

ECONOMIA

A<sup>-</sup> A<sup>+</sup>

Giovedì, 5 novembre 2020 - 16:08:00

## Salone dei pagamenti 2020, Nexi: Pay by Link, Mobile Payment e Social Commerce

Nexi: attività a sostegno del progetto Bonus Cashback, Education e offerte dedicate ai Clienti e agli esercenti delle banche partner

Pietro Cifarelli



**Nexi, Piano Italia cashless: Nexi a supporto delle banche per l'iniziativa bonus cash back**

"La pandemia - ha affermato il **Presidente ABI Antonio Patuelli** - "Sto modificando profondamente la vita di tutti noi. In questo scenario i pagamenti elettronici si sono rivelati, nell'emergenza Covid, più che all'altezza delle attese e soprattutto dell'imprevisto. I cambiamenti sono stati epocali, imprevedibili ed hanno portato ad innovazioni inimmaginabili. Siamo vivendo una rivoluzione".

Queste le forti parole del Presidente ABI all'apertura dei

lavori del **Salone dei Pagamenti 2020**. Evento organizzato da ABIServizi dedicato all'evoluzione dell'industria dei pagamenti e ai relativi scenari innovativi. Tre giorni di incontri, workshop e networking con più di 10 sale conferenze digitali da esplorare liberamente attraverso una mappa 3D navigabile, 37 sessioni di dibattito, 22 workshop e oltre 200 relatori per più di 70 ore di interventi.

Nella seconda giornata del **Salone dei pagamenti 2020** durante il workshop: "**Piano Italia cashless: Nexi a supporto delle banche per l'iniziativa bonus cash back**" sono state presentate le attività a sostegno del progetto **Bonus Cashback** promosso dal **Governo italiano**. L'Education e l'offerta dedicata ai clienti e agli esercenti delle banche partner sono stati i temi principali affrontati da **Andrea Mencarini, Cards & Digital Payments Director, Nexi** e **Enrico Trovati, Direttore Merchant Services & Solutions, Nexi**, che hanno tenuto il workshop digitale.

**Nexi** si inserisce con tante attività a favore dei **pagamenti online**, in un contesto di trasformazione dei comportamenti del consumatore che con il cambiamento dei bisogni degli esercenti dovuto alla pandemia hanno permesso un'accelerazione nella **digitalizzazione dei pagamenti**, oltre alle novità formative del governo con il piano Cashback.

**Salone dei pagamenti 2020, Nexi: le dichiarazioni di Andrea Mencarini**

**Andrea Mencarini**, Cards & Digital Payments Director, **Nexi**: "L'obiettivo del workshop è quello di mostrare cosa abbiamo realizzato e cosa stiamo per realizzare e illustrare quali saranno i prossimi passi in relazione alle ulteriori novità normative.

C'è stata un'importante accelerazione che probabilmente ha recuperato 3 o 4 anni di **pagamenti digitali** che avrebbero raggiunto comunque questo livello, ma con ritardo.

Accelerazione dovuta all'emergenza sanitaria, alla fase di lockdown e al distanziamento sociale, che ha portato i titolari di carte ad utilizzarle sempre di più. **2 milioni di carte** si sono risvegliate e hanno fatto la prima unica **transazione e-commerce**, altrettanti non sono riusciti a fare queste operazioni perché non avevano ancora attivato i sistemi sui quali si è cercato di recuperare nella fase post lockdown.

Una grande domanda ha colpito tutti noi: **il contante è veramente o no portare del virus?** Nel dubbio meglio non averlo. In più c'è il tema del distanziamento: preferisco tenere un pagamento personale e toccare meno contanti possibili, avvicinandolo a un **POS**.

I **Mobile Payment** hanno visto una crescita significativa raddoppiando il numero di transazioni, prima del lockdown ogni titolare faceva 10 transazioni ogni 100, siamo arrivati al **25% delle transazioni in modalità mobile**.

Nella fase di pre lockdown c'era la lotta al **micro pagamento**, con cartelli che disincentivavano al pagamento per ticket un po' per un falso mito del costo troppo elevato delle micro transazioni, a partire dai principali sostenitori del cash si è andato in un'altra tendenza. Sono state fatte attività di miglioramento per far sì che il micro pagamento fosse rapido e veloce e senza creare file. Un grande lavoro è stato fatto **nel supporto di attività di digitalizzazione dei commercianti** attraverso la fornitura di strumenti che modernizzavano la rete di accettazione. Per quanto riguarda i consumatori, hanno aiutato gli interventi normativi, che sono epocali, come la riduzione al limite dei contanti, la detraibilità fiscale che può essere detratta garantendone la tracciatura. Il credito in posta fino al 30% per l'accettazione di carte di pagamento e anche la fatturazione elettronica ha favorito una integrazione nella soluzione di incasso. Determinati settori merceologici ad oggi ci hanno portato ad avere una foto post lockdown con percentuali di crescita del 50% o 51% per esempio per le spese di cura.

