

AMEX: DIGITALIZZAZIONE E CASHLESS AL SALONE DEI PAGAMENTI 2020

MF-Dow Jones News

< Indietro

Amex: digitalizzazione e cashless al Salone dei Pagamenti 2020

05/11/2020 18:56

MILANO (MF-DJ)--American Express, leader globale nei servizi e nelle soluzioni di pagamento, e' main partner del "Salone dei Pagamenti 2020 Payvolution", appuntamento dove l'azienda condivide la propria visione e osservatorio sui trend in atto in tema di evoluzione delle abitudini di consumo e dei pagamenti e il proprio contributo e impegno per la realizzazione della cashless society, consolidando e innovando le iniziative del gruppo per accelerare la crescita dei pagamenti digitali e diffonderne i benefici, e continuare a restituire valore ai clienti.

Nel corso dell'anno, si legge in una nota, si e' assistito ad una spinta verso la digitalizzazione da parte dei consumatori attraverso l'incremento degli acquisti online e dei pagamenti elettronici nei negozi fisici, tendenze che hanno creato nuove abitudini di consumo e pagamento. In particolare, per quanto riguarda l'e-commerce, nella prima meta' del 2020 il 23% del totale della spesa dei consumatori e' avvenuto attraverso pagamenti elettronici, due punti percentuali in piu' rispetto allo stesso periodo del 2019. Anche i mobile payments in negozio hanno registrato una crescita significativa dell'80% rispetto al primo semestre del 2019, mentre le transazioni contactless sono aumentate del 17% (Fonte: Politecnico di Milano, 2020).

Inoltre, dalla ricerca "Gli effetti del lockdown sui consumi: il punto di vista di piccole attivita' e consumatori" commissionata da American Express a Nielsen Media Italia, emerge che la meta' dei piccoli esercizi commerciali dichiara di aver fatturato oltre il 40% tramite il canale online e il 30% di averne aperto uno ex novo durante o subito dopo la fine della fase 1. I negozianti segnalano anche un aumento dell'uso dei pagamenti tramite POS (+46%), via contactless (+43%), e tramite smartphone (+25%).

La spinta alla digitalizzazione da parte degli esercenti e' confermata anche dai dati di American Express che registra un aumento delle richieste di codici e-commerce, a conferma del trend che vede gli esercenti ricorrere sempre di piu' a canali online per il proprio business: +34% da gennaio di quest'anno ad agosto che dimostra una scelta piu' strutturale e che si conferma anche a seguito del periodo del lockdown.

American Express ha messo in campo iniziative per accelerare il processo di digitalizzazione: per contribuire al rilancio delle piccole attivita' commerciali e sostenere la ripresa dei consumi, l'azienda ha lanciato in Italia "Shop Small", programma globale che permette ai Titolari di Carta di ottenere uno sconto di 5 euro in estratto conto su una spesa di almeno 20 euro presso i piccoli esercizi commerciali e che nei primi tre mesi ha visto migliaia di piccole attivita' commerciali e Titolari di Carta American Express aderire alla campagna. All'interno di questo progetto l'azienda ha integrato la piattaforma "Love Local" per offrire ai piccoli esercenti l'accesso a strumenti digitali e approfondimenti per aiutarli a crescere e promuovere le loro attivita' e per dare accesso ad offerte

dedicate che possano aiutarli a gestire al meglio il loro business. Un'altra iniziativa e' l'arricchimento del programma "Amex Offers" con offerte mirate per i titolari di Carta su una selezione di player online attivi in diverse categorie merceologiche, dal pet food al caffè, dai prodotti per l'igiene e la persona a quelli per la casa e offerte dedicate su retail online, intrattenimento e food & beverage. L'impegno di American Express si conferma anche per i clienti B2B che, facendo leva sul modello chiuso dell'azienda, mette in contatto direttamente clienti ed esercenti creando una community, anche grazie alla creazione di una piattaforma "Business for Business" B4B che mette a fattor comune i due network per fare sinergia e generare opportunita' di business. Nel corso dell'anno, American Express ha inoltre aiutato i clienti business e corporate a digitalizzarsi, talvolta anche riconvertendo le proprie linee, consentendo di utilizzare gli strumenti di pagamento per un numero sempre maggiore di forniture (fra cui digital advertising, ICT, servizi professionali).
com/Idc
fine
MF-DJ NEWS

[AMEX: DIGITALIZZAZIONE E CASHLESS AL **SALONE DEI PAGAMENTI** 2020]