

La Cina leader nelle transazioni Online

La Cina leader nelle transazioni Online

In Cina il commercio online sta esplodendo su tutti i dispositivi, di conseguenza, le operazioni di pagamento online stanno aumentando vertiginosamente (si stima che, nel terzo semestre del 2015, i cinesi abbiano speso più di 2,42 miliardi di Yuan Cinesi).