**L'infrastrutturazione degli elementi necessari per l'accettazione** e l'attività della banche partner nel concedere ai clienti strumenti di pagamento doveva modernizzarsi per seguire queste esigenze.

La proroga dei micro pagamenti assume un sapore forte se pensiamo alla fatica che è stata fatta nel cercare di trovare un accordo a livello sistemico, noi abbiamo raccolto lo stimolo del governo, per far sì che tutto il sistema vada nella stessa direzione.

Sull'iniziativa cash back abbiamo da lavorare sulla componente consumatori. Bisogna riflettere su una cosa, da addetti ai lavori le cose da fare non ci spaventano ma nei panni dei consumatori la lettura che dà all'iniziativa è semplice: spendi e ti restituiamo il 10% fino a un massimo di 150 euro. Bisogna avere l'identità SPID, accedere in un app, registrare le carte, registrare l'iban.

Possiamo trovare persone, però, che non saranno andati in profondità dell'iniziativa, l'education quindi diventa fondamentale."

Continua **Andrea Mencarini**, concludendo il suo intervento: "L'**education** sul cliente finale vuol dire rivolgersi a tutti i titolari delle nostre **banche partner** andando a collezionare le informazioni più semplici e possibili per guidarli in quello che sarà il periodo di prova che dovrebbe essere confermato per dicembre. Dobbiamo esser pronti affinché i clienti abbiano avuto tutte le indicazioni necessarie per capire come fare ad accedere al **cash back**. Dobbiamo avere contezza del fatto che non è così scontato capire come accedere al piano.

Il tema dell'education è, appunto fondamentale, - continua Mencarini - stiamo lavorando per poter comunicare chiaramente le modalità del piano cash back, ovviamente ci sono anche altri clienti, per noi è importante lavorare in questo mese di novembre, sfruttando il periodo, sulle operazioni a distanza per poter lavorare su chi non risulta essere titolare di uno strumento di pagamento. Bisogna lavorare con i clienti per poterli mettere in condizioni di avere lo strumento idoneo per accedere a questi servizi.

Siamo convinti che più rendiamo semplice la vita al cliente su come accedere al piano cash back e più semplice sarà per noi rispondere ad una richiesta di chiarimenti.

Quello che ci sentiamo di dire è che **Nexi** ha voluto mettere sul tavolo tutta una serie di iniziative per

essere vicino alle banche e ai clienti in termini di informazione e di offerta."

## Salone dei pagamenti 2020, Nexi: le dichiarazioni di Enrico trovati

**Enrico Trovati**, Direttore Merchant Services & Solutions, **Nexi**: "Credo che negli scorsi mesi si sia creato un **contesto ideale** in cui alcune iniziative governative, la sensibilità dei consumatori e alcune reazioni emergenziali da parte di imprenditori che hanno messo la creatività allo sviluppo della propria attività, cercando alternative al normale commercio fisico, in cui la cosa più rilevante è il **cambiamento culturale** all'approccio dei **pagamenti digitali**. Il pagamento si è amplificato con **contactless** e **Mobile Payment**, il fatto di non toccare qualcosa di materiale, ha generato un'accelerazione del comportamento che è stata assecondata dai commercianti per minimizzare gli affollamenti nei punti vendita ed essere capaci di **incassare a distanza**.

Un primo tema è stato un revamping molto elevato della domanda del **Mobile POS** che si è mosso in quantità da 3 a 4 volte superiori alla norma. È stato un cavallo di battaglia, per caratteristiche dell'offerta, **l'assenza di canone**, l'unica commissione, e poterlo reperire non solo presso le filiali ma anche **online**, ma è stato un elemento formidabile per la versatilità che ha permesso ai merchant di trovare un servizio migliorato per le proprie attività. Molte attività facevano consegne a domicilio evitando di appoggiarsi alle grandi catene che permettono il pagamento attraverso app, trattenendo però una quota rilevante a sostegno della piattaforma. Molti commercianti, quindi, si sono messi in moto con la propria rete per contattare i clienti e far sapere che erano in grado di effettuare consegne con pagamenti tramite **Mobile POS**.

Anche dentro i punti vendita c'è stato un utilizzo del Mobile POS per non concentrare la clientela al solo punto cassa, così come è comune trovarlo.

**Mobile POS** è stata una delle chiavi per le **banche partner** e i **clienti di Nexi**. Nel prossimo mese si vedrà un rilancio dal punto di vista tecnologico ancora più facile da usare.

