

Tecnologia&Digitale

HI TECH

Dall'assegno al «mobile wallet»

Anche nel settore assicurativo cresce l'interesse verso il mondo del pagamento in mobilità

Guarniero Messersi

Gli strumenti di pagamento digitale, ovvero i software, le app e gli apparecchi che consentono di effettuare transazioni di denaro usando lo smartphone o il computer, sono ormai una realtà consolidata in moltissimi settori del mercato. Con il telefonino possiamo pagare al supermercato, fare

il pieno dal benzinaiolo, comprare l'abbonamento del bus. I biglietti del treno e persino raccogliere i soldi per organizzare una grigliata tra amici. Era inevitabile che a questa offerta così ampia di

opportunità si aggiungessero prima o poi anche i servizi assicurativi. Anzi, a dire il vero, pur se tradizionalmente conservative, alcune compagnie di Assicurazione questa volta hanno giocato

Moneta corrente addio?

I nuovi sistemi di pagamento digitale consentono di dematerializzare tutte le transazioni



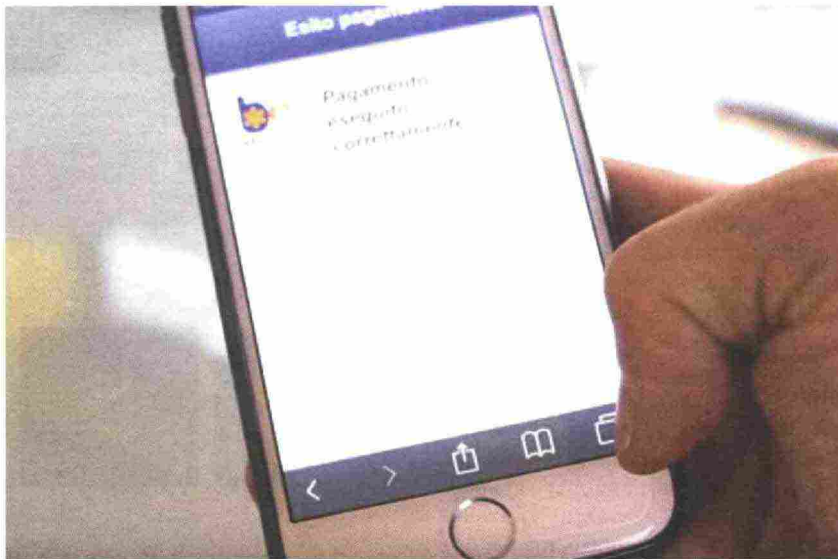
56

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Basta un touch

Con le piattaforme studiate ad hoc è possibile collegare il proprio conto o la propria carta di credito e pagare con un gesto

d'anticipo e nella maggior parte dei casi hanno saputo approfittare delle possibilità di «semplificazione» offerte dai pagamenti digitali, ben prima di altri soggetti. L'interesse dimostrato è stato così evidente da aver attirato l'attenzione di alcune aziende che producono soluzioni e piattaforme di digital payment e averle indotte a proporre soluzioni ad hoc per il mondo assicurativo. È il caso del consorzio Movincom, una delle realtà più grandi in Italia ad occuparsi di pagamenti mobili (dall'inglese «mobile payments» o «mPayments», ossia i pagamenti digitali che avvengono attraverso smartphone) che ha sviluppato soluzioni dedicate al settore. La prima - Insurance Smart Payment - è una piattaforma «pronta all'uso» progettata per consentire agli agenti di condurre attraverso un solo device, il loro tablet, tutto il processo di gestione del cliente, dal preventivo alla stipula della vendita per mezzo della firma certificata grafometrica, senza doversi dotare di ingombrante strumentazione come numerosi Pos. Utilizzando questo canale l'agente può sfruttare tutti i vantaggi del mpayment i termini di comodità, semplicità e sicurezza, mantenendo sempre la relazione vis a vis con il cliente. Le altre soluzioni proposte dal Consorzio, che ha la propria sede a Torino, città famosa di certo più per l'industria che per il digitale, ma che negli ultimi anni ha saputo cambiare la propria vocazione trasformandosi in uno dei centri più vivaci dell'innovazione italiana, prevedono l'integrazione del pagamento Bemoov (il circuito di mobile payment creato dallo stesso Consorzio Movincom) direttamente nell'app della compagnia attraverso il plug-in Bemoov. Oppure l'invio al cliente, in prossimità della scadenza della polizza, di un sms contenente un paylink dal quale è possibile comodamente completare il pagamento con una user experience semplice e sicura. Sempre attraverso questi strumenti, la compagnia può inoltre gestire e rafforzare la relazione con il cliente utilizzando notifiche push e sms pre e post sca-

