

Niente carta e niente contanti: basta un link

DEDICATO INIZIALMENTE AI MERCHANT CHE NON SI ERANO ANCORA DOTATI DI UN SITO DI E-COMMERCE, IL PAY BY LINK SI CONFERMA UNO STRUMENTO SEMPRE PIÙ UTILIZZATO DA COMMERCianti E CONSUMATORI

Da strumento di emergenza a nuova abitudine. Il Pay by link è uno strumento nato nel pieno del lockdown che si è fatto strada nelle abitudini di pagamento tra merchant e clienti. Offrendo la libertà di pagare con un semplice link sia in presenza sia a distanza. Lo dimostrano i numeri a cavallo tra il 2020, che segna l'inizio dell'emergenza sanitaria Covid, e il 2021, l'anno ancora in corso che dovrebbe traghettarci verso il "new normal": sono migliaia le adesioni pervenute dai merchant, il numero di link inviati ai clienti è cresciuto a doppia cifra e il ticket medio ha subito una reale impennata.

Pagamenti digitali per la business continuity

D'altronde, «l'accettazione dei pagamenti digitali è diventata una vera e propria leva strategica per garantire la continuità del business di molti esercenti nel periodo di lockdown – afferma Veronica Bertollini, Responsabile Marketing Strategico di Banca di Credito Popolare – e la nostra Banca si è attivata tempestivamente, accelerando le proprie strategie in ambito "monetica"

nell'ottica di supportare la continuità operativa dei propri clienti merchant e assecondare i nuovi comportamenti di spesa della clientela. È stato strutturato un Piano di Sostenibilità Digitale a favore degli esercenti con numerose iniziative relative ai Sistemi di Pagamento. Il catalogo prodotti è stato arricchito con nuovi servizi e soluzioni innovative per rendere ancora più efficace il rilancio delle attività commerciali dentro e fuori dal punto vendita: Welcome Pos, Pay by link, XPay sono solo alcuni esempi, insieme a tante proposte per ripartire in sicurezza e gestire al meglio le nuove opportunità di mercato, offrendo un ulteriore supporto ai merchant in prima linea e a tutti coloro che ci hanno richiesto strumenti evoluti per la vendita online».



@ Veronica Bertollini,
Responsabile Marketing Strategico di Banca
di Credito Popolare



@ Andrea Massitti,
Head of corporate and small business
di Banca Sella

BCP: crescono i link e l'importo medio

Dopo una prima fase di lancio, il numero dei merchant che hanno aderito al servizio Pay by link offerto da BCP è in fase di forte crescita, con circa 760 pre-autorizzazioni e molti convenzionamenti in atto. «Anche il numero dei link è aumentato del 36% nel primo semestre 2021 rispetto all'anno 2020 – continua Bertollini. Infine, l'importo medio dei ticket nel 2020 era di 89 euro, mentre nel 2021 è salito a 506 euro. Il positivo trend conferma la value proposition adottata che, unita a una maggiore sensibilità in termini di cultura digitale, ci fa convergere verso nuove iniziative e investimenti in soluzioni sempre più innovative di accettazione dei pagamenti a distanza».

QR Code o link via email?

Anche Banca Sella ha portato il Pay by link nelle mani dei propri clienti impresa, grazie alla soluzione di Axerve, che prevede due modalità di pagamento: attraverso l'invio di una mail all'indirizzo del cliente, oppure tramite la scansione

di un QR Code sul telefono dell'esercente, per procedere direttamente con il pagamento. «Dal lancio del servizio, avvenuto a giugno 2020, sono stati attivati oltre 3mila servizi Pay by link che gestiscono un totale di più di 3.800 store – precisa Andrea Massitti, Head of corporate and small business di Banca Sella. Inoltre, sono state effettuate circa 250mila transazioni, per un volume di oltre 33 milioni di euro e uno scontrino medio dal valore superiore ai 130 euro».

Dalla comunicazione...

I numeri di questo servizio dimostrano come il Pay by link abbia fornito una valida alternativa per i pagamenti, che potevano essere a distanza, senza contatto e in tutta comodità e sicurezza sia per l'esercente sia per il cliente. «A questo abbiamo aggiunto una campagna di informazione diretta sui nostri clienti – continua Massitti –, una attività commerciale da parte della nostra rete e degli esperti di economia digitale. Oltre a un buon passaparola tra i nostri clienti».