Il secondo elemento è il servizio **Pay by Link** che permette di incassare a distanza. È stato un complemento di **e-commerce artigianale**, la domanda è stata di oltre 2 volte sull'apertura di siti e-commerce con pagamento **Nexi**. L'adozione di pagamenti a distanza con la richiesta degli esercenti della nostra **Customer Base** con Pay by Link, è aumentata di 9 volte. Ci sono 9 volte più clienti rispetto allo scorso anno abilitati a incassare a distanza. **Pay by Link** è permesso a tutti i possessori di **POS Nexi**. Per facilitare l'adozione del servizio basta aprire l'app **Nexi business** e fare un click sulla richiesta della attivazione del servizio. Non vi è alcun costo aggiuntivo e le commissioni sono esattamente quelle applicate al POS.

L'adozione di questo servizio è stata eterogenea perché nella semplicità ogni settore ha trovato la sua forma di applicazione. Il mondo della **ristorazione** e della **consegna a domicilio**, per esempio ha usato questa tipologia, è stato usato anche nel mondo dell'assicurazione, che ha fatto grande utilizzo di questo servizio per riscuotere incassi periodici dei clienti. Anche nel settore alberghiero, vista la minore disponibilità di posti, a prenotazione raggiunta potevano emettere questo link di pagamenti per incassare il prepagamento.

Ultimo utilizzo di questo servizio si riferisce alle **categorie professionali** (avvocati, medici, amministratori di condominio) che hanno una **componente burocratica** nella loro professione nel dover sollecitare i pagamenti. Questo strumento è stato utile per procedere al sollecito del pagamento in maniera più fattiva perché nel messaggio di sollecito compariva anche il link per poter pagare direttamente.

**Pay by Link** ha contribuito alla **democratizzazione dell'e-commerce**, anche i piccoli merchant si sono trovati nella condizione di avviare una forma di e-commerce riuscendo a fidelizzare la clientela effettuando un servizio che non era prima nelle loro disponibilità

Il terzo tassello di questo tema completa la tematica dell'utilizzo di **strumenti digitali** per aumentare le vendite in periodi dove tutto è più attento all'utilizzo di canali digitali, parliamo del **Social Commerce** che consente di sfruttare in maniera semplice, dal proprio smartphone la rete dei contatti per pubblicizzare i propri prodotti.

Abbiamo due sottocategorie del software che si ricollegano a due macro famiglie: il primo è coloro che dispongono di un proprio catalogo prodotti; a loro è dedicata la versione **Easy Delivery** che permette di pubblicare sui social il catalogo prodotti e di provvedere alla consegna a domicilio senza passare da intermediari, con un'immediata possibilità, attraverso Pay by Link, di integrare il pagamento a distanza.

A complemento di questa modalità, quando il commerciante già conosce il cliente, può veicolare le offerte sul proprio canale di comunicazione raggiungendo in maniera più diretta la clientela, evitare i pagamenti su piattaforme e incassarli direttamente, sempre attraverso Pay by Link. È un'arma formidabile per lo **sviluppo digitale**, per i piccoli commercianti, che permette di raggiungere in maniera molto efficace la propria clientela. **Easy delivery** è la tipologia di offerta per tutti coloro che hanno un catalogo di prodotti.

C'è anche una categoria per chi produce un servizio di prenotazione con **Easy Calendar**, dove puoi pubblicare un listino di servizi e un'agenda in modo che sia il consumatore a scegliere il servizio e l'appuntamento e prepagare la prestazione tramite il link.

Questi servizi permettono di avere una flessibilità e un'efficacia nella promozione delle vendite a distanza anche quando il punto vendita è chiuso, portando un sostentamento a queste categorie. Questi sono stati i tre elementi sviluppati in chiave dei mesi passati.

La cosa che mi ha più colpito - afferma a conclusione del workshop **Enrico Trovati**, Direttore Merchant Services & Solutions, **Nexi** - è che si è riusciti per la prima volta, grazie al supporto dei nostri partner e per una maggiore sensibilità del mondo consumatori a lavorare su tecnologie innovative, che erano già latenti e disponibili e che hanno trovato grande riscontro in particolare da parte dei piccoli mercati. Parliamo di decine di migliaia di commercianti che hanno adottato questi servizi in pochissimi mesi."

Loading...

Commenti

TAGS:

salone dei pagamenti 2020

salone dei pagamenti nexi

nexi pay by link

nexi pagamenti digitali

nexi mobile pos

nexi social commerce

mencarini nexi

trovati nexi

## Le Aziende ai tempi del Coronavirus

- **Salute dei lavoratori, Generali Italia lancia "Attiva Welfare"**
- **TIM: alleanza con le università italiane per sostenere la...**
- **BNP Paribas in italia: test sierologici gratuiti ai dipendenti**