

mCommerce

La marcia degli smartphone

ROMA
 Federico Zambelli Hosmer, country manager PayPal Italia, commenta l'indagine presso 2.000 consumatori: "Il 40% delle vendite online avviene tramite dispositivi mobili e il trend è in crescita"

La ricerca ha confermato trend di mercato che già conosciamo bene, vediamo ad esempio come gli acquisti da dispositivi mobili siano un trend in costante crescita - il 40% delle vendite online avviene tramite dispositivi mobili e il restante da web, ma prevediamo anche un ribaltamento di questa percentuale nei prossimi due-tre anni: Federico Zambelli Hosmer, country manager PayPal Italia, il gigante americano dei pagamenti digitali, commenta i risultati di un'indagine sul commercio mobile, mCommerce, commissionata a Ipsos che ha intervistato per conto di PayPal un campione proporzionale di circa 2.000 consumatori (22.000 totale), di età compresa tra 18 e 74 anni, che possiedono o utilizzano uno smartphone e di circa 300-500 influencer o decision maker (4.602 in totale) che accettano pagamenti o vendono prodotti online a consumatori e aziende in 11 paesi. In Italia il 97% dei consumatori effettua acquisti online rispetto al 95% della media globale.

Dall'indagine risulta che PayPal viene percepito come metodo di pagamento preferito dai mobile shopper (45%) perché è visto come metodo di pagamento pratico e sicuro, visto che non c'è necessità di inserire alcuna carta di credito e il pagamento può essere agilmente fatto in mobilità. Le paure di incappare in hacker o phishing rappresenta un ostacolo anche per chi è ben disposto a fare shopping dal cellulare: ben il 22% dei consumatori italiani ha abbandonato una transazione perché il proprio metodo di pagamento preferito non era disponibile. Metodi di pagamento familiari ed affidabili, insomma, contribuiscono alla diffusione dell'mCommerce.

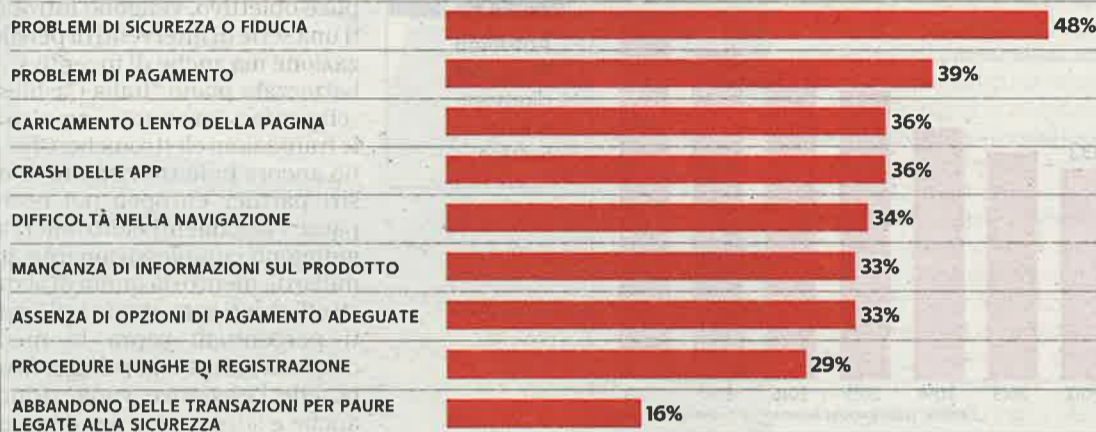
NETWORK

Un fattore di traino lo esercitano i social. Il "social payment", emerge dalla ricerca Ipsos, sta contribuendo moltissimo al cambiamento delle dinamiche di acquisto, considerato che il 43% delle aziende intervistate è in grado di vendere tramite social media, percentuale alta data la relativa novità del servizio. Tuttavia, i consumatori, soprattutto quelli più giovani, la GenZ, non si sentono completamente a proprio agio ad acquistare sulle piattaforme social, dato che preferiscono non collegare le informazioni finanziarie al proprio account, mentre sarebbero molti quelli disposti a farlo se potessero utilizzare un account PayPal per motivi di praticità e sicurezza. «Per questo motivo - continua Zambelli Hosmer - stiamo lavorando per andare in particolare incontro alle esigenze di questa tipologia di consumatori, che ammette di es-

I numeri

LE PRINCIPALI BARRIERE DEL MOBILE COMMERCE

LE PREOCCUPAZIONI CIRCA LA FIDUCIA SONO PREVALENTI PER CIRCA METÀ DEGLI INTERVISTATI



sere più propenso ad acquistare tramite social media se avesse la disponibilità di utilizzare un account PayPal. Si tratta di un target molto caro all'azienda, collaboriamo infatti con alcune università italiane, come ad esempio la Bocconi e il Politecnico di Torino, organizzando incontri dedicati all'educazione digitale».

Tra le novità, PayPal Commerce Platform, una piattaforma che è in grado di offrire alle Pmi una soluzione completa che da una parte abilita i pagamenti dei consumatori, e dall'altra il check-out via PayPal ai venditori. Il tutto con un sistema di

back-end con protezione anti-frode basato su IA e machine learning, autenticazione, compliance delle norme e gestione delle controversie. Una piattaforma che rassicura i consumatori, ma contribuisce anche a colmare il gap da parte dei venditori: solo il 65% delle aziende, infatti, risulta ottimizzato per i pagamenti da dispositivi mobili.

Una curiosità: nel 18% dei casi gli italiani fanno shopping sullo smartphone mentre sono in bagno, una percentuale vicina a quella di Usa e Spagna: il momento ideale e più tranquillo per fare shopping. - a.f.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Federico Zambelli Hosmer
 PayPal Italia



Dan Schulman
 ceo di PayPal big Usa del digitale

ingenico.it

Se è POSSIBILE è Ingenico

Da 40 anni siamo il leader mondiale nelle soluzioni di pagamento elettronico. E non abbiamo intenzione di fermarci.

La nostra strategia è chiara: offrire ai merchant un unico strumento per accettare tutti i metodi di pagamento, permettere agli utenti un'esperienza di acquisto smart e ogni volta nuova, proporre molti servizi a valore aggiunto fruibili dal POS tramite App. Innovazione e progettualità, continuando a guardare avanti. Perché se è POSSIBILE, è Ingenico!

ingenico GROUP

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'invenzione

Plick, come fare il bonifico senza Iban

MILANO

Il fondatore e ad di PayDo, Donato Vadruccio, spiega il sistema snello e intuitivo di versamenti ora al servizio delle banche

Ha innovato l'universo del trasferimento digitale di denaro. PayDo, azienda italiana nata nel 2016, ha sviluppato Plick, un sistema che permette di predisporre pagamenti irrevocabili in Europa (area Sepa) con pochi click. Come funziona? Lo spiega il fondatore e ad di PayDo, Donato Vadruccio: «Il servizio offerto alle banche, agli istituti di pagamento e moneta elettronica di tutta Europa, rende possibile per il pagatore, sia corporate che retail, operare senza conoscere l'Iban del beneficiario, individuando quest'ultimo attraverso il numero di telefono o l'email e delegando lo stesso al completamento, esclusivamente la prima volta, del campo Iban mancante». L'azienda ha puntato su un sistema snello e intuitivo: «Chiunque può ricevere un pagamento Plick, senza essere cliente di un istituto aderente, senza registrazione al servizio e senza bisogno di hardware o software specifici - sottolinea Vadruccio - È un nuovo modo per effettuare pagamenti in mobilità da conto a conto, riportando quest'ultimo al centro». Attualmente il servizio è attivato o in corso di attivazione in diverse banche clienti, di cui sette italiane (tra cui Mediolanum) e una spagnola.

L'azienda italiana, nata a ottobre 2016, ha sviluppato Plick, un sistema che permette di predisporre pagamenti irrevocabili in Europa (area Sepa) con pochi click. Come funziona? Lo spiega il fondatore e ad di PayDo, Donato Vadruccio: «Il servizio offerto alle banche, agli istituti di pagamento e moneta elettronica di tutta Europa, rende possibile per il pagatore, sia corporate che retail, operare senza conoscere l'IBAN del beneficiario, individuando quest'ultimo attraverso il numero di telefono o l'email e delegando lo stesso al completamento, esclusivamente la prima volta, del campo Iban mancante».

L'azienda ha puntato su un sistema snello e intuitivo: «Chiunque può ricevere un pagamento Plick, senza essere cliente di un istituto aderente, senza registrazione al servizio e senza bisogno di hardware o software specifici - sottolinea Vadruccio - È un nuovo modo per effettuare pagamenti in mobilità da conto a conto, riportando quest'ultimo al centro». Attualmente il servizio è attivato o in corso di attivazione in diverse banche clienti, di cui sette italiane (tra cui Mediolanum) e una spagnola. - g.br.

© RIPRODUZIONE RISERVATA