

LA DOPPIA SFIDA CHE DEVI VINCERE AD OGNI COSTO

(se vuoi avere successo con una startup fintech)

CHI SONO

48 anni, giornalista professionista e consulente marketing. Dal 1997 il mio lavoro è
AIUTARE LE AZIENDE E GLI IMPRENDITORI A COMUNICARE CON IL LORO PUBBLICO

Ho iniziato a
MILANO
nella comunicazione
finanziaria

Lavoro in proprio dal
2005
(a Torino)

Sono specializzato
In pmi e startup
TECNOLOGICHE

Primo in Italia nel
2015
ad aprire una *practice* nella
Comunicazione Fintech

Nel 2020 ho scritto
con Enrico Sponza (FCA Bank)



DI COSA VI PARLERÒ OGGI

1. Perché i rettili e Cresco sono un **maledetto problema** per il Fintech.
2. Il modo **semplice e veloce** per far fallire un servizio disruptive.
3. Quali sono le **due parole magiche** che ogni startup dovrebbe ricordare.

Siamo davvero pronti per dire addio al contante?

Siamo quindi un popolo finalmente pronto a fare il passaggio definitivo verso la moneta elettronica? In realtà **non sembra**. Se come detto, ad oggi, sempre secondo le dichiarazioni rilasciate nel corso dell'indagine, **per le piccole spese il 64% degli italiani usa in via esclusiva o preferenziale il contante**.

Dati indagine di "facile.it" riportati in un articolo sul Corriere Economia, 22 ottobre 2020



Due esemplari di "statere" d'oro coniate da re Creso (a destra) intorno al VI sec. a.C., in Lidia



2.600 ANNI



Inserzione pubblicitaria Bank of America (1958)

62 ANNI

La parte "rettiliana" del nostro cervello è abitudinaria e se
gli proponiamo un cambiamento dopo 26 secoli, ci dirà
subito:

NON FIDARTI!

È chiaro a tutti i potenziali utenti il significato di parole come:

CASHBACK

EQUITY CROWDFUNDING

BLOCKCHAIN

CROWDFUNDING

SOCIAL LENDING

DIGITAL WALLET

STRONG AUTHENTICATION

CASHLESS

BUSINESS LENDING

PROPTECH

PAGAMENTI DIGITALI

COLLETTE DIGITALI

PIATTAFORMA/APP

POS VIRTUALE

“Se vogliamo produrre il **CULTURAL CHANGE** uno dei **SUCCESS FACTOR** è la formazione **ON THE JOB** dei **MERCHANT**, che consentirà loro **l'AUTOMATION JOURNEY**.”

- Relatore al Salone dei Pagamenti 2020 -

Tradotto: "Se vogliamo che i negozianti si abituino a usare il nostro prodotto, dobbiamo spiegargli come usarlo, dopo che glielo abbiamo installato in negozio".

LA COMPLESSITÀ IMPEDISCE AI POTENZIALI CLIENTI DI "VEDERE" I
VANTAGGI DI UN SERVIZIO O DI UN PRODOTTO E DI
COGLIERE LE **DIFFERENZE** TRA SERVIZI/PRODOTTI SIMILI.

(e se non vedono i vantaggi e le differenze, NON lo comprano...)

LE DUE PAROLE "MAGICHE"

AUTOREVOLEZZA



CHIAREZZA



AUTOREVOLEZZA

Si costruisce nel tempo attraverso:

- **I MEDIA MAINSTREAM TRADIZIONALI** (sono poco letti, ma considerati molto autorevoli).
- **LO STORYTELLING** (costruire una storia coerente è il presupposto per l'autorevolezza).
- **LA DIVULGAZIONE** (lezioni universitarie, corsi, convegni, ecc.).
- **PARTNERSHIP E COLLABORAZIONI** (accordi con altre realtà autorevoli, fusioni, ecc.).
- **LA VISION** (un obiettivo di ampio respiro contribuisce a creare autorevolezza).
- **I LIBRI** (come i media mainstream, sono poco letti, ma creano autorevolezza).

*I **social network** sono più difficili da sfruttare per l'autorevolezza, perché sono considerati strumenti ludici*

CHIAREZZA

Deve essere un impegno costante su:

- **SITO WEB** (non deve essere "corto" e "veloce", ma DEVE essere **diretto**).
- **COMUNICAZIONE** (tutti gli interventi esterni, anche quelli specialistici, devono essere **semplici**).
- **RISORSE INTERNE** (i collaboratori sono i primi **ambasciatori** del servizio)
- **OFFERTA** (devono essere immediatamente evidenti i vantaggi del prodotto/servizio, **sempre**).
- **TRASPARENZA** (intesa anche come chiarezza sulle **origini** del prodotto/servizio).
- **EMPATIA** (i potenziali clienti devono sentirsi "**coinvolti**" nel messaggio dell'azienda)

**thank
you!**

www.comunicazionefintech.it
marco@comunicazionefintech.it