

MOBILE PAYMENT:

PAGAMENTI O ECOSISTEMA BANCARIO ?

QUALCHE RIFLESSIONE

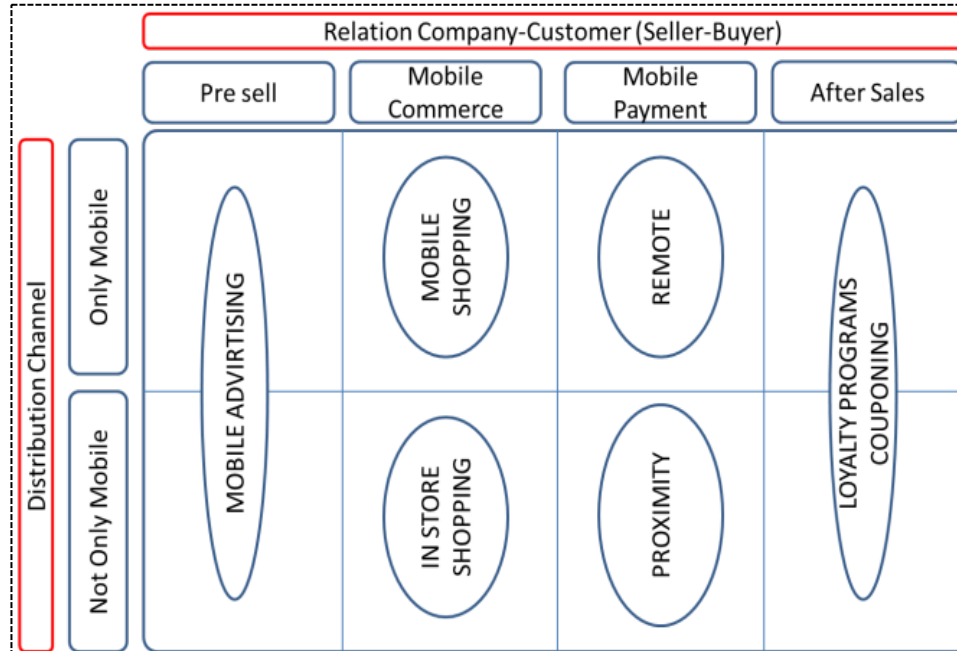
Anna OMARINI

Università L. Bocconi – SDA Bocconi School of Management

Milano, 4 e 5 dicembre 2013

ABI, Carte 2013. *APPagamenti per i clienti*

The mobile value chain



... Serve una mappa per orientarsi:



Quali riferimenti e quale successo/risultati
ricercare

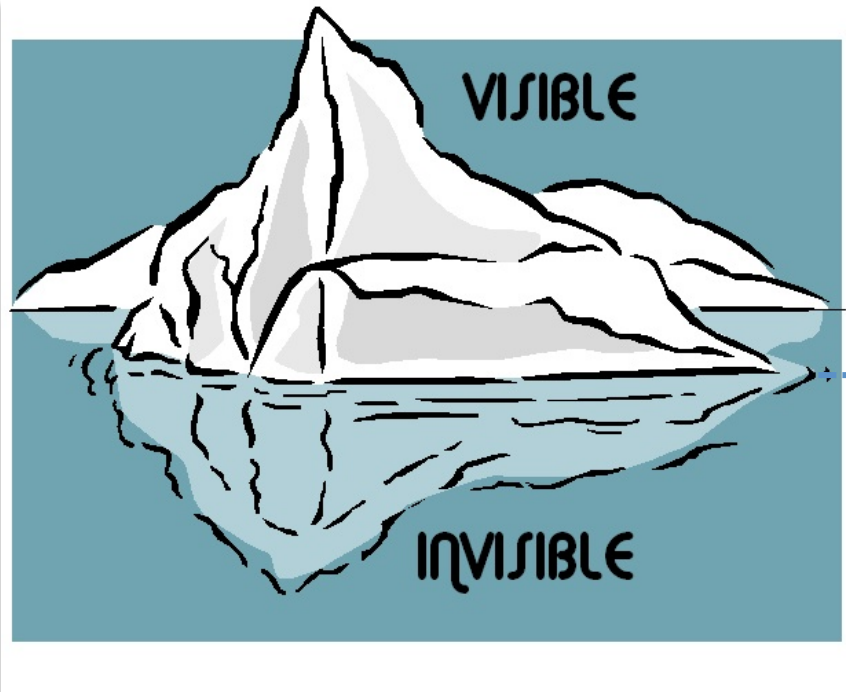
... è il momento delle scelte realmente strategiche

... posizionamenti chiari

... perché gli investimenti fatti e quelli necessari saranno reversibili ?

Chip in ~~the~~ card!

Plastic in the phone



M-payment

- Cosa i clienti ricercano dal loro m-device
- Cosa ricercano in un'operazione di pagamento (prima, durante, dopo)
- Cosa si aspettano in termini di mobility
- Circolarità degli «strumenti/ soluzioni» di pagamento
- Buon fine dell'operazione
- Fiducia nei surrogati monetari
- Stabilità del sistema finanziario

Il rapporto di pagamento nel tempo ... è stato

Banca-Cliente

poi

Banca – Cliente – TLC

... sempre di più sarà

Banca – Cliente – TLC – Retailers ...



Nuovi e antichi problemi !

- Come ridefinire la relazione con i retailers perché cambia la natura del commercio
(manage the info to leverage the customer base)
- Come può cambiare la natura del processo di consumo (money mgmt: spend, sale, live smarter)

Smartphonatics



- Dovrà ridursi la differenza tra pagamenti elettronici e mobili ?
- Chi guiderà il processo di adozione e di evoluzione:
 - il CLIENTE
 - la/e BANCHE
 - ALTRI OPERATORI ...

«CUSTOMER» LIFE CYCLE
«PRODUCT» LIFE CYCLE



M-Payment è sempre più un ecosistema **frammentato**:

- **causa diverse tecniche (di comunicazione, loyalty, ...)** che devono potersi parlare non autoescludersi a vicenda per motivi collegati ai singoli business e alle aree di competenza!
- **sarà utile la presenza di un regista/architetto *super partes* che realizzi l'interesse della persona – cliente**
(nelle sue dimensioni di consumatore razionale, emotivo ed etico)

La SFIDA potrà essere di metodo e culturale oltrechè tecnica e tecnologica, pur avendo, comunque e sempre a disposizione metodi e tecniche specifici per la ricerca quali-quantitativa e per analizzare le necessità e l'efficacia obiettiva dei progetti e programmi di sviluppo dell'mpayment

Grazie per l'attenzione !

anna.omarini@unibocconi.it