisogno in aumento...



Serve i bisogni di 2,5 miliardi di persone.

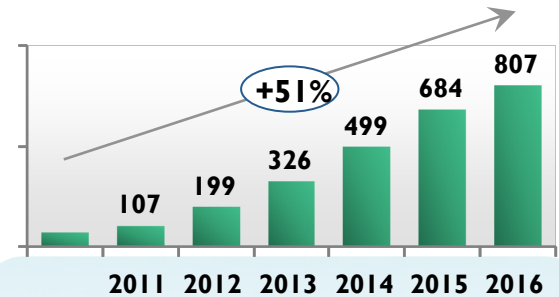
...sempre meglio soddisfatto...



Più di 100 servizi sono stati lanciati.

...genererà un aumento di conti correnti mobili...

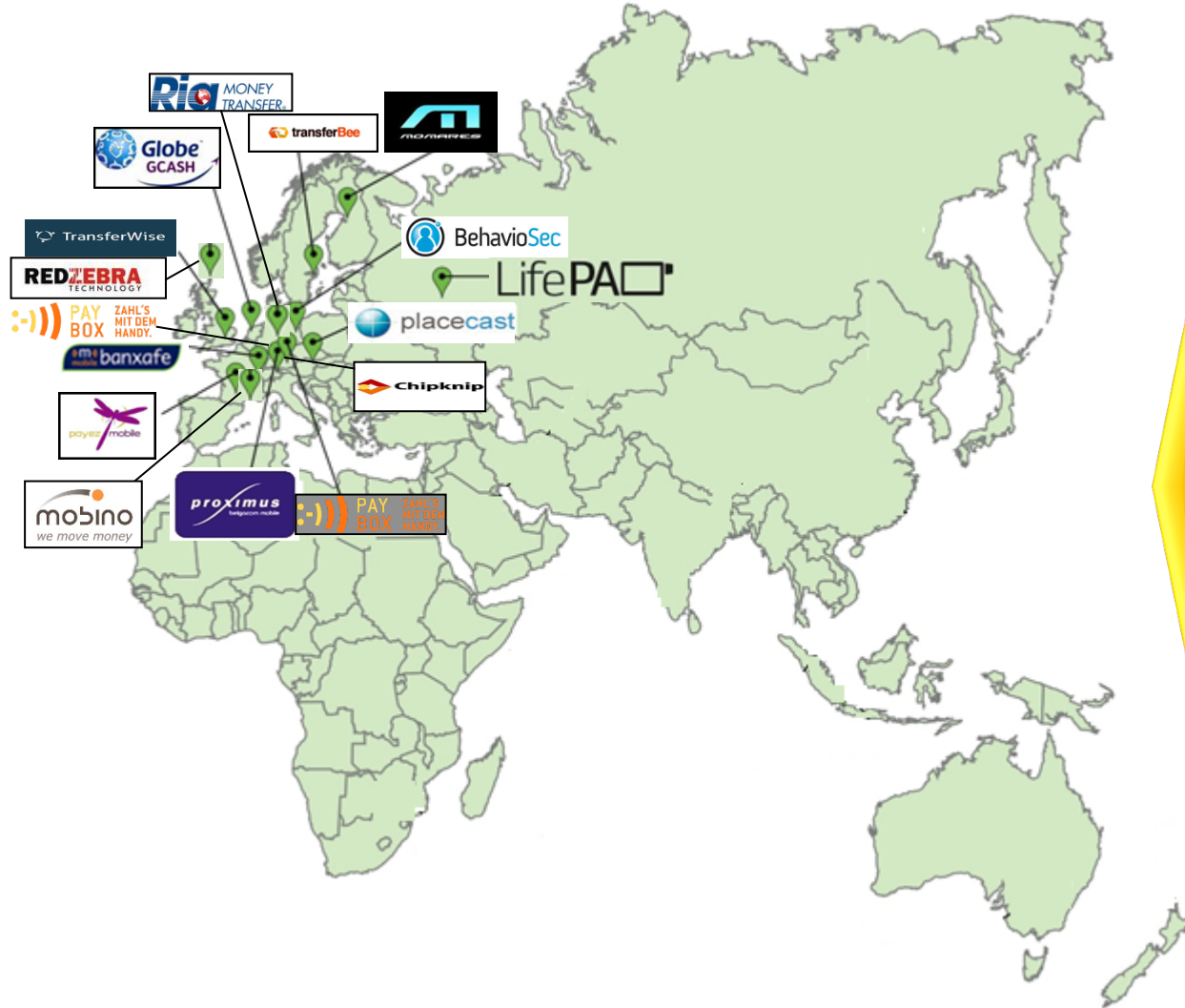
Mobile Money accounts (MM)



Numero stimato di conti correnti mobili (Milioni).

Questi conti permettono l'utilizzo del Mobile Money Transfer sia come peer to peer che come Remittance






...l'Italia sta ritardando queste opportunità



- Il mercato dei mobile payments ha registrato, nel 2013, un notevole aumento del numero di players in tutta Europa.*
- L'Italia rimane, ad oggi, un mercato scoperto (nonostante vi sia un' elevatissima diffusione degli smartphones).*

Fonte: Telecompaper. Mobile Payments 2010, Market Analysis and Overview.

Mobile money remittance: le persone hanno esigenze diverse

Azienda	Tratti Distintivi
	<ul style="list-style-type: none">Le persone senza un conto corrente bancario possono accantonare i fondi in uno stored value account ed utilizzare il denaro per gli acquisti sui siti e-commerce convenzionati.
	<ul style="list-style-type: none">Permette ai soli clienti delle compagnie telefoniche Mobilkom Austria e One di effettuare mobile remittances. Le compagnie cercano così di attrarre gli immigrati tra i loro clienti
	<ul style="list-style-type: none">Una volta effettuato il trasferimento, i clienti ricevono l'accredito sul loro Venmo Account, potranno poi trasferire il denaro sul loro conto corrente bancario; tale operazione richiede 24 ore.
	<ul style="list-style-type: none">Se il destinatario non è ancora un cliente TransferBee uno stored value account verrà creato in modo automatico alla ricezione del denaro. Il destinatario può non essere iscritto al servizio.
	<ul style="list-style-type: none">Il denaro può essere ritirato oltre che negli sportelli bancari anche in uno dei 204,000 punti Ria Transfer nel mondo.

Mobile P2P: la customer experience si differenzia da paese a paese

Azienda	Tratti Distintivi
	<ul style="list-style-type: none">• Necessario essere in possesso di SIM belga• Necessario il codice IBAN del destinatario da inserire in un' apposita app.
	<ul style="list-style-type: none">• Servizio disponibile nel Regno Unito• Necessita, per funzionare, dei payment-details del destinatario.
	<ul style="list-style-type: none">• Il servizio è attualmente attivo su SIM della Repubblica Ceca e UK.• I contatti della rubrica vengono importati direttamente nella app.
	<ul style="list-style-type: none">• Per usufruire del servizio è necessario essere in possesso di una SIM di Singapore ed essere correntista di una banca locale.• Per funzionare, necessita solamente del numero di telefono del destinatario.
	<ul style="list-style-type: none">• Servizio garantito solamente ai clienti del network operator NetOne.• E' necessario inserire oltre all'IBAN del destinatario anche un codice PIN rilasciato alla registrazione

Un iniziativa volta a cambiare il landscape del mercato P2P

La user experience è sempre più innovativa, non serve più digitare gli estremi del conto corrente ma basta selezionare il nome del destinatario dalla Rubrica Telefonica.



Source: UK Payment Council 2013

Le innovazioni nel mobile marketing possono accelerare l'adozione del Mobile Money Transfer

	Gdo Food	Elettronica di Consumo	Abbigliamento	Bar	Fast-Food
Mobile Payment				✓	✓
Mobile Couponing	✓	✓	✓		
Mobile Loyalty	✓	✓	✓	✓	
Mobile Flashsale	✓		✓		
Mobile Nextbuy					
Ping Mobile					

Mobile couponing: che cos' è?

Uno strumento di marketing per fronteggiare la crisi di consumi e fiducia che caratterizza l'attuale scenario economico:

- I volumi sono cresciuti del **5% dal 2012** ad oggi
- Il numero delle aziende che fanno ricorso al couponing aumenta dell'**8%** all'anno
- Il 24% dei possessori di smartphones hanno utilizzato il loro telefono per ricevere coupons o particolari deals.

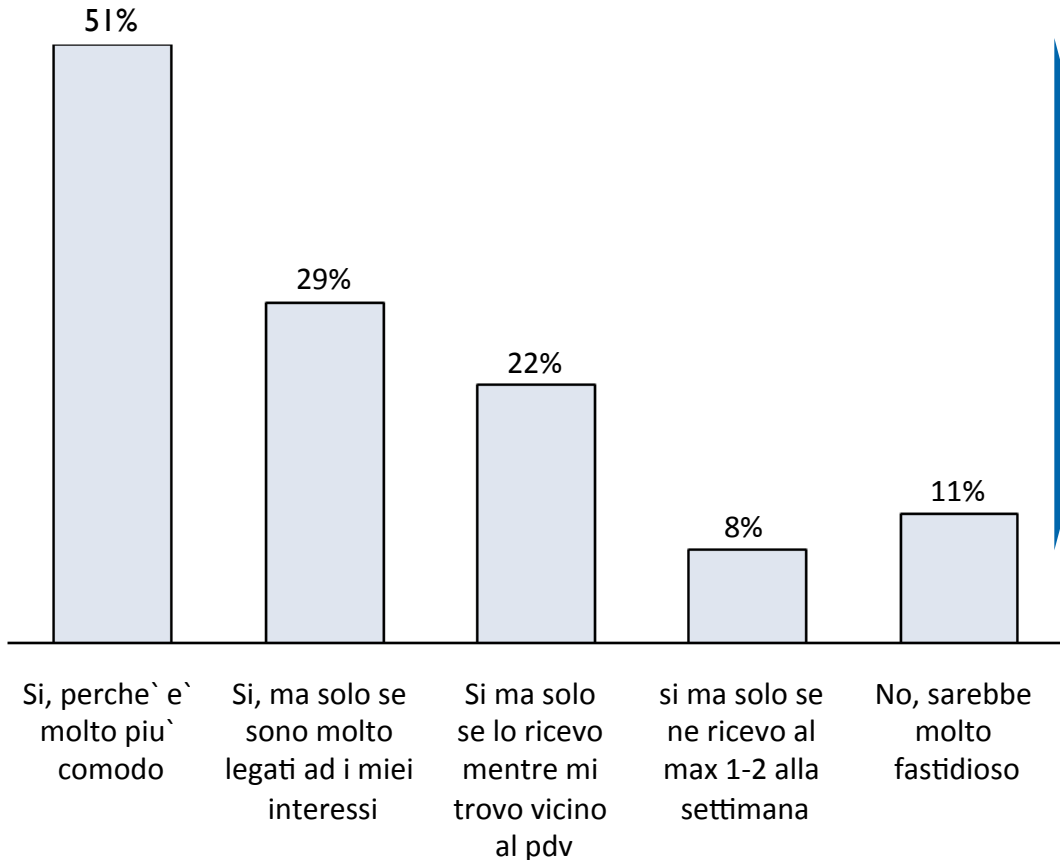


L'Italia inoltre si conferma al top in Europa (insieme a Francia e Gran Bretagna), per l'utilizzo dei coupon offerti dai Gruppi di Acquisto online.

- In Italia la penetrazione dei gruppi di acquisto online è del 15,5% , contro il 20,6 della Francia e il 17% della Gran Bretagna

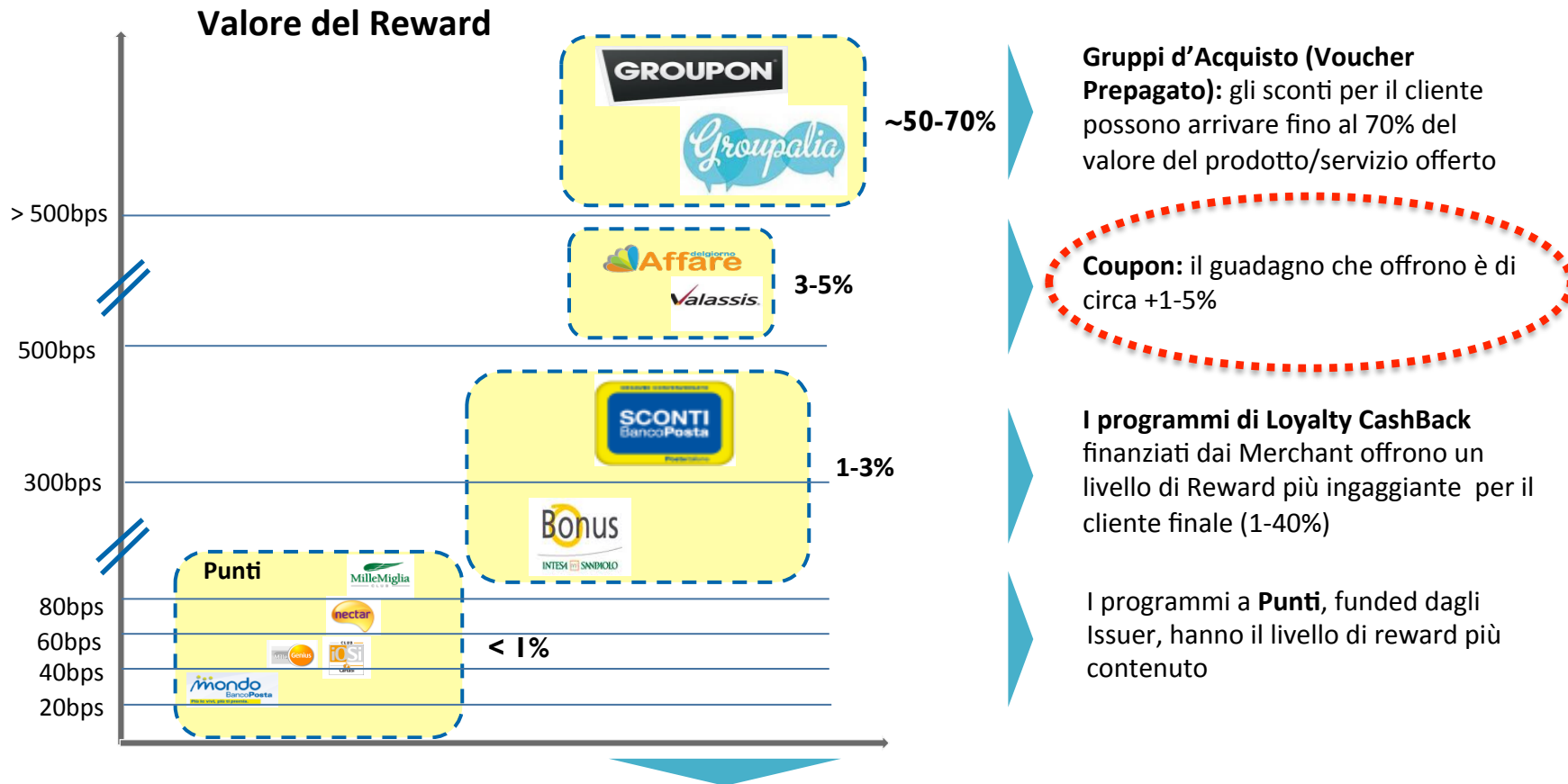
In particolare, i coupon digitali registrano un elevato gradimento da parte dei clienti

Ritieni utile ricevere buoni sconto su cellulare/Smartphone?*



- Il 51% del campione dichiara di voler ricevere Coupon digitali
- Circa il 29% li vorrebbe però profilati sui propri interessi mentre il 22% gradirebbe la ricezione dei coupon in prossimità dei punti vendita
- Solo l'11% non è interessato a riceverli
- Di chi ha ricevuto le offerte il 36% ha utilizzato quasi sempre quelle dello stesso tipo

Livello di rewarding delle differenti iniziative di Marketing



1. **COUPONING COME ACCELERATORE:** Sviluppo di azioni di loyalty a supporto dell'utilizzo delle Carte con l'obiettivo di:
 - Crescita dei ricavi derivanti da utilizzo (IC + giacenza)
 - Diminuzione dell'attrition
 - Aumento del tasso di carte Attive
3. **BUSINESS STAND ALONE**

Mobile couponing: quali vantaggi?



➤ **Visibilità istantanea**

Esposizione immediata verso i propri clienti usando la logica dell'opt – in.

➤ **Offerta Locale**

Ottimizzazione del lancio delle offerte grazie alla leva della geolocalizzazione.






➤ **Real Time Report**

Da subito è possibile capire quale canale sta *performando* meglio e quale prodotto sta ottenendo il maggior interesse dei customers



➤ **CRM a massima conoscenza del cliente**

Possibile raccogliere dati sui clienti che hanno risposto alle offerte.

Le principali Piattaforme variano in base alla modalità ed al canale di interazione con i clienti

Start Up	Caratteristiche
	<ul style="list-style-type: none">• Manda coupons, avvertimenti e informazioni su eventi ai clienti tramite SMS
	<ul style="list-style-type: none">• I consumatori ricevono coupons ed alerts quando si trovano nelle vicinanze di un commerciante convenzionato
	<ul style="list-style-type: none">• Una volta iscritti al servizio I clienti ricevono tramite SMS le offerte last-minute
	<ul style="list-style-type: none">• Invia tramite SMS dei coupons che possono essere letti dai tradizionali POS e credit card terminals
	<ul style="list-style-type: none">• Il cliente deve mandare un messaggio ad un numero dedicato o fotografare un QR code per poter usufruire dei coupon

I Key Players si differenziano in base agli ambiti di intervento di raccolta offerte

Azienda	Caratteristiche
	<ul style="list-style-type: none">• Raccoglie ed aggrega i coupons presenti sul web.• E' specializzato nel settore Moda e clothing.
	<ul style="list-style-type: none">• Sviluppa una strategia di promozione basata sul couponing a diretto contatto con le aziende clienti
	<ul style="list-style-type: none">• Permette al consumatore di registrare un alto numero di membership e reward card e ricevere offerte mirate.
	<ul style="list-style-type: none">• Si occupa della creazione fisica dei coupons, degli strumenti di lettura e dell' analisi dei dati di consumo
	<ul style="list-style-type: none">• Permette l'aggregazione di offerte e coupons nell'ambito del food and beverage
	<ul style="list-style-type: none">• Si tratta di un servizio di coupon sharing. I clienti registrati possono scambiare i coupon che non intendono utilizzare con altri.

Due Casi di Successo ma con viste opposte nel Mobile Couponing: Yowza!! e Ibotta



- Yowza trova automaticamente tutti i coupons e deals per i merchants presenti nell'area dove il consumatore si trova
- Il consumatore non deve cercare i coupons, ma li ha sempre tutti con se
- I consumatori sono al corrente del 100% dei coupons offerti in zona
- Il loading dei coupons è immediato e può essere filtrato per categoria
- I clienti ricevono una notifica quando i merchant preferiti inseriscono nuove offerte
- I coupon divengono un più efficace strumento di marketing in quanto offerti a consumatori che si trovano già in zona



- Una volta aperta la app i clienti vedono le Ibotta Offers nella Product Gallery
- Il consumatore sceglie un'offerta e completa i relativi tasks
- I task possono essere i seguenti: condivisione su facebook, condivisione su Twitter, guardare un video, imparare un fatto, scrivere un post, etc.
- Il cliente perfeziona l'acquisto del bene oggetto dell'offerta
- Il consumatore riceve denaro sotto forma di cash back che viene accreditato sul proprio conto PayPal