

Articoli Selezionati

SISAL

ILFOGLIO.IT	1 #DigitalHybrid. Come consumano gli italiani nell'era digitale	...	1
NOTIZIE.TISCALI.IT	1 Santacroce: SisalPay, tra digital hybrid e moneta elettronica	...	3
ASKANEWS.IT	1 Santacroce: SisalPay, tra digital hybrid e moneta elettronica	...	4
CONTATTONNEWS.IT	1 Santacroce: SisalPay, tra digital hybrid e moneta elettronica	...	5
HELPCONSUMATORI.IT	1 Consumi, SisalPay: si va verso modelli ibridi tra online e canali fisici	...	6
LETTERA43.IT	1 Santacroce: SisalPay, tra digital hybrid e moneta elettronica	...	7
VIDEO.ILSOLE24ORE.COM	1 Santacroce: SisalPay, tra digital hybrid e moneta elettronica	...	8
M			
ANNUARIOUSSI.INFO	1 Eventi: Digital Hybrid, esperti e manager del settore si sono confrontati nel workshop di SisalPay sull'evoluzione dei consumi nell'era digitale Annuario Ussi	...	9
ANNUARIOUSSI.INFO	1 Il nuovo stile di consumo degli italiani è digital hybrid	...	10
NOTIZIE.TISCALI.IT	1 SisalPay: il nuovo stile di consumo degli italiani è digital hybrid	...	12
SPOTANDWEB.IT	1 Il nuovo stile di consumo degli italiani è digital hybrid	...	14
GIOCONEW.S.IT	1 #DigitalHybrid, De Micheli: 'Dall'agenda digitale nuovi strumenti per sfruttare opportunità del web'	...	16
GIOCONEW.S.IT	1 #DigitalHybrid, la voce degli industriali: 'Clienti chiedono più servizi digitali'	...	17
GIOCONEW.S.IT	1 #DigitalHybrid, Santacroce: 'SisalPay modello di attenzione al consumatore'	...	18
NOTIZIE.TISCALI.IT	1 La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off-line	...	19
DAILYMOTION.COM	1 La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off-line	...	20
LETTERA43.IT	1 La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off-line	...	21
STARTUPPER.IT	1 #DigitalHybrid, l'evoluzione dei consumi dell'era digitale	...	22
AFFARITALIANI.IT	1 La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off-line	...	24
ASKANEWS.IT	1 La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off-line	...	25
CONTATTONNEWS.IT	1 La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off-line	...	26
VIDEO.ILSOLE24ORE.COM	1 La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off line	...	28
M			

SCARICA IL FOGLIO DI OGGI | VIDEO |

ACCEDI | REGISTRATI | INFO

IL FOGLIO

quotidiano



DIRETTORE CLAUDIO CERASA

Cerca

Breaking News

20:26 Isis: video con atrocità per anniversario conquista Mosul

19:53 Grecia: doccia fredda Fmi "accordo lontano" e ultimatum da Ue

[Home](#) | [Elefantino](#) | [Blog](#) | [Rubriche](#) | [Foglianti](#) | [Video](#) | [Immagini](#) | [Scarica il Foglio](#) | [ABBONATI](#) | [METEO](#) | [A+ A-](#) | [SHOP](#)
[Politica](#) | [Economia](#) | [Esteri](#) | [Chiesa](#) | [Sport](#) | [Cronache](#) | [Cultura](#) | [Tecnologia](#)

GLI INSERTI DEL FOGLIO

#DigitalHybrid. Come consumano gli italiani nell'era digitale

Curiosità e nuove abitudini internetiane, acquisti analogici, ritardi da colmare e un grande mercato potenziale. Che cosa si è detto all'annuale workshop di [SisalPay](#)

di Redazione | 11 Giugno 2015 ore 17:55

[COMMENTA](#) 0 | [Facebook](#) | [Twitter](#)


Gli italiani s'informano su internet e poi acquistano, per lo più, offline. In una parola: #DigitalHybrid. E' questa l'evoluzione dei consumi nell'era digitale messa a tema nel corso dell'annuale workshop organizzato a Roma da [SisalPay](#), padrone di casa Maurizio Santacroce, direttore Payments&Services e membro del board di [Sisal Group](#), che ha riunito esperti e manager del settore (moderatore: Massimo Russo, già direttore del mensile Wired, ora vicedirettore della Stampa di Torino con delega sull'online).

"L'Italia – ha detto il prof. Burkhard Schwenker, chairman di Roland Berger Strategy Consultants – vede ancora un ritardo nell'evoluzione dei sistemi di pagamento con l'83 per cento ancora cash rispetto a una media europea del 67 per cento, registrando al contempo una crescita dell'8 per cento del commercio elettronico, sebbene il 34 per cento della popolazione non abbia mai usato internet. Questi dati, uniti alla penetrazione e fruizione del mobile, tra le più alte in Europa, faranno dell'Italia un mercato ideale per sviluppare modelli ibridi di consumo. La modernizzazione dei canali tradizionali e la semplificazione delle tecnologie e dei servizi di pagamento saranno fattori critici di successo".

Maurizio Santacroce ha rivendicato il successo durevole, concepito peraltro in tempo di crisi, del modello [SisalPay](#) "che punta ad anticipare l'evoluzione del mercato, focalizzandosi da sempre sui bisogni dei consumatori, affiancandoli nella gestione dei propri pagamenti quotidiani, che abbiamo reso semplici, veloci, comodi e sicuri".
 "Partendo dalla centralità del cliente – ha detto – abbiamo integrato le nostre digital properties, con la rete dei 40 mila punti vendita, creando occasioni di crescita e sviluppo in un contesto economico complesso. Al contempo abbiamo sviluppato oltre 100 partnership e abilitato oltre 500 servizi, arrivando a servire, nel 2014, 12 milioni di consumatori con 200 milioni di transazioni per un controvalore di 7 miliardi". Un "modello ibrido digitale in costante evoluzione: siamo convinti che solo combinando i benefici dei due canali, imprese e Pubblica amministrazione potranno sviluppare e migliorare la qualità della relazione con i propri clienti e le occasioni di consumo".

[Articoli](#) | [piu letti](#) | [piu condivisi](#)

Libero contante in libero stato

Vademecum su come sbagliare la sceneggiatura di un film (e vincere l'Oscar)

Salvini, il federatore dei talk-show

Un morto che fa quasi ridere, per quanto era solare in vita: Mario D'Urso

S'ode un funesto fruscio di toghe stringersi attorno all'esecutivo

"Non vivrò in ginocchio". Parla Geller, la blogger che l'Isis vuole decapitare

Desiderabile Concita De Gregorio, prima di gettarsi via col gender faccia due chiacchiere con l'animaccia di Pasolini [FI](#)

In primo piano

Christopher Lee, il cattivo che ci piaceva amare

Che cosa c'è dietro lo scontro tra Renzi e fondazioni sulla Cassa depositi e prestiti [FI](#)Sul fronte sud [FI](#)Le procure vogliono la testa di Renzi [FI](#)

Non solo colpi milionari. Perché gli hacker adesso mirano al panettiere sotto casa

#DigitalHybrid. Come consumano gli italiani nell'era digitale

Dopo Murdoch, Murdoch: lo Squalo lascia 21st Century Fox ai figli

Sulla necessità di riformare la Pubblica amministrazione, ma senza impattare in modo cruento sul mondo del lavoro cui “questo governo è particolarmente sensibile”, aveva aperto i lavori il sottosegretario all’Economia Paola De Micheli.

Sulle nuove modalità e sulle garanzie nell’accesso al mercato digitale e al pagamento online a fronte di servizi sempre più personalizzati, si sono soffermati Paolo Battiston (division president di MasterCard Europe in Italia e Grecia) e Alberto Naef (head of global marketing e executive vice president di Unicredit). Ernesto Sicilia, chief strategy officer di Trenitalia, ha posto al centro del suo intervento la progressiva smaterializzazione del biglietto comune e sopra tutto l’importanza del “Customer Satisfaction”, i criteri per rilevare online il coefficiente di soddisfazione del cliente.

In coda, la premiazione dei vincitori di “GoBeyond”, il contest ideato e promosso da SisalPay per trasformare idee imprenditoriali in realtà di successo, grazie a un incoraggiamento finanziario (50 mila euro) e al sostegno d’una rete di partner selezionati che accompagneranno la neonata impresa per i primi sei mesi. Progetto vincitore della prima edizione, fra 219 presentati: DbGlove, un sistema che permette alle persone cieche e sordo-cieche di comunicare con uno smartphone, ideato da Nicholas Caporusso e Gianluca Lattanzi. La motivazione l’ha spiegata Maria Latella, presidente onorario della commissione valutatrice: “DbGlove, oltre a distinguersi per grado di innovazione tecnologica, risponde a un bisogno primario, offrendo un vero cambiamento di vita a persone in condizione di svantaggio”.



© FOGLIO QUOTIDIANO

E-MAIL

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus. comments powered by Disqus

IL FOGLIO

ELEFANTINO | EDITORIALI | BLOG | RUBRICHE | LETTERE | FOGLIANTI | ARCHIVI | VIDEO | IMMAGINI | EBOOK

POLITICA | ECONOMIA | ESTERI | CHIESA | ITALIA | SPORT | CULTURA

MIO ACCOUNT
LOG IN
MODIFICA I TUOI DATI

CONTATTI
ABBONAMENTI
PUBBLICITÀ
DIFFUSIONE

TERMINI DI UTILIZZO
PRIVACY POLICY
NORME PER LE DISCUSSIONI
INFORMAZIONI

Web design Fabio Cremonesi
Developed by Bluservice
Pubblicità WebSystem



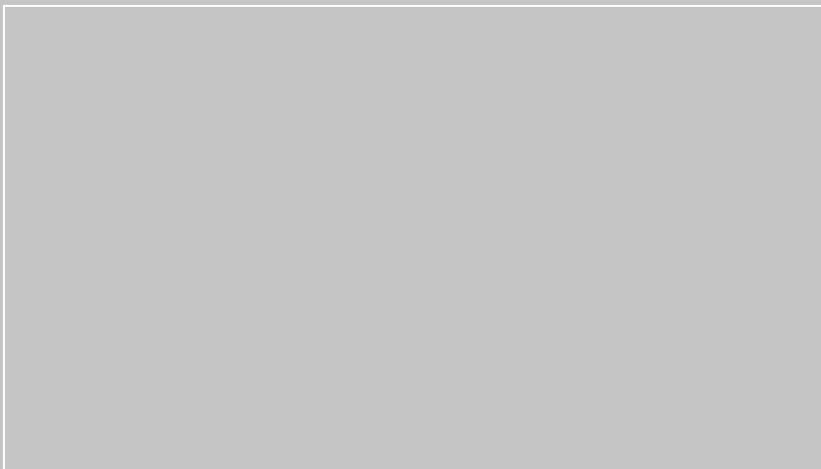
Seguici su

NEWSLETTER

FOGLIO QUOTIDIANO soc. coop. - P.IVA 03231770961 - © tutti i diritti sono riservati.