... alla educazione dei merchant

Certo, al lancio del servizio non sono mancate criticità, soprattutto perché il Pay by link era rivolto agli esercenti che non solo dovevano garantire continuità al loro business ma soprattutto a quel-

li che ancora non erano operativi nel commercio online. «La leva commerciale è stata, quindi, quella di educarli all'utilizzo di questi strumenti innovativi, puntando sulle caratteristiche e peculiarità operative del servizio e sull'opportunità di continuare a operare in piena fase emergenziale e di ampliare il proprio business – racconta Bertollini. Le criticità iniziali, dettate dal fatto che alcuni esercenti sono meno avvezzi al digitale, sono state in breve tempo superate facendo capire loro che bastava riferirsi all'esperienza maturata nel privato, impegnandosi a portarla anche nella propria attività commerciale, per avviare un processo di trasformazione del modello di distribuzione e rispondere meglio alle mutate esigenze di mercato».

La formazione parte dalla banca

Ovviamente, accrescere la cultura digitale dei merchant non è semplice. «Abbiamo dovuto prima investire in tanta formazione interna – dichiara Bertollini –, con sessioni dedicate ai pagamenti digitali per i nostri gestori di filiale. E tanto abbiamo fatto, e stiamo facendo, anche in termini di educazione finanziaria nell'ottica di favorire la conoscenza dei pagamenti digitali ai vari target di clientela».

EDUCARE AL PAGAMENTO, SENZA LIMITI DI ETÀ

L'educazione finanziaria ha un ruolo importante per lo sviluppo dei nuovi strumenti di pagamento digitali. E Banca di Credito Popolare ha quindi attivato una serie di iniziative rivolte sia ai giovani sia ai senior. «Lo scorso ottobre, in collaborazione con Feduf e il nostro partner Nexi, abbiamo visto la partecipazione di oltre 300 studenti degli Istituti superiori all'evento "Pay like a Ninja, alla scoperta delle nuove frontiere digitali" – racconta Bertollini. L'iniziativa ha riscosso un forte interesse tra i ragazzi. Ma abbiamo messo in campo tantissime iniziative anche a favore dei senior per accompagnarli nell'utilizzo dei nuovi strumenti».



La rinnovata sede di BPPB



Ascoltare il cliente per migliorarsi

E nel futuro, ci si aspetta che il Pay by link, insieme a tutti gli innovativi strumenti di pagamento digitali at-

tivati durante la pandemia, continui a crescere e a evolversi. «D'altronde, i nostri servizi sono in costante evoluzione. Ma la raccolta dei feedback dei nostri clienti è il modo migliore per capire come il servizio possa essere migliorato – conclude Massitti.

BANCA POPOLARE DI PUGLIA E BASILICATA IN PRIMA LINEA CON PLICK

La Banca Popolare di Puglia e Basilicata sta ponendo molta attenzione all'evoluzione tecnologica: l'innovazione in campo digitale è stata, infatti, il leitmotiv dell'ultimo biennio. La BPPB è stata, ad esempio, la prima banca popolare ad aver aderito a Plick, il servizio ideato e sviluppato dalla startup FinTech italiana PayDo che consente di inviare denaro a chiunque in Europa. In modo sicuro, tracciabile, irrevocabile e senza conoscere le coordinate bancarie del beneficiario. Questo servizio, facile e immediato, consente infatti di effettuare pagamenti digitali a chiunque conoscendo il solo numero di cellulare o l'indirizzo email del destinatario e può essere utilizzato per pagamenti business o retail anche per importi elevati. Questa funzione è stata integrata nella piattaforma di internet Banking BPPB+ e nella App Connecta Open, fiore all'occhiello del 2020. Connecta Open, progettata in una logica di ecosistema, è un portafoglio digitale che consente ai titolari di conti correnti, anche di altri Istituti, di aggregarli in un'unica app. Un progetto innovativo che ha ricevuto il riconoscimento "Premio per l'Innovazione 2020" conferito da ABI e, successivamente, il "Premio dei Premi", istituito su concessione del Presidente della Repubblica Italiana.

BPPB è stata la prima banca popolare ad aderire al servizio Plick della FinTech PayDo

L'ascolto delle loro esigenze rimane quindi la strategia essenziale per capire come procedere per sviluppare nuove funzioni che possano soddisfare le loro esigenze».

G.C.