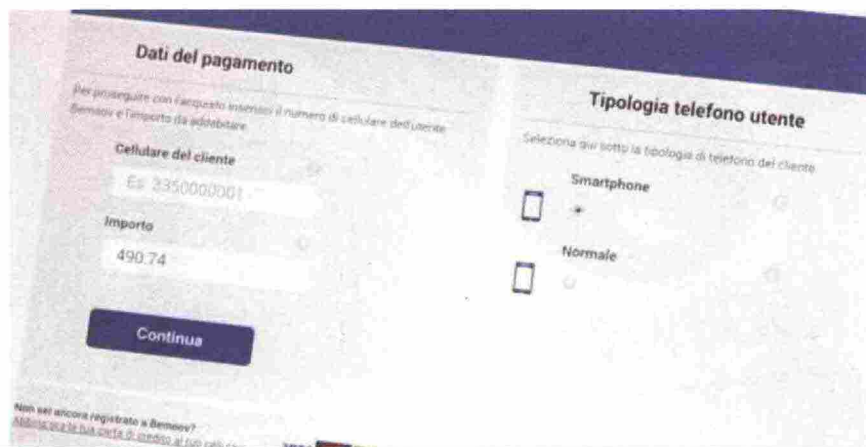


denza polizza. Vittoria Assicurazioni ha recentemente adottato entrambe le soluzioni ed offre ai clienti della compagnia una serie di servizi utili tra cui la visualizzazione delle scadenze (con notifiche) e la possibilità di pagare le rate delle polizze tramite l'app MyVittoria utilizzando naturalmente il circuito Be-

moov. L'attività delle compagnie sul versante del digital payment, però non si ferma alle applicazioni, lato utente o lato business che siano. Molte grandi realtà si stanno guardando intorno e stanno facendo ricerche, per comprendere come sviluppare un sistema di digital e mobile payment proprietario. La possibilità di realizzare un circuito di pagamento a marchio della compagnia, da gestire come si vuole e soprattutto da offrire ai propri clienti - negozi, ristoranti e locali, ma anche professionisti e lavoratori autonomi - per metterli in grado di accettare pagamenti digitali, sembra essere l'obiettivo di medio periodo di molte realtà del settore assicurativo e bancario. Un servizio di questo genere, in effetti, garantisce molti ritorni in termini non solo economici, ma anche di fidelizzazione del cliente, di marketing, di allargamento del bacino di utenza e



La prima Insurance Smart Payment è stata progettata per migliorare l'interazione fra gli agenti e la loro clientela



L'esempio

L'app messa a punto dalla Compagnia **Vittoria Assicurazioni**, che permette di pagare le polizze attraverso il plugin di Bemoov



molto altro. Il dilemma che i CEO delle grandi compagnie e degli istituti bancari interessati a dotarsi di strumenti di mobile payment stanno affrontando riguarda la realizzazione della piattaforma. La scelta è tra sole due opzioni: Sviluppare ex novo una propria piattaforma di pagamento, facendosi carico dei costi di produzione e di mantenimento o acquistare un sistema «già pronto», risparmiando molto tempo e risorse e per di più accedendo a un pubblico già fidelizzato in precedenza. Ogni soluzione ha i suoi pro e i suoi contro, ma per ora la direzione intrapresa dalle realtà che si sono già attivate, sembra essere quella dell'adozione di piattaforme esistenti. Tra i pochissimi in grado di offrire soluzioni in tal senso a banche ed assicurazioni troviamo ancora una volta il consorzio Movincom, con la propria piattaforma Wallet Bemoov. E se a questo punto state iniziando a pensare che questo articolo sia «di parte», poichè citiamo sempre le stesse realtà, tenete conto che in Italia il digital payment è ancora in una fase relativamente embrionale e i soggetti in grado di dare servizi di di-

gital payment b2b a grandi aziende e assicurazioni si contano si e no sulle dita di una mano. In ogni caso la piattaforma Wallet Bemoov offre alle compagnie e alle banche l'opportunità di diventare emettitori di wallet (dall'inglese portafoglio o «borsellino», è il sistema che

abilita il cliente a ricevere ed effettuare pagamenti digitali) a proprio brand e titolarità. In questo modo si evitano tutti i costi di sviluppo necessari a costruire da zero un circuito e si può approfittare anche degli esercenti che vendono servizi o beni, già attivi all'interno del circuito (in Bemoov sono già disponibili oltre 1.200 servizi diversi). In poco tempo, un paio di settimane, secondo le dichiarazioni del produttore e con una spesa relativamente contenuta, si può quindi iniziare a offrire, ai propri clienti, servizi di mPayment a proprio marchio su un circuito collaudato e funzionante. Chi emette il wallet, cioè chi offre il servizio, ottiene vantaggi economici dalle transazioni che i propri utenti fanno su altri esercenti, esattamente come accade sui circuiti di carte di credito per gli emittenti, ad esempio. In più la piattaforma Wallet Bemoov dispone di un Payment Gateway multi-acquiring integrato, in grado di generare risparmi tra il 20% e il 30% sulle transazioni con carte di credito. Inoltre l'emittente del wallet ha la possibilità di tracciare un profilo dei propri clienti, imparando a conoscerli e a conoscerne le necessità. La disponibilità di simili informazioni apre a strategie di marketing che stanno diventando una realtà sempre più affermata e che a breve si imporranno come condizione necessaria per riuscire a competere sul mercato. Infine, tra i vantaggi che si ottengono a emettere wallet, ma anche ad utilizzare pagamenti digitali, se si è dei normali commercianti o professionisti, c'è la fidelizzazione. Le iniziative possibili in questo senso sono numerose: dalla possibilità di offrire un cashback ai clienti più affezionati, fino a quella di offrire promozioni e sconti ritagliate sulle esigenze di chi utilizza il wallet della compagnia. L'entrata delle assicurazioni in questo mercato è ancora un processo aperto e i wallet assicurativi non ci sono ancora. Siamo solo agli inizi. Non resta che aspettare per capire come evolverà la situazione e capire chi, per primo, deciderà di tentare questo salto. ■

Una realtà in espansione

Sono sempre di più i beni e i servizi che si possono pagare attraverso gli strumenti digitali