Santacroce: SisalPay, tra digital hybrid e moneta elettronica



Commenta Invia

Video correlati

- Lituania a Expo con l'insalata che cresce grazie ai Led
- Primo stress-test per il nuovo Canale di Panama
- Federnotai: ddl Concorrenza minaccia autonomia dei ...

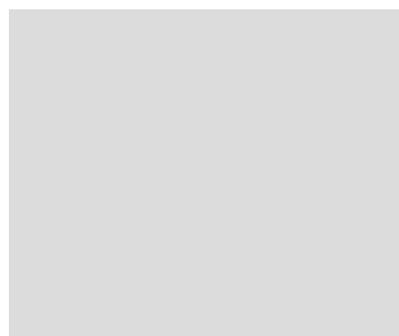


Informazioni sul video

Pubblicato il 11/06/15

Roma, (askanews) - "SisalPay da sempre guarda alle esigenze dei consumatori cercando di interpretarle e anticiparle. Il tema del Digital Hybrid in realtà non è un tema di SisalPay ma è un tema di evoluzione dei consumi, è un modello a cui assistiamo in tutto il mondo e in cui sempre di più i consumatori vanno ad interagire con modelli che mettono insieme l'esperienza tradizionale e quella on line. Quindi il Digital Hybrid è questo modello che sta accadendo in tutto il mondo e quindi anche in Italia". Lo afferma Maurizio Santacroce, direttore Payments&Services e membro del Board di Sisal Group, a margine del workshop promosso da SisalPay a Roma e intitolato #DigitalHybrid."Per il 2015 continuiamo con la strategia di crescita, abbiamo investito molto sulla moneta elettronica che si integra perfettamente nel contesto del digital Hybrid, abbiamo già una distribuzione in 40mila punti vendita on line, e abbiamo consentito oggi di pagare con moneta elettronica e andremo sempre più in questa direzione di servire i cittadini con modello integrato - tradizionale e on line - e ci aspettiamo che questo nuovo modello che migliora l'esperienza di consumo porti sempre più consumatori nella nostra rete".

Embed: <object width="630" height="360"><param name="allowScriptAccess" value="always" /><param nar





Chi siamo La redazione

AREA CLIENTI

asknews

giovedì 11 giugno | 17:39

POLITICA ECONOMIA ESTERI CRONACA REGIONI SPORT CULTURA SPETTACOLO NUOVA EUROPA VIDEO EXPO 2015 | ALTRE SEZIONI |

SPECIALI

MINACCIA ISIS

POLVERIERA UCRAINA

PITTI IMMAGINE UOMO

Home / Economia / Santacroce: [SisalPay](#), tra digital hybrid e moneta elettronica

pubblicato il 11/giu/2015 15:23

Santacroce: [SisalPay](#), tra digital hybrid e moneta elettronica

Vogliamo servire i cittadini offrendo il tradizionale e l'on-line

facebook twitter google+ e-mail

Santacroce: [SisalPay](#), tra digital hybrid e moneta elettronica



Roma, (askanews) - "[SisalPay](#) da sempre guarda alle esigenze dei consumatori cercando di interpretarle e anticiparle. Il tema del Digital Hybrid in realtà non è un tema di [SisalPay](#) ma è un tema di evoluzione dei consumi, è un modello a cui assistiamo in tutto il mondo e in cui sempre di più i consumatori vanno ad interagire con modelli che mettono insieme l'esperienza tradizionale e quella on line. Quindi il Digital Hybrid è questo modello che sta accadendo in tutto il mondo e quindi anche in Italia". Lo afferma Maurizio Santacroce, direttore Payments&Services e membro del Board di [Sisal](#) Group, a margine del workshop promosso da [SisalPay](#) a Roma e intitolato #DigitalHybrid.

"Per il 2015 continuiamo con la strategia di crescita, abbiamo investito molto sulla moneta elettronica che si integra perfettamente nel contesto del digital Hybrid, abbiamo già una distribuzione in 40mila punti vendita on line, e abbiamo consentito oggi di pagare con moneta elettronica e andremo sempre più in questa direzione di servire i cittadini con modello integrato - tradizionale e on line - e ci aspettiamo che questo nuovo modello che migliora l'esperienza di consumo porti sempre più consumatori nella nostra rete".

Gli articoli più letti



1 **Grecia**
Grecia, Giavazzi:
"Vogliono restare poveri,
lasciamoli andare"



2 **Pensioni**
Poletti: con modifiche a
pensioni non costruire
altro debito



3 **P.A.**
Sindacati: no
soppressione Corpo
forestale, non escluso
sciopero



4 **Petrolio**
Petrolio, Arabia Saudita:
Opec ha confermato
livello offerta

ARTICOLI CORRELATI

MULTIMEDIA

'GSettete': fra i
prati della Baviera
spuntano i potenti
a Elmau

MULTIMEDIA

Scola: Europa
affaticata su
immigrazione, non
è realtà politica

MULTIMEDIA

Caldo e siccità, a
rischio le bellezze
naturali di
Yosemite Park

SISAL

Home > Economia > Santacroce: SisalPay, tra digital hybrid e moneta elettronica

ECONOMIA

Santacroce: SisalPay, tra digital hybrid e moneta elettronica

Autore: **Redazione** - 11 giugno 2015

CONDIVIDI



Facebook



Twitter



Mi piace



tweet

Roma, - "SisalPay da sempre guarda alle esigenze dei consumatori cercando di interpretarle e anticiparle. Il tema del Digital Hybrid in realtà non è un tema di SisalPay ma è un tema di evoluzione dei consumi, è un modello a cui assistiamo in tutto il mondo e in cui sempre di più i consumatori vanno ad interagire con modelli che mettono insieme l'esperienza tradizionale e quella on line. Quindi il Digital Hybrid è questo modello che sta accadendo in tutto il mondo e quindi anche in Italia". Lo afferma Maurizio Santacroce, direttore Payments&Services e membro del Board di Sisal Group, a margine del workshop promosso da SisalPay a Roma e intitolato #DigitalHybrid.

"Per il 2015 continuiamo con la strategia di crescita, abbiamo investito molto sulla moneta elettronica che si integra perfettamente nel contesto del digital Hybrid, abbiamo già una distribuzione in 40mila punti vendita on line, e abbiamo consentito oggi di pagare con moneta elettronica e andremo sempre più in questa direzione di servire i cittadini con modello integrato - tradizionale e on line - e ci aspettiamo che questo nuovo modello che migliora l'esperienza di consumo porti sempre più consumatori nella nostra rete".

Qui trovi le ultime notizie aggiornate sul mondo dell'economia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CONDIVIDI



Facebook



Twitter



Mi piace



tweet

Articolo Precedente

Prossimo Articolo



3,341

Fans

COME



579

Abbonati

+1



863

Seguito

SEGUIRE



13

Abbonati

ABBONARSI

Franceschini: fare sistema su turismo culturale, servono privati

11 giugno 2015

Polonia, centristi di PO perdono terreno e soffrono gli scandali

11 giugno 2015

Apri a Mosca il nuovo Garage, mondo dell'arte in grande fermento

11 giugno 2015

Pensione anticipata ed età pensionabile, ultime novità ad oggi 11 giugno...

11 giugno 2015

Mille legali a processo per omicidio ragazza che sconvolse Turchia

11 giugno 2015





Consumi, SisalPay: si va verso modelli ibridi tra online e canali fisici

Come sta cambiando il comportamento dei consumatori nell'era digitale? **I consumi sempre più orientati verso modelli ibridi che associano canali fisici e online.** Il tema è stato al centro del convegno organizzato da SisalPay "#DigitalHybrid – L'evoluzione dei consumi dell'era digitale", che si è tenuto oggi a Milano. Al termine dell'evento c'è stata la premiazione del vincitore del contest GoBeyond, ideato per trasformare i progetti imprenditoriali in realtà di successo.

"L'Italia – ha commentato il prof. Burkhard Schwenker chairman di Roland Berger Strategic Consultants – vede ancora un ritardo nell'evoluzione dei sistemi di pagamento con l'83% ancora cash rispetto ad una media Europea del 67%, registrando al contempo una crescita dell'8% del commercio elettronico, sebbene il 34% della popolazione non abbia mai usato internet. Questi dati, **uniti alla penetrazione e fruizione del mobile, tra le più alte in Europa, faranno dell'Italia un mercato ideale per sviluppare modelli ibridi di consumo.** La modernizzazione dei canali tradizionali e la semplificazione delle tecnologie e dei servizi di pagamento saranno fattori critici di successo".

"Con SisalPay – ha sottolineato Maurizio Santacroce, Direttore Payments&Services e membro del Board di Sisal Group – abbiamo sviluppato un modello di business che punta ad anticipare l'evoluzione del mercato, focalizzandoci da sempre sui bisogni dei consumatori, affiancandoli nella gestione dei propri pagamenti quotidiani, che abbiamo reso semplici, veloci, comodi e sicuri".

L'incontro è stato anche l'occasione per annunciare il vincitore di GoBeyond, il contest ideato e promosso da SisalPay per trasformare i progetti imprenditoriali in realtà di successo. **L'idea premiata è DbGlove, di Nicholas Caporusso e Gianluca Lattanzi**, che oltre a un contributo economico iniziale di 50mila euro, potrà avvalersi anche dell'expertise di realtà d'eccellenza quali Google, Gruppo Condé Nast, RTL 102.5 e di una rete di partner selezionati (Alkemy, Blink Agency, Gruppo Prospecta, MY PR, Roland Berger, Studio Legale Mazzei) che per 6 mesi accompagneranno il percorso di crescita della giovane impresa.

Si tratta di un guanto high-tech che offre un aiuto alle persone cieche e sordo-cieche, rendendo digitali gli alfabeti basati sul tatto, come Malossi e Braille, e consentendo agli utenti di comunicare con gli altri e interagire con il mondo, utilizzando tutte le funzionalità di uno **smartphone** o un **tablet**.



Like

Articoli correlati

- Cose da non credere, UNC: l'innovazione tra consumatore e azienda
- Economia digitale, come si tutela il consumatore?
- Europa: al via indagine Antitrust sul commercio elettronico

11/06/2015 - 16:31 - Redattore: GA

lascia un commento

Nome (obbligatorio)

Mail (non sarà pubblicata) (obbligatorio)

Website

Newsletter

email address

Iscriviti

Seguici anche su...



alimentazione energia
europa farmaci fisco
istat legambiente mdc salute
sanità trasporti

Giovedì, 11 Giugno 2015 - 17.42



TEMI CALDI | CAOS MIGRANTI | CALCIOSCOMMESSE | CRISI GRECA | MAFIA CAPITALE | REGIONALI 2015 | FOCUS EXPO

Home » attualità » Santacroce: SisalPay, tra digital hybrid e moneta elettronica - La notizia

ECONOMIA INTERNA

Santacroce: SisalPay, tra digital hybrid e moneta elettronica - La notizia

Vogliamo servire i cittadini offrendo il tradizionale e l'on-line

11 Giugno 2015

Roma, - 'SisalPay da sempre guarda alle esigenze dei consumatori cercando di interpretarle e anticiparle. Il tema del Digital Hybrid in realtà non è un tema di SisalPay ma è un tema di evoluzione dei consumi, è un modello a cui assistiamo in tutto il mondo e in cui sempre di più i consumatori vanno ad interagire con modelli che mettono insieme l'esperienza tradizionale e quella on line. Quindi il Digital Hybrid è questo modello che sta accadendo in tutto il mondo e quindi anche in Italia'. Lo afferma Maurizio Santacroce, direttore Payments&Services e membro del Board di Sisal Group, a margine del workshop promosso da SisalPay a Roma e intitolato #DigitalHybrid. 'Per il 2015 continuiamo con la strategia di crescita, abbiamo investito molto sulla moneta elettronica che si integra perfettamente nel contesto del digital Hybrid, abbiamo già una distribuzione in 40mila punti vendita on line, e abbiamo consentito oggi di pagare con moneta elettronica e andremo sempre più in questa direzione di servire i cittadini con modello integrato - tradizionale e on line - e ci aspettiamo che questo nuovo modello che migliora l'esperienza di consumo porti sempre più consumatori nella nostra rete'.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TAG: Economia interna

43 Multimedia correlati

1 video VIDEO

Santacroce: SisalPay, tra digital hybrid e moneta elettronica

43 Commenti

Non sono ancora presenti commenti sulla notizia, vuoi essere il primo?

LASCIA UN COMMENTO

Lettera43 Facebook Twitter

Per scrivere un commento è necessario registrarsi oppure accedere con Twitter o Facebook: [Loggati](#) - [Registrati](#)

43 Articoli correlati

ECONOMIA INTERNA

ECONOMIA INTERNA

Ultima ora	Le TOP 5 di oggi
17:33 Borsa Milano chiude in rialzo, +0,35%	
17:31 Mattarella a Samantha, ben tornata	
17:30 Fmi lascia Bruxelles, no progressi Grecia	
17:19 Grecia: Fmi, ben lontani da un accordo	
17:10 Borsa: Europa incerta dopo Fmi su Grecia	

» Tutte le Ultime ore

Le ORE che CONTANO

SCARICALO GRATIS SUL TUO TABLET O PC

Dalla nostra HomePage

REPORTAGE

Milano, i migranti alla stazione che sognano l'Europa

Senza documenti. Né soldi. Eritrei, siriani, etiopi. Per il Viminale sono invisibili. Arrivati in treno e bus.

SPAZIO

Iss, Samantha Cristoforetti torna a casa

Dopo 200 giorni l'astronauta italiana ha toccato Terra. Atterraggio in Kazakistan alle 15.45 senza problemi.

INCHIESTA

Calabria, forniture di acqua ridotte ai

domenica24 casa24 moda24 plus24 motori24 job24 stream24 viaggi24 salute24 shopping24 radio24 + altri

Cerca

MY

Accedi



Il Sole 24 ORE STREAM24

Giovedì - 11 Giugno 2015

How To Spend It

NEW! Italy24

Professioni e

Business School ed eventi

Bepchezzati

Strumenti di lavoro

Versione digitale

f e g s

- HOME
- ITALIA
- MONDO
- NORME & TRIBUTI
- FINANZA & MERCATI
- IMPRESA & TERRITORI
- NOVA24 TECH
- PLUS24 RISPARMIO
- COMMENTI & INCHIESTE
- STORE24 Acquista & abbonati

ECONOMIA

RICERCA LIBERA

SCEGLI CANALE

Tutti i canali

RICERCA

HOME

VIDEO

FOTO

CANALI

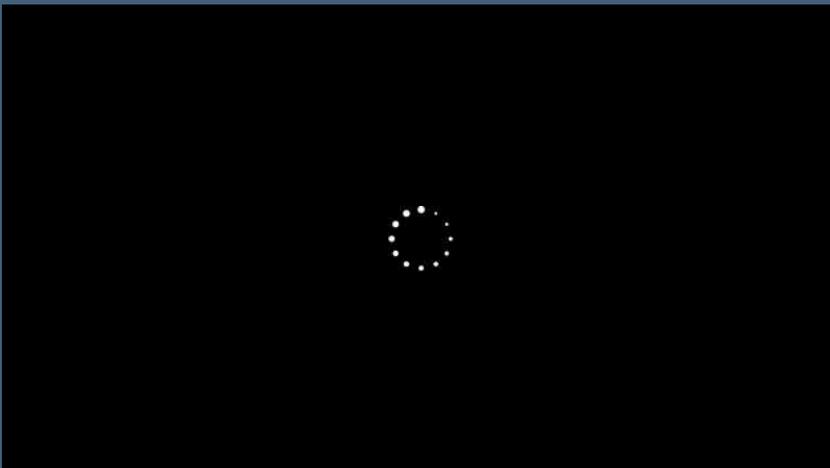
24ORE.TV

Economia Italia Mondo Norme e Tributi Finanza e Mercati Tecnologie Cultura Sport

Il Sole 24 Ore ▶ Stream24 ▶ Archivio ▶ Economia

Santacroce: SisalPay, tra digital hybrid e moneta elettronica

11 Giugno 2015



SUGGERITI



SisalPay premia con 50mila euro start up hi tech per disabili

Durata: 00:00



Enea: con efficienza energetica evitata bolletta da 2 mld di euro

Durata: 00:00



La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off line

Durata: 00:00

I PIU VISTI



Nasa Tv



Umberto Eco: il Web ha promosso scemo villaggio a opinion leader

Durata: 00:00



@Astrosamanth: saluta la Iss, lacrime a gravità zero

Durata: 00:00

DESCRIZIONE

Roma, (askanews) - "SisalPay da sempre guarda alle esigenze dei consumatori cercando di interpretarle e anticiparle. Il tema del Digital Hybrid in realtà non è un tema di SisalPay ma è un tema di evoluzione dei consumi, è un modello a cui assistiamo in tutto il mondo e in cui sempre di più i consumatori vanno ad interagire con modelli che mettono insieme l'esperienza tradizionale e quella on line. Quindi il Digital Hybrid è questo modello che sta accadendo in tutto il mondo e quindi anche in Italia". Lo afferma Maurizio Santacroce, direttore Payments&Services e membro del Board di Sisal Group, a margine del workshop promosso da SisalPay a Roma e intitolato #DigitalHybrid."Per il 2015 continuiamo con la strategia di crescita, abbiamo investito molto sulla moneta elettronica che si integra perfettamente nel contesto del digital Hybrid, abbiamo già una distribuzione in 40mila punti vendita on line, e abbiamo consentito oggi di pagare con moneta elettronica e andremo sempre più in questa direzione di servire i cittadini con modello integrato - tradizionale e on line - e ci aspettiamo che questo nuovo modello che migliora l'esperienza di consumo porti sempre più consumatori nella nostra rete".

PARTECIPA

ULTIMI MEDIA

ULTIMI VIDEO DI ECONOMIA



Il nuovo Canale di Panama supera test inondazione dall'Atlantico

Durata: 00:00



Msc Crociere: marketing hi tech coi viaggi virtuali "immersivi"

Durata: 00:00



Amazon sotto indagine dell'Antitrust Ue, nel mirino gli e book

Durata: 00:00



Enea: con efficienza energetica evitata bolletta da 2 mld di euro

Durata: 00:00



Santacroce: SisalPay, tra digital hybrid e moneta elettronica

Durata: 00:00



Info by Lo Sprint Edizioni
ANNUARIO USSI



HOME CHI SIAMO COPERTINE ANNUARIO PARTNERS CONTENUTI ULTIMA ORA FOTO SPORT TWEET CONTATTI

Tutto sul giornalismo sportivo, i media e lo sport in Italia

Speciale scommesse

a cura di



11 Giugno 2015

Speciale Scommesse

Eventi: Digital Hybrid, esperti e manager del settore si sono confrontati nel workshop di SisalPay sull'evoluzione dei consumi nell'era digitale

Come si trasformano i consumi degli italiani e come impattano i nuovi modelli digitali in questo cambiamento? Questo il tema centrale del workshop dal titolo #DigitalHybrid, voluto e promosso da SisalPay, la divisione per i servizi di pagamento di Sisal Group, aperto dal Sottosegretario al Ministero dell'Economia, Paola De Micheli, a cui hanno preso parte, con una propria testimonianza, aziende leader a livello internazionale, tra le quali: MasterCard, Roland Berger, UniCredit e Trenitalia.

I partecipanti all'incontro sono stati concordi nello stabilire che, se idealmente si dovesse cercare una sintesi sul comportamento dei consumatori, si dovrebbe parlare di un percorso ibrido: i canali e gli strumenti digitali accelerano la competizione dell'offerta di servizi e prodotti da parte delle aziende (che al contempo offrono una migliore informazione al consumatore), mentre, contemporaneamente, i negozi con la loro prossimità e vicinanza ne migliorano l'esperienza di consumo. Il processo di acquisto del consumatore è sempre meno scontato e più diversificato: ci si informa online, e si acquista offline ma anche online. Al tempo stesso ci si abitua a cercare informazioni mentre siamo nel punto vendita, toccando con mano il prodotto, per poi acquistare online al prezzo migliore.

Durante l'incontro, inoltre, sono stati messi in luce i miti da sfatare sui cambiamenti dei consumi: 1) la spesa online sostituirà completamente e rapidamente gli acquisti nei punti vendita; 2) il prezzo è la principale leva che influenza le scelte di acquisto; 3) le nuove generazioni acquistano prevalentemente online; 4) i punti vendita tradizionali diventeranno dei semplici showroom e gli acquisti saranno solo online.

"L'Italia - ha commentato il prof. Burkhard Schwenker, Chairman di Roland Berger Strategic Consultants - vede ancora un ritardo nell'evoluzione dei sistemi di pagamento con l'83% ancora cash rispetto ad una media Europea del 67%, registrando al contempo una crescita dell'8% del commercio elettronico, sebbene il 34% della popolazione non abbia mai usato internet. Questi dati, uniti alla penetrazione e fruizione del mobile, tra le più alte in Europa, faranno dell'Italia un mercato ideale per sviluppare modelli ibridi di consumo. La modernizzazione dei canali tradizionali e la semplificazione delle tecnologie e dei servizi di pagamento saranno fattori critici di successo". Ip/AGIMEG

Fonte: AGIMEG

Categorie

- Primo Piano
- Rassegna Sport
- Speciale scommesse
- Speciale motori
- Rassegna Comunicazione
- News dalle Federazioni
- Sport&Business
- Caribe Sounds Fitness
- Interventi
 - Autorità
 - Campioni
 - Giornalisti
- Video

Ultime notizie

- MotoGP: il poker di Lorenzo in Catalogna vale 2,50, Rossi insegue a 4,00
- Poker, vincite nei casinò esteri. CE: "L'Italia ha promesso modifiche legislative entro l'estate"
- Milan, Ibra ha detto sì. Galliani sempre su Jackson Martinez
- Cuneo-Mondovì: derby sognando la serie A
- Ordigno al derby Toro-Juve, arrestato ultrà che su whatsapp scrive: "Accusa strage sarebbe stupenda"

Cerca nel sito

Cerca



Info by Lo Sprint Edizioni
ANNUARIO USSI



HOME CHI SIAMO COPERTINE ANNUARIO PARTNERS CONTENUTI ULTIMA ORA FOTO SPORT TWEET CONTATTI

Tutto sul giornalismo sportivo, i media e lo sport in Italia

Rassegna Comunicazione



11 Giugno 2015 Rassegna Comunicazione

Il nuovo stile di consumo degli italiani è digital hybrid

“Come si trasformano i consumi degli italiani e come impattano i nuovi modelli digitali in questo cambiamento”: questo il tema centrale del workshop dal titolo #DigitalHybrid, voluto e promosso da SisalPay, la divisione per i servizi di pagamento di Sisal Group, aperto dal Sottosegretario al Ministero dell'Economia, Paola De Micheli, a cui hanno preso parte, con una propria testimonianza, aziende di livello internazionale, come: MasterCard, Roland Berger, UniCredit e Trenitalia. I partecipanti all'incontro sono stati concordi nello stabilire che, se idealmente si dovesse cercare una sintesi sul comportamento dei consumatori, si dovrebbe parlare di un percorso ibrido: i canali e gli strumenti digitali accelerano la competizione dell'offerta di servizi e prodotti da parte delle aziende (che al contempo offrono una migliore informazione al consumatore), mentre, contemporaneamente, i negozi con la loro prossimità e vicinanza ne migliorano l'esperienza di consumo. Il processo di acquisto del consumatore è sempre meno scontato e più diversificato: ci si informa online, e si acquista offline, ma anche online. Al tempo stesso ci si abitua a cercare informazioni mentre siamo nel punto vendita, toccando con mano il prodotto, per poi acquistare online al prezzo migliore. Durante l'incontro, inoltre, sono stati messi in luce i miti da sfatare sui cambiamenti dei consumi: la spesa online sostituirà completamente e rapidamente gli acquisti nei punti vendita; il prezzo è la principale leva che influenza le scelte di acquisto; le nuove generazioni acquistano prevalentemente online; i punti vendita tradizionali diventeranno dei semplici showroom e gli acquisti saranno solo online. “L'Italia” – ha commentato il prof. Burkhard Schwenker, Chairman di Roland Berger Strategic Consultants – “Vede ancora un ritardo nell'evoluzione dei sistemi di pagamento con l'83% ancora cash rispetto ad una media Europea del 67%, registrando al contempo una crescita dell'8% del commercio elettronico, sebbene il 34% della popolazione non abbia mai usato internet. Questi dati, uniti alla penetrazione e fruizione del mobile, tra le più alte in Europa, faranno dell'Italia un mercato ideale per sviluppare modelli ibridi di consumo. La modernizzazione dei canali tradizionali e la semplificazione delle tecnologie e dei servizi di pagamento saranno fattori critici di successo”. “Con SisalPay” – ha sottolineato Maurizio Santacroce, Direttore Payments&Services e membro del Board di Sisal Group – “Abbiamo sviluppato un modello di business che punta ad anticipare l'evoluzione del mercato, focalizzandoci da sempre sui bisogni dei consumatori, affiancandoli nella gestione dei propri pagamenti quotidiani, che abbiamo reso semplici, veloci, comodi e sicuri”. “Partendo dalla centralità del cliente” – ha aggiunto Santacroce – “Abbiamo integrato le nostre digital properties, con la rete dei 40 mila punti vendita, creando occasioni di crescita e sviluppo in un contesto economico complesso. Al contempo abbiamo sviluppato oltre 100 partnership e abilitato oltre 500 servizi, arrivando a servire, nel 2014, 12 milioni di consumatori con 200 milioni di transazioni per un controvalore di 7 miliardi. Crediamo dunque di rappresentare un interessante modello ibrido digitale, in costante evoluzione: siamo convinti che solo combinando i benefici dei due canali, Imprese e Pubblica Amministrazione potranno sviluppare e migliorare la qualità della relazione con i propri clienti e le occasioni di consumo”. Durante il workshop è stato anche approfondito il percorso del consumatore ibrido rispetto al tipico consumatore on line: il primo tende a sviluppare la fase di interesse on line, sempre on line cerca informazioni, passa poi all'acquisto nel punto vendita e prevede il supporto post vendita, chiamando telefonicamente call center dedicati. Il consumatore on line, invece, esclude totalmente il punto di vendita fisico e l'utilizzo di supporto dei call center, che non siano esclusivamente on line. La trasformazione dei consumi porta dunque ad affermare che oggi i consumatori vogliono poter interagire con le aziende attraverso un modello ibrido, fisico e on line. In questo contesto, la modernizzazione dell'esperienza nei punti di vendita fisici e la fruibilità dell'esperienza on line sono la chiave di volta per aumentare le occasioni di contatto e l'interazione con i clienti. Il post Il nuovo stile di consumo degli italiani è digital hybrid appeared first on Spot and Web. ...

Clicka qui per continuare a leggere su Spot and Web

Categorie

- Primo Piano
- Rassegna Sport
- Speciale scommesse
- Speciale motori
- Rassegna Comunicazione
- News dalle Federazioni
- Sport&Business
- Caribe Sounds Fitness
- Interventi
 - Autorità
 - Campioni
 - Giornalisti
- Video

Ultime notizie

- MotoGP: il poker di Lorenzo in Catalogna vale 2,50, Rossi insegue a 4,00
- Poker, vincite nei casinò esteri. CE: “L'Italia ha promesso modifiche legislative entro l'estate”
- Milan, Ibra ha detto sì. Galliani sempre su Jackson Martinez
- Cuneo-Mondovì: derby sognando la serie A
- Ordigno al derby Toro-Juve, arrestato ultrà che su whatsapp scrive: “Accusa strage sarebbe stupenda”

Cerca nel sito

Fonte: Spot and Web



Iscrizione newsletter

il tuo nome

il tuo indirizzo email

Vai

ANNUARIO USSI

è una testata edita da Lo Sprint srl
P.I. 00976280107 - Autorizzazione
Tribunale di Genova n. 15/1989
Redazione: Via Monte Zovetto 21a -
16145 Genova

Mail: annuarioussi@losprint.com
Tel.: 0103626961
Direttore Resp.: Gian Luigi Corti.
Direttore: Michele Corti.
Redazione: Marco Callai, Cristina Cambi

SEGUICI ANCHE SU



Copyright © 2015 - Annuario Ussi

[Notizie](#) | [Enti](#) | [Giornalisti](#) | [Media](#) | [Partners](#) | [Sport Tweet](#) | [Contatti](#)

tiscali:

notizie | tiscali | web

istella*

Cerca



t:

Videonews

Regioni

Finanza

Sport

Spettacoli

Lifestyle

Ambiente

Tecnologia

Motori

Viaggi

Giochi

Piattoforte

Ultimora Cronaca Esteri Economia Politica Expo 2015 Immigrazione Noidonne Sociale Scienze Interviste Photostory

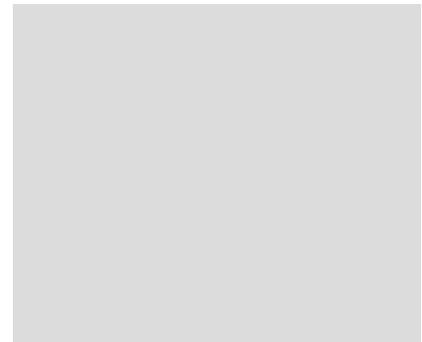
Rassegna Stampa

SisalPay: il nuovo stile di consumo degli italiani è digital hybrid

di **TMNews**

Roma, 11 giu. (askanews) - Come si trasformano i consumi degli italiani e come impattano i nuovi modelli digitali in questo cambiamento? Questo il tema centrale del workshop dal titolo #DigitalHybrid, voluto e promosso da SisalPay, la divisione per i servizi di pagamento di Sisal Group, aperto dal Sottosegretario al Ministero dell'Economia, Paola De Micheli, a cui hanno preso parte, con una propria testimonianza, aziende leader a livello internazionale, tra le quali: MasterCard, Roland Berger, UniCredit e Trenitalia. I partecipanti all'incontro sono stati concordi nello stabilire che, se idealmente si dovesse cercare una sintesi sul comportamento dei consumatori, si dovrebbe parlare di un percorso ibrido: i canali e gli strumenti digitali accelerano la competizione dell'offerta di servizi e prodotti da parte delle aziende (che al contempo offrono una migliore informazione al consumatore), mentre, contemporaneamente, i negozi con la loro prossimità e vicinanza ne migliorano l'esperienza di consumo. Il processo di acquisto del consumatore è sempre meno scontato e più diversificato: ci si informa online, e si acquista offline ma anche online. Al tempo stesso ci si abitua a cercare informazioni mentre siamo nel punto vendita, toccando con mano il prodotto, per poi acquistare online al prezzo migliore. Durante l'incontro, inoltre, sono stati messi in luce i miti da sfatare sui cambiamenti dei consumi: 1) la spesa online sostituirà completamente e rapidamente gli acquisti nei punti vendita; 2) il prezzo è la principale leva che influenza le scelte di acquisto; 3) le nuove generazioni acquistano prevalentemente online; 4) i punti vendita tradizionali diventeranno dei semplici showroom e gli acquisti saranno solo online. "L'Italia - ha commentato il prof. Burkhard Schwenker, Chairman di Roland Berger Strategic Consultants - vede ancora un ritardo nell'evoluzione dei sistemi di pagamento con l'83% ancora cash rispetto ad una media Europea del 67%, registrando al contempo una crescita dell'8% del commercio elettronico, sebbene il 34% della popolazione non abbia mai usato internet. Questi dati, uniti alla penetrazione e fruizione del mobile, tra le più alte in Europa, faranno dell'Italia un mercato ideale per sviluppare modelli ibridi di consumo. La modernizzazione dei canali tradizionali e la semplificazione delle tecnologie e dei servizi di pagamento saranno fattori critici di successo". "Con SisalPay - sottolinea Maurizio Santacroce, Direttore Payments&Services e membro del Board di Sisal Group - abbiamo sviluppato un modello di business che punta ad anticipare l'evoluzione del mercato, focalizzandoci da sempre sui bisogni dei consumatori, affiancandoli nella gestione

SISAL



Shopping



Festival della fotografia, scegli la tua macchina

Vedi

Segui Tiscali su:



iPhone



Android



Facebook



Twitter



RSS

dei propri pagamenti quotidiani, che abbiamo reso semplici, veloci, comodi e sicuri".

"Partendo dalla centralità del cliente, - ha aggiunto Santacroce - abbiamo integrato le nostre digital properties, con la rete dei 40 mila punti vendita, creando occasioni di crescita e sviluppo in un contesto economico complesso. Al contempo abbiamo sviluppato oltre 100 partnership e abilitato oltre 500 servizi, arrivando a servire, nel 2014, 12 milioni di consumatori con 200 milioni di transazioni per un controvalore di 7 miliardi". "Crediamo dunque di rappresentare un interessante modello ibrido digitale, in costante evoluzione: siamo convinti che solo combinando i benefici dei due canali, Imprese e Pubblica Amministrazione potranno sviluppare e migliorare la qualità della relazione con i propri clienti e le occasioni di consumo". Durante il workshop è stato anche approfondito il percorso del consumatore ibrido rispetto al tipico consumatore online: il primo tende a sviluppare la fase di interesse on line, sempre on line cerca informazioni, passa poi all'acquisto nel punto vendita e prevede il supporto post vendita, chiamando telefonicamente call center dedicati. Il consumatore on line, invece, esclude totalmente il punto di vendita fisico e l'utilizzo di supporto dei call center, che non siano esclusivamente on line. La trasformazione dei consumi porta dunque ad affermare che oggi i consumatori vogliono poter interagire con le aziende attraverso un modello ibrido, fisico e online. In questo contesto, la modernizzazione dell'esperienza nei punti di vendita fisici e la fruibilità dell'esperienza on line sono la chiave di volta per aumentare le occasioni di contatto e l'interazione con i clienti.

11 giugno 2015

Diventa fan di Tiscali su Facebook  Mi piace <124mila

[Redazione](#) | [Informativa sui cookie](#)

© Tiscali Italia S.p.A. 2015 P.IVA 02508100928 | [Dati Sociali](#)

Home Rubriche ▾ Audiointerviste Speciali ▾ Redazione Corsi

Search 🔍



SPOT and WEB

10 ANNI

Pubblicità Spot Web Editoria Radio TV Poltrone Marketing Annunci di lavoro Hi-tech Sport & Web

Il nuovo stile di consumo degli italiani è digital hybrid

► Tweet 

“Come si trasformano i consumi degli italiani e come impattano i nuovi modelli digitali in questo cambiamento”: questo il tema centrale del workshop dal titolo #DigitalHybrid, voluto e promosso da [SisalPay](#), la divisione per i servizi di pagamento di [Sisal Group](#), aperto dal Sottosegretario al Ministero dell’Economia, Paola De Micheli, a cui hanno preso parte, con una propria testimonianza, aziende di livello internazionale, come: MasterCard, Roland Berger, UniCredit e Trenitalia.



I partecipanti all’incontro sono stati concordi nello stabilire che, se idealmente si dovesse cercare una sintesi sul comportamento dei consumatori, si dovrebbe parlare di un percorso ibrido: i canali e gli strumenti digitali accelerano la competizione dell’offerta di servizi e prodotti da parte delle aziende (che al contempo offrono una migliore informazione al consumatore), mentre, contemporaneamente, i negozi con la loro prossimità e vicinanza ne migliorano l’esperienza di consumo.

Il processo di acquisto del consumatore è sempre meno scontato e più diversificato: ci si informa online, e si acquista offline, ma anche online. Al tempo stesso ci si abitua a cercare informazioni mentre siamo nel punto vendita, toccando con mano il prodotto, per poi acquistare online al prezzo migliore.

Durante l’incontro, inoltre, sono stati messi in luce i miti da sfatare sui cambiamenti dei consumi: la spesa online sostituirà completamente e rapidamente gli acquisti nei punti vendita; il prezzo è la principale leva che influenza le scelte di acquisto; le nuove generazioni acquistano prevalentemente online; i punti vendita tradizionali diventeranno dei semplici showroom e gli acquisti saranno solo online.

“L’Italia” – ha commentato il prof. Burkhard Schwenker, Chairman di Roland Berger Strategic Consultants – “Vede ancora un ritardo nell’evoluzione dei sistemi di pagamento con l’83% ancora cash rispetto ad una media Europea del 67%, registrando al contempo una crescita dell’8% del commercio elettronico, sebbene il 34% della popolazione non abbia mai usato internet. Questi dati, uniti alla penetrazione e fruizione del mobile, tra le più alte in Europa,

Radio Spot and Web

Facebook

faranno dell'Italia un mercato ideale per sviluppare modelli ibridi di consumo. La modernizzazione dei canali tradizionali e la semplificazione delle tecnologie e dei servizi di pagamento saranno fattori critici di successo”.

“Con **SisalPay**” – ha sottolineato Maurizio Santacroce, Direttore Payments&Services e membro del Board di **Sisal Group** – “Abbiamo sviluppato un modello di business che punta ad anticipare l'evoluzione del mercato, focalizzandoci da sempre sui bisogni dei consumatori, affiancandoli nella gestione dei propri pagamenti quotidiani, che abbiamo reso semplici, veloci, comodi e sicuri”. “Partendo dalla centralità del cliente” – ha aggiunto Santacroce – “Abbiamo integrato le nostre digital properties, con la rete dei 40 mila punti vendita, creando occasioni di crescita e sviluppo in un contesto economico complesso. Al contempo abbiamo sviluppato oltre 100 partnership e abilitato oltre 500 servizi, arrivando a servire, nel 2014, 12 milioni di consumatori con 200 milioni di transazioni per un controvalore di 7 miliardi. Crediamo dunque di rappresentare un interessante modello ibrido digitale, in costante evoluzione: siamo convinti che solo combinando i benefici dei due canali, Imprese e Pubblica Amministrazione potranno sviluppare e migliorare la qualità della relazione con i propri clienti e le occasioni di consumo”.

Durante il workshop è stato anche approfondito il percorso del consumatore ibrido rispetto al tipico consumatore on line: il primo tende a sviluppare la fase di interesse on line, sempre on line cerca informazioni, passa poi all'acquisto nel punto vendita e prevede il supporto post vendita, chiamando telefonicamente call center dedicati. Il consumatore on line, invece, esclude totalmente il punto di vendita fisico e l'utilizzo di supporto dei call center, che non siano esclusivamente on line.

La trasformazione dei consumi porta dunque ad affermare che oggi i consumatori vogliono poter interagire con le aziende attraverso un modello ibrido, fisico e on line. In questo contesto, la modernizzazione dell'esperienza nei punti di vendita fisici e la fruibilità dell'esperienza on line sono la chiave di volta per aumentare le occasioni di contatto e l'interazione con i clienti.

► Tweet 

11 giugno 2015 - 16:23 Web 24 views primopiano

Related Articles



Epson: Il 91% delle imprese italiane considera le nuove tecnologie un vantaggio competitivo, ma la metà non le implementa per timore dei fallimenti

11 dicembre 2014 - 17:07



Adacto e iGuzzini lanciano “Light is back” al Cenacolo di Leonardo

2 aprile 2015 - 17:22

Translate This



Google Plus

Twitter

Tweets di @SpotandWeb

Iscrizione Newsletter

Iscriviti alla nostra newsletter per rimanere sempre informato

* Email:

Please enable javascript to work with this subscription form.

iscriviti



gioco NEWS POKER

gioco NEWS CASINO

segui su

Cerca...

gioco NEWS.IT

FLASH NEWS

HOME

POLITICA

NEWSLOT / VLT

SCOMMESSE

ONLINE

LOTTERIE

VIDEO

MOBILE GAMING

GIOCONES ENGLISH

LOGIN/REGISTER

CRONACHE • ESTERI • IPPICA • VIDEOGIOCHI • BINGO • NORMATIVA • FOTOGALLERY • NEWSLETTER • CALENDARIO EVENTI • SENTENZE/EXTRA

#DIGITALHYBRID, DE MICHELI: 'DA AGENDA DIGITALE NUOVI STRUMENTI PER SFRUTTARE OPPORTUNITÀ DEL WEB'

Creato Giovedì, 11 Giugno 2015 12:06 Data pubblicazione Scritto da Sara Michelucci



REGISTRATI CON FACEBOOK-TWITTER-G+



joomclub.net

- Guarda il VIDEO del sottosegretario De Micheli



Roma - "Credo che attraverso la riforma della pubblica amministrazione potremo integrare al meglio le opportunità che ci offre la rete. **C'è un radicale cambiamento nelle abitudini, che la rete ha sicuramente spinto.** Siamo sempre più connessi e il web permea la nostra vita e questo ha attivato le aziende di servizi". Queste le parole del sottosegretario all'Economia Paola De Micheli al workshop

#DigitalHybrid, voluto da [SisalPay](#), la divisione per i servizi di pagamento di [Sisal Group](#), oggi a Roma.

"Poco meno di una persona su due non utilizza internet in Italia. Mentre dall'altro c'è una diffusione massiccia dell'uso dei telefonini", ha sottolineato il sottosegretario. "L'uso del contante è ancora consolidato, ma nel corso degli ultimi anni c'è stata una maggiore digitalizzazione anche nella pubblica amministrazione, ma **c'è ancora tanta strada da fare.** Sicuramente la pubblica amministrazione in questo ambito può fare molto per intercettare i bisogni e le nuove attitudini dei cittadini e con l'agenda digitale sicuramente saranno offerti strumenti utili".

Tweet

Pin it

Share

Tweet

ULTIMI EVENTI

11
GIU

"Social Media Week Rome 2015"

Casa del Cinema, Villa Borghese, Roma



gioco NEWS POKER

gioco NEWS CASINO

segui su

Cerca...

gioco NEWS.IT

FLASH NEWS

HOME

POLITICA

NEWSLOT / VLT

SCOMMESSE

ONLINE

LOTTERIE

VIDEO

MOBILE GAMING

GIOCONEWS ENGLISH

LOGIN/REGISTER

CRONACHE • ESTERI • IPPICA • VIDEOGIOCHI • BINGO • NORMATIVA • FOTOGALLERY • NEWSLETTER • CALENDARIO EVENTI • SENTENZE/EXTRA

#DIGITALHYBRID, LA VOCE DEGLI INDUSTRIALI: 'CLIENTI CHIEDONO PIÙ SERVIZI DIGITALI'

Creato Giovedì, 11 Giugno 2015 13:02 Data pubblicazione Scritto da Sara Michelucci



REGISTRATI CON FACEBOOK-TWITTER-G+



joomclub.net



Roma - Il workshop #DigitalHybrid, voluto da [SisalPay](#), è stata l'occasione per alcune aziende di confrontarsi sul tema dei servizi digitali. **Da Mastercard Europe a Unicredit e Trenitalia, tutti concordi** nel sottolineare l'esigenza di mettere al centro le esigenze dei consumatori, che sempre di più chiedono pagamenti a portata di smartphone.

MASTERCARD EUROPE - "Si è creato un surplus di diversi miliardi di euro per servizi digitali, con **nuove possibilità di consumo per le persone**", sottolinea Paolo Battiston di Mastercard Europe. "Il mondo del digitale ha abilitato nuovi servizi e migliorato quelli esistenti. Anche in Italia si sono aggiunti nuovi servizi, soprattutto se guardiamo i trasporti. Il digitale crea una moltiplicazione di valore per imprese e consumatori. **Le aziende devono investire per sfruttare al meglio gli investimenti in tecnologia fatti dai consumatori**".

UNICREDIT - "Il digitale è qualcosa a cui non si può rinunciare e noi ci troviamo già nella terza era del digitale. **Dobbiamo fare il modo che il cambiamento sia stimolato anche da noi aziende**. L'esperienza di acquisto complessiva deve essere migliore attraverso i nuovi strumenti che offriamo col digitale. Dobbiamo essere precisi in quello che offriamo ai clienti", afferma Alberto Naef di Unicredit.

TRENITALIA - "L'ascolto dei consumatori è uno dei nostri obiettivi principali. Il tema del cliente è per noi fondamentale e ci **stiamo spostando sempre di più sul digitale** anche nel meccanismo di informazione e acquisto dei biglietti. Stiamo sempre più 'smaterializzando' i biglietti, dando la possibilità di utilizzare carte di credito per l'acquisto e di avere il biglietto suL telefonino", dichiara Ernesto Sicilia di Trenitalia.

SISAL GROUP - "Abbiamo intercettato e ascoltato le 'voci' dei consumatori e grazie alla rete fisica prima e a quella virtuale dopo abbiamo risposto alle loro esigenze di pagamento. C'è bisogno di continuare a investire e vediamo grandi prospettive. **Abbiamo installato in 40mila punti vendita la nostra tecnologia in cinque mesi**", ricorda Maurizio Santacroce, direttore Payments e Services di [Sisal Group](#).

Tweet

Pin.it

Share

Tweet

ULTIMI EVENTI

11
GIU

"Social Media Week Rome 2015"

Casa del Cinema, Villa Borghese, Roma



gioco NEWS POKER

gioco NEWS CASINO

segui su

Cerca...

gioco NEWS.IT

FLASH NEWS

HOME

POLITICA

NEWSLOT / VLT

SCOMMESSE

ONLINE

LOTTERIE

VIDEO

MOBILE GAMING

GIOCONEW.S ENGLISH

LOGIN/REGISTER

CRONACHE ESTERI IPPICA VIDEOGIOCHI BINGO NORMATIVA FOTOGALLERY NEWSLETTER CALENDARIO EVENTI SENTENZE/EXTRA

#DIGITALHYBRID, SANTACROCE: 'SISALPAY MODELLO DI ATTENZIONE AL CONSUMATORE'

Creato Giovedì, 11 Giugno 2015 11:39 Data pubblicazione Scritto da Sara Michelucci

REGISTRATI CON FACEBOOK-TWITTER-G+



joomclub.net

- **DbGlove vince il contest GoBeyond**- **De Micheli: 'Nuove opportunità dall'agenda digitale'**- **#DigitalHybrid, le aziende puntano sui servizi digitali**

Roma - Come si trasformano i consumi degli italiani e come impattano i nuovi modelli digitali in questo cambiamento? Questo il tema centrale del **workshop dal titolo #DigitalHybrid, voluto da SisalPay**, la divisione per i servizi di pagamento di Sisal Group, aperto dal sottosegretario all'economia Paola De Micheli a cui hanno preso parte aziende leader tra cui Mastercard, PayPal, Roland Berger, Unicredit e

Trenitalia.

"L'Italia - afferma Burkhard Schwenker, chairman di Roland Berger Strategic Consultants - vede ancora un ritardo nell'evoluzione dei sistemi di pagamento con l'**83percento ancora cash rispetto a una media europea del 67percento**, registrando al contempo una crescita dell'8percento del commercio elettronico, sebbene il 34percento della popolazione non abbia mai usato internet. Questi dati, uniti alla penetrazione e fruizione del mobile, tra le più alte in Europa, faranno dell'Italia un mercato ideale per sviluppare modelli ibridi di consumo. La modernizzazione dei canali tradizionali e la semplificazione delle tecnologie e dei servizi di pagamento saranno fattori critici di successo".

PRIMA IL CONSUMATORE - Secondo **Maurizio Santacroce, direttore Payments e Services e membro del Board di Sisal Group** "con **SisalPay** abbiamo sviluppato un modello di business che punta ad anticipare l'evoluzione del mercato, focalizzandoci da sempre sui bisogni dei consumatori, affiancandoli nella gestione dei propri pagamenti quotidiani, che abbiamo reso semplici, veloci, comodi e sicuri. **Partendo dalla centralità del cliente abbiamo integrato le nostre digital properties, con la rete dei 40mila punti vendita**, creando occasioni di crescita e sviluppo in un contesto economico complesso. Al contempo abbiamo sviluppato oltre 100 partnership e abilitato oltre 500 servizi, arrivando a servire nel 2014, 12 milioni di consumatori con 200 milioni di transazioni per un controvalore di 7 miliardi. Crediamo dunque di rappresentare un interessante modello ibrido digitale, in costante evoluzione: siamo convinti che solo cambiando i benefici dei due canali, impresa e pubblica amministrazione potranno sviluppare e migliorare la qualità della relazione con i propri clienti".

Tweet

Pin it

Share

Tweet

ULTIMI EVENTI

11
GIU

"Social Media Week Rome 2015"

Casa del Cinema, Villa Borghese, Roma



La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off-line



Video correlati ▼

- CNH Industrial: in Cina per modernizzare l'agricoltura**
- P.S.Berlusconi: Mediaset all'attacco di Sky**
- Da luce e gas a semafori, dove passerà' banda ultralarga ...**



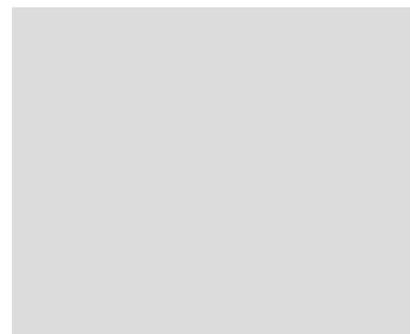
Commenta Invia

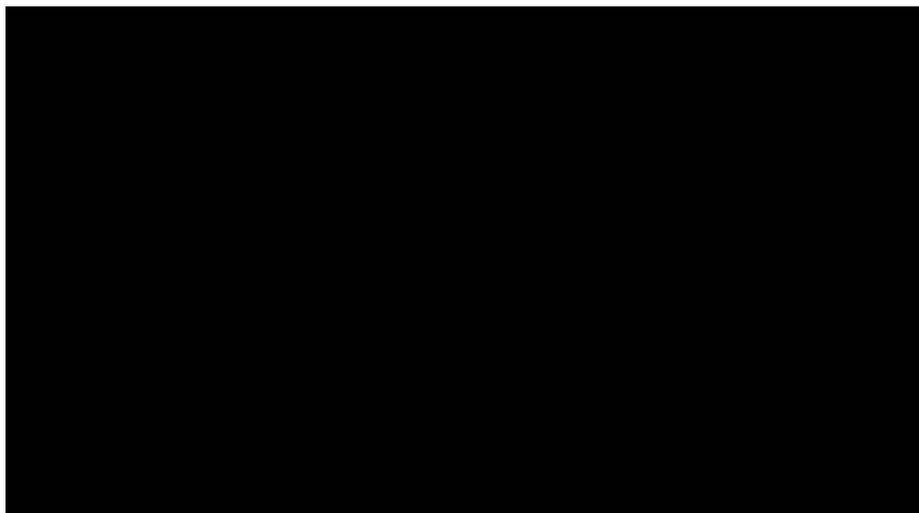
Informazioni sul video

Pubblicato il 10/06/15

Roma, (askanews) - Documentarsi in Rete su un prodotto prima di acquistarlo fisicamente in negozio. Oppure vederlo in uno store e poi comprarlo on line a prezzi più competitivi. Il consumo ha cambiato conformazione e negli ultimi anni gli acquisti on line, grazie al sopravvento degli smartphone, stanno aumentando a vista d'occhio. Ma c'è ancora una buona percentuale di chi acquista fisicamente al negozio, per esempio per testare dal vivo i prodotti o per affidarsi all'esperienza e alla cortesia del personale. Insomma, siamo di fronte a un "ibrido digitale" ed è proprio questo il tema del workshop organizzato da SisalPay giovedì 11 giugno, alle 11, al Tempio di Adriano, a Roma. La giornata di studio si intitola "#DigitalHybrid - L'evoluzione dei consumi nell'era digitale" e ha per tema proprio l'interazione per i consumatori con un modello fisico e online, attraverso un confronto tra aziende di servizio, leader a livello internazionale. L'acquisto, infatti, è sempre più diversificato: ci si informa online, ma si acquista off-line; oppure come è sempre più frequente si cercano informazioni in negozio, per poi comprare lo stesso prodotto sul Web: così solo combinando i benefici dei due canali, Imprese e Pubblica Amministrazione potranno sviluppare e migliorare la qualità della relazione con i propri clienti e le occasioni di consumo. SisalPay, il sistema di pagamento attuato attraverso la rete Sisal, si è adeguato al cambiamento e pensa a un ibrido che permetta sia di pagare online, sia fisicamente in uno dei 40 mila punti vendita del circuito, con semplicità, velocità e sicurezza. Il 2014 per SisalPay si è chiuso con un volume di transazioni di 6,9 miliardi di euro per i pagamenti. E Maurizio Santacroce, direttore della Divisione del Gruppo, ha annunciato di aver investito già 10 milioni di euro per rinnovare tutto il parco dei Pos, permettendo anche i pagamenti cashless in tutta la propria rete.

Embed: <object width="630" height="360"><param name="allowScriptAccess" value="always" /><param nar





La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off-line

Prova il nostro nuovo lettore

per askanews

0 visualizzazioni

Segui 931

Informazioni Export Aggiungi a

Roma, (askanews) - Documentarsi in Rete su un prodotto prima di acquistarlo fisicamente in negozio. Oppure vederlo in uno store e poi comprarlo on line a prezzi più competitivi. Il consumo ha cambiato conformazione e negli ultimi anni gli acquisti on line, grazie al sopravvento degli smartphone, stanno aumentando a vista d'occhio. Ma c'è ancora una buona percentuale di chi acquista fisicamente

Data di pubblicazione: 01/01/1970
Durata:

Dailymotion

Contatti
Stampa
Lavoro
Blog
Tutti i video

Programmi

Diventa partner
Dailymotion Publisher
Pubblicità
OpenVoD

Aiuto

Filtro Famiglia [ON](#)
Assistenza
Contatti

Note legali

Condizioni d'uso
Privacy dei dati
Contenuti non consent..
Rispetto del copyright
Protezione per i bambi..
Politica dei cookie

Strumenti

Dailymotion Games
Dailymotion Everywhe...
Stream Dailymotion
Uploader di massa
Jukebox
altro...

Sviluppatori

Area Sviluppatori
Dati API
API del player

Mercoledì, 10 Giugno 2015 - 14.41



[TEMI CALDI](#)
[CAOS MIGRANTI](#)
[CALCIOSCOMESSE](#)
[CRISI GRECA](#)
[MAFIA CAPITALE](#)
[REGIONALI 2015](#)
[FOCUS EXPO](#)

Home » attualità » La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off-line - La notizia

ECONOMIA INTERNA

La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off-line - La notizia

Convegno l'11 giugno a Roma sul nuovo modo di fare shopping

10 Giugno 2015

Roma, - Documentarsi in Rete su un prodotto prima di acquistarlo fisicamente in negozio. Oppure vederlo in uno store e poi comprarlo on line a prezzi più competitivi. Il consumo ha cambiato conformazione e negli ultimi anni gli acquisti on line, grazie al sopravvento degli smartphone, stanno aumentando a vista d'occhio. Ma c'è ancora una buona percentuale di chi acquista fisicamente al negozio, per esempio per testare dal vivo i prodotti o per affidarsi all'esperienza e alla cortesia del personale. Insomma, siamo di fronte a un 'ibrido digitale' ed è proprio questo il tema del workshop organizzato da SisalPay giovedì 11 giugno, alle 11, al Tempio di Adriano, a Roma. La giornata di studio si intitola '#DigitalHybrid - L'evoluzione dei consumi nell'era digitale' e ha per tema proprio l'interazione per i consumatori con un modello fisico e online, attraverso un confronto tra aziende di servizio, leader a livello internazionale. L'acquisto, infatti, è sempre più diversificato: ci si informa online, ma si acquista off-line; oppure come è sempre più frequente si cercano informazioni in negozio, per poi comprare lo stesso prodotto sul Web: così solo combinando i benefici dei due canali, Imprese e Pubblica Amministrazione potranno sviluppare e migliorare la qualità della relazione con i propri clienti e le occasioni di consumo. SisalPay, il sistema di pagamento attuato attraverso la rete Sisal, si è adeguato al cambiamento e pensa a un ibrido che permetta sia di pagare online, sia fisicamente in uno dei 40 mila punti vendita del circuito, con semplicità, velocità e sicurezza. Il 2014 per SisalPay si è chiuso con un volume di transazioni di 6,9 miliardi di euro per i pagamenti. E Maurizio Santacroce, direttore della Divisione del Gruppo, ha annunciato di aver investito già 10 milioni di euro per rinnovare tutto il parco dei Pos, permettendo anche i pagamenti cashless in tutta la propria rete.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TAG: Economia interna

43 Multimedia correlati



1 video VIDEO
La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off-line

43 Commenti

Non sono ancora presenti commenti sulla notizia, vuoi essere il primo?

LASCIA UN COMMENTO



Per scrivere un commento è necessario registrarsi oppure accedere con Twitter o Facebook: [Loggati](#) - [Registrati](#)

43 Articoli correlati



Ultima ora	Le TOP 5 di oggi
14:23	Pedofilia: si del Papa a norme vescovi
14:20	Ebola: dimesso infermiere Spallanzani
13:34	Divina Provvidenza: pm, arresto Azzollini
13:33	Inps, 61% lavoro stabile per sgravi
13:32	Inps, +155mila posti stabili
13:29	Pe, Mosca non più partner
» Tutte le Ultime ore	



Dalla nostra HomePage



INCHIESTA

Teleperformance ristrutturata in Italia e assume in Grecia

Il call center di Apple Italia seleziona nostri connazionali per la sede di Atene. Mentre a Taranto si

GUERRA Somalia, tra emergenza sbarchi e terrorismo

Allerta Isis, spettro carestia, violenze in crescita: si teme il disastro umanitario. Dopo 20 anni gli Stati Uniti

DIBATTITO Migranti, cosa resta di Noi con Salvini

Sui migranti Salvini prende le parti di Maroni e Zaia. E si dimentica del Sud. Colpa del flop in Meridione alle

#DigitalHybrid, l'evoluzione dei consumi dell'era digitale

0 Eventi 10 giugno 2015

PRINT EMAIL A- A+



Il workshop "#DigitalHybrid – L'evoluzione dei consumi dell'era digitale", organizzato da [SisalPay](#), si terrà a Roma l' 11 giugno 2015 alle ore 11 presso il Tempio di Adriano (Piazza di Pietra) e che al termine vedrà la premiazione del vincitore di GoBeyond.

Attraverso i dati dell'Osservatorio realizzato da Roland Berger e la testimonianza di relatori autorevoli, l'incontro metterà in evidenza come si sta trasformando il comportamento dei consumatori sul fronte consumi, sempre più orientati verso modelli ibridi che associano canali fisici e on-line.

Dopo il saluto di apertura di Paola De Micheli – Sottosegretario di Stato al Ministero dell'Economia e delle Finanze – e di Maurizio Santacroce – General Manager Payments and Services [Sisal Group](#) -, Burkhard Schwenker – Chairman di Roland Berger – presenterà lo scenario emerso dall'Osservatorio.

Seguirà la tavola rotonda a cui parteciperanno: Paolo Battiston – Division President Italy & Greece MasterCard Europe -; Angelo Meregalli – General Manager PayPal Italia -; Alberto Naef – Head of Global Marketing and Executive Vice President Unicredit S.p.A. -; Ernesto Sicilia, Chief Strategy Officer Trenitalia.

L'incontro sarà anche l'occasione per annunciare il vincitore di GoBeyond, il contest ideato e promosso da [SisalPay](#) per trasformare i progetti imprenditoriali in realtà di successo.

Il vincitore, scelto tra i tre finalisti DbGlove, LyB – Leave Your Baggage e Remidi T8, riceverà oltre a un contributo economico iniziale di 50mila euro, anche e soprattutto l'expertise di realtà d'eccellenza quali Google, Gruppo Condé Nast, RTL 102.5 e di una rete di partner selezionati tra le più prestigiose aziende che operano sul territorio italiano, che per sei mesi sosterranno il neo imprenditore nelle fasi dello sviluppo dell'impresa.

Altri articoli sull'argomento:

[GoBeyond ha annunciato i tre finalisti sul palco del Wired Next Fest](#) Sono DbGlove, LyB - Leave Your Baggage e Remidi T8 i tre finalisti selezionati tra le 219 idee candidate a GoBeyond, il contest ideato e promosso da [SisalPay](#) per trasformare...

[GoBeyond di Sisal Pay, continua la raccolta delle idee imprenditoriali](#) GoBeyond, il progetto ideato da [SisalPay](#) per dare un impulso concreto allo sviluppo e al consolidamento di nuove idee imprenditoriali italiane. L'iniziativa vuol dare una risposta concreta ad uno scenario...

[GoBeyond, il contest per startup innovative di SisalPay](#) GoBeyond è il progetto ideato da [SisalPay](#) in collaborazione con Condé Nast, Google, RTL e Wired. Si tratta di un progetto aperto a studenti, imprenditori e a chiunque abbia un'idea imprenditoriale innovativa. Per partecipare al...

[Aperte le iscrizioni al MasterCard Start Path Europe](#) Il programma Start Path Europe dura 12 mesi, durante i quali alle startup viene fornito un supporto personalizzato per risolvere le priorità specifiche di ognuna di esse. Le startup partecipanti...

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Email Address

Subscribe

INCUBATORI



[Nuova sede e nuove startup per l'incubatore Nana Bianca](#)



[Smart working, Regus punta su Milano in occasione di Expo](#)



[Al via la prima startup del progetto 4Innovation](#)

BUSINESS ANGELS



[Il Club degli Investitori chiude il primo quadrimestre dell'anno con investimenti pari a 1,7 milioni di euro](#)

[Italian Angels for Growth e b-ventures insieme per sviluppare i migliori progetti di startup](#)

Boot camp EGS, Startup per la PA con la premiazione di 3 progetti eGov/eProcurement Come migliorare attività e processi delle pubbliche amministrazioni, anche attraverso la carica innovativa delle startup? Se ne discute il 7 e l'8 Febbraio a Verona al BOOT CAMP EGS, organizzato...



POSTED BY REDAZIONE STARTUPPER

Il fenomeno dello startup delle imprese innovative in fase di gestazione e delle figure che ruotano attorno ad esse, quali il business angel, il venture capital e appunto lo startupper.



LIKE TO SHARE?

NEWER POST

I Giovani di Confindustria premiano i droni a servizio del territorio

OLDER POST

cheFare3, 150.000 euro il monte premi

LEAVE A REPLY

Your email address will not be published.

Name *

Email *

Website

Comment

POST COMMENT

Associazione IBAN, Investment Compact un altro passo avanti per il Sistema Start Up



VENTURE CAPITAL



Gourmant.com, 470.000€ di round per il food digitale



150mila euro per ZenUp, startup dell'incubatore del Polo Tecnologico di Navacchio



Edenred insieme al Protocollo di Milano per ridurre lo spreco alimentare

FIERE E CONVEGNI



Artigiano in Fiera, a Milano torna l'appuntamento con l'artigianato



Stati generali della Green Economy, a Rimini Fiera il 5 e 6 novembre



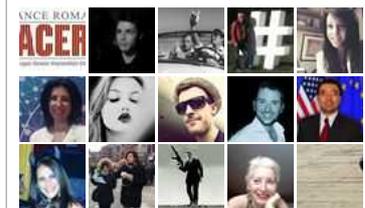
A Roma è MOA Casa 2014

GOOGLE PLUS

METTI UN LIKE SU FACEBOOK



Startupper piace a 147 persone.



Plug-in sociale di Facebook

DAL MONDO DELL'IMPRESA

- > In Media Res ufficio stampa di PiùUDITO
- > Costruzioni, un catalogo delle pmi che operano all'estero
- > Cosimo Inferrera, Comitato Peloritano Ponte Subito

Si ringrazia per il supporto:



Startupper Magazine

Testata giornalistica digitale dedicata al mondo dello StartUp d'Impresa - Direttore Responsabile Carmelo Cutuli
Iscrizione ROC n. 23937 del 31/10/2013 - Sezione 'Editoria Digitale'
Editore: Associazione TWS - Roma. C.F.97757920588

Mi piace 86mila RSS REGISTRAZIONE CERCA

affaritaliani.it aiTV

POLITICA ESTERI ECONOMIA CRONACHE CULTURE COSTUME SPETTACOLI SPORT MILANO ROMA REGIONI

FATTI E CONTI MARKETING MEDIATECH FOOD SALUTE IL SOCIALE MOTORI MISTERI VIAGGI MODA FOTO aiTV

ECONOMIA

La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off-line

Mercoledì, 10 giugno 2015 - 10:19:55

Roma, (askanews) - Documentarsi in Rete su un prodotto prima di acquistarlo fisicamente in negozio. Oppure vederlo in uno store e poi comprarlo on line a prezzi più competitivi. Il consumo ha cambiato conformazione e negli ultimi anni gli acquisti on line, grazie al sopravvento degli smartphone, stanno aumentando a vista d'occhio. Ma c'è ancora una buona percentuale di chi acquista fisicamente al negozio, per esempio per testare dal vivo i prodotti o per affidarsi all'esperienza e alla cortesia del personale. Insomma, siamo di fronte a un "ibrido digitale" ed è proprio questo il tema del workshop organizzato da SisalPay giovedì 11 giugno, alle 11, al Tempio di Adriano, a Roma. La giornata di studio si intitola "#DigitalHybrid - L'evoluzione dei consumi nell'era digitale" e ha per tema proprio l'interazione per i consumatori con un modello fisico e online, attraverso un confronto tra aziende di servizio, leader a livello internazionale. L'acquisto, infatti, è sempre più diversificato: ci si informa online, ma si acquista off-line; oppure come è sempre più frequente si cercano informazioni in negozio, per poi comprare lo stesso prodotto sul Web: così solo combinando i benefici dei due canali, Imprese e Pubblica Amministrazione potranno sviluppare e migliorare la qualità della relazione con i propri clienti e le occasioni di consumo. SisalPay, il sistema di pagamento attuato attraverso la rete Sisal, si è adeguato al cambiamento e pensa a un ibrido che permetta sia di pagare online, sia fisicamente in uno dei 40 mila punti vendita del circuito, con semplicità, velocità e sicurezza. Il 2014 per SisalPay si è chiuso con un volume di transazioni di 6,9 miliardi di euro per i pagamenti. E Maurizio Santacroce, direttore della Divisione del Gruppo, ha annunciato di aver investito già 10 milioni di euro per rinnovare tutto il parco dei Pos, permettendo anche i pagamenti cashless in tutta la propria rete.

ECONOMIA

VEDI TUTTI



Stiglitz: Pil Usa sta ricrollando, non siamo sulla strada giusta



Il Nobel Stiglitz: Quantitative easing aumenta le disuguaglianze



Il Nobel Stiglitz: servono genitori ricchi o va tutto storto



Festival di Trento, Stiglitz: Obama sbaglia politica economica

Shopping : Scegli il tuo Smartphone con **Ciao!**

ASKANEWS.IT

La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off-line

Convegno l'11 giugno a Roma sul nuovo modo di fare shopping

Roma, (askanews) - Documentarsi in Rete su un prodotto prima di acquistarlo fisicamente in negozio. Oppure vederlo in uno store e poi comprarlo on line a prezzi più competitivi. Il consumo ha cambiato conformazione e negli ultimi anni gli acquisti on line, grazie al sopravvento degli smartphone, stanno aumentando a vista d'occhio. Ma c'è ancora una buona percentuale di chi acquista fisicamente al negozio, per esempio per testare dal vivo i prodotti o per affidarsi all'esperienza e alla cortesia del personale. Insomma, siamo di fronte a un "ibrido digitale" ed è proprio questo il tema del workshop organizzato da SisalPay giovedì 11 giugno, alle 11, al Tempio di Adriano, a Roma.

La giornata di studio si intitola "#DigitalHybrid - L'evoluzione dei consumi nell'era digitale" e ha per tema proprio l'interazione per i consumatori con un modello fisico e online, attraverso un confronto tra aziende di servizio, leader a livello internazionale. L'acquisto, infatti, è sempre più diversificato: ci si informa online, ma si acquista off-line; oppure come è sempre più frequente si cercano informazioni in negozio, per poi comprare lo stesso prodotto sul Web: così solo combinando i benefici dei due canali, Imprese e Pubblica Amministrazione potranno sviluppare e migliorare la qualità della relazione con i propri clienti e le occasioni di consumo.

SisalPay, il sistema di pagamento attuato attraverso la rete Sisal, si è adeguato al cambiamento e pensa a un ibrido che permetta sia di pagare online, sia fisicamente in uno dei 40 mila punti vendita del circuito, con semplicità, velocità e sicurezza. Il 2014 per SisalPay si è chiuso con un volume di transazioni di 6,9 miliardi di euro per i pagamenti. E Maurizio Santacroce, direttore della Divisione del Gruppo, ha annunciato di aver investito già 10 milioni di euro per rinnovare tutto il parco dei Pos, permettendo anche i pagamenti cashless in tutta la propria rete.

Home > Economia > La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off-line

ECONOMIA

La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off-line

Autore: **Redazione** - 10 giugno 2015

CONDIVIDI



Roma, – Documentarsi in Rete su un prodotto prima di acquistarlo fisicamente in negozio. Oppure vederlo in uno store e poi comprarlo on line a prezzi più competitivi. Il consumo ha cambiato conformazione e negli ultimi anni gli acquisti on line, grazie al sopravvento degli smartphone, stanno aumentando a vista d'occhio. Ma c'è ancora una buona percentuale di chi acquista fisicamente al negozio, per esempio per testare dal vivo i prodotti o per affidarsi all'esperienza e alla cortesia del personale. Insomma, siamo di fronte a un "ibrido digitale" ed è proprio questo il tema del workshop organizzato da SisalPay giovedì 11 giugno, alle 11, al Tempio di Adriano, a Roma.

La giornata di studio si intitola "#DigitalHybrid – L'evoluzione dei consumi nell'era digitale" e ha per tema proprio l'interazione per i consumatori con un modello fisico e online, attraverso un confronto tra aziende di servizio, leader a livello internazionale. L'acquisto, infatti, è sempre più diversificato: ci si informa online, ma si acquista off-line; oppure come è sempre più frequente si cercano informazioni in negozio, per poi comprare lo stesso prodotto sul Web: così solo combinando i benefici dei due canali, Imprese e Pubblica Amministrazione potranno sviluppare e migliorare la qualità della relazione con i propri clienti e le occasioni di consumo.

SisalPay, il sistema di pagamento attuato attraverso la rete Sisal, si è adeguato al cambiamento e pensa a un ibrido che permetta sia di pagare online, sia fisicamente in uno dei 40 mila punti vendita del circuito, con semplicità, velocità e sicurezza. Il 2014 per SisalPay si è chiuso con un volume di transazioni di 6,9 miliardi di euro per i pagamenti. E Maurizio Santacroce, direttore della Divisione del Gruppo, ha annunciato di aver investito già 10 milioni di euro per rinnovare tutto il parco dei Pos, permettendo anche i pagamenti cashless in tutta la propria rete.

f 3,340 Fans COME

g+ 579 Abbonati +1

t 859 Seguito SEGUIRE

▶ 13 Abbonati ABBONARSI

Gruppo ambientalista Usa dovrà risarcire baleniere giapponesi

10 giugno 2015

Bologna festeggia tutta la notte per il ritorno in A

10 giugno 2015

Fukushima, rimozione combustibile radioattivo reattore rimandata

10 giugno 2015

Riforma delle pensioni, oggi 10 maggio 2015: Boeri rilancia il contributo...

10 giugno 2015

Amnistia e indulto 2015, Carceri: ultime novità ad oggi 10 giugno...

10 giugno 2015



Qui trovi le ultime notizie aggiornate sul mondo dell'economia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CONDIVIDI



Articolo Precedente

Riforma delle pensioni, oggi 10 maggio 2015: Boeri rilancia il contributo di solidarietà

Prossimo Articolo

Legnini: entro l'anno Csm vara pacchetto di riforme interne

Le foto presenti su ContattoNews.it sono state in larga parte prese da Internet, e quindi valutate di pubblico dominio. Se i soggetti o gli autori avessero qualcosa in contrario alla pubblicazione, non avranno che da segnalarlo alla redazione, all'indirizzo mail: info@contattonews.it, che provvederà prontamente alla rimozione delle immagini utilizzate.

domenica24 casa24 moda24 plus24 motori24 job24 stream24 viaggi24 salute24 shopping24 radio24 + altri

Cerca

MY

Accedi



Il Sole 24 ORE STREAM24

Mercoledì 10 Giugno 2015

How To Spend It

NEW! Italy24

Professioni e

Business School ed eventi

Bepchedati

Strumenti di lavoro

Versione digitale

f t g s

HOME

ITALIA

MONDO

NORME & TRIBUTI

FINANZA & MERCATI

IMPRESA & TERRITORI

NOVA24 TECH

PLUS24 RISPARMIO

COMMENTI & INCHIESTE

STORE24

Acquista & abbonati

ECONOMIA

RICERCA LIBERA

SCEGLI CANALE

Tutti i canali

RICERCA

HOME

VIDEO

FOTO

CANALI

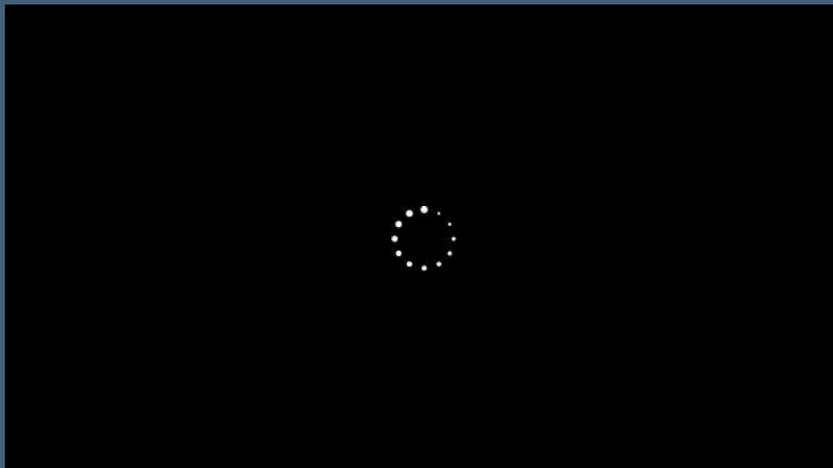
24ORE.TV

Economia Italia Mondo Norme e Tributi Finanza e Mercati Tecnologie Cultura Sport

Il Sole 24 Ore > Stream24 > Archivio > Economia

La strategia SisalPay: è l'ibrido digitale, tra Web e off line

10 Giugno 2015



ULTIMI



Grana Padano al Japan Tour

Durata: 04:14



Grana Padano al Japan Tour

Durata: 04:14



Mafia Capitale, Buzzi si confida su gare e finanziamenti pubblici

Durata: 00:07

I PIU VISTI



Parlamento Ue sdogana le famiglie gay: le leggi si adeguino

Durata: 00:00



Mafia Capitale, Buzzi si confida su gare e finanziamenti pubblici

Durata: 00:07



7° Luxury Summit: la diretta streaming

DESCRIZIONE

Roma, (askanews) - Documentarsi in Rete su un prodotto prima di acquistarlo fisicamente in negozio. Oppure vederlo in uno store e poi comprarlo on line a prezzi più competitivi. Il consumo ha cambiato conformazione e negli ultimi anni gli acquisti on line, grazie al sopravvento degli smartphone, stanno aumentando a vista d'occhio. Ma c'è ancora una buona percentuale di chi acquista fisicamente al negozio, per esempio per testare dal vivo i prodotti o per affidarsi all'esperienza e alla cortesia del personale. Insomma, siamo di fronte a un "ibrido digitale" ed è proprio questo il tema del workshop organizzato da SisalPay giovedì 11 giugno, alle 11, al Tempio di Adriano, a Roma. La giornata di studio si intitola "#DigitalHybrid - L'evoluzione dei consumi nell'era digitale" e ha per tema proprio l'interazione per i consumatori con un modello fisico e online, attraverso un confronto tra aziende di servizio, leader a livello internazionale. L'acquisto, infatti, è sempre più diversificato: ci si informa online, ma si acquista off-line, oppure come è sempre più frequente si cercano informazioni in negozio, per poi comprare lo stesso prodotto sul Web: così solo combinando i benefici dei due canali, Imprese e Pubblica Amministrazione potranno sviluppare e migliorare la qualità della relazione con i propri clienti e le occasioni di consumo. SisalPay, il sistema di pagamento attuato attraverso la rete Sisal, si è adeguato al cambiamento e pensa a un ibrido che permetta sia di pagare online, sia fisicamente in uno dei 40 mila punti vendita del circuito, con semplicità, velocità e sicurezza. Il 2014 per SisalPay si è chiuso con un volume di transazioni di 6,9 miliardi di euro per i pagamenti. E Maurizio Santacroce, direttore della Divisione del Gruppo, ha annunciato di aver investito già 10 milioni di euro per rinnovare tutto il parco dei Pos, permettendo anche i pagamenti cashless in tutta la propria rete.

PARTECIPA

ULTIMI MEDIA

ULTIMI VIDEO DI ECONOMIA

