

# 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)



**MONSTER**



**NOKIA**



ITALIAFINTECH



**SOISY**

## 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**.

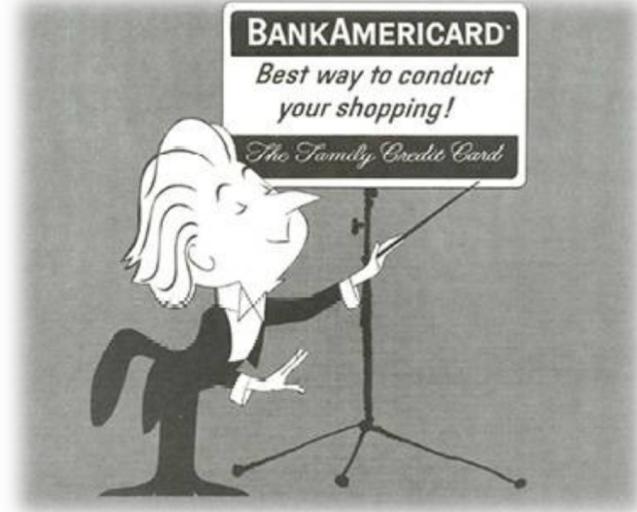
*Dati indagine di "facile.it" riportati in un articolo sul Corriere Economia, 22 ottobre 2020*



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

PROPTECH

BUSINESS LENDING

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 spiegarli 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](http://www.comunicazionefintech.it)**  
[marco@comunicazionefintech.it](mailto:marco@comunicazionefintech.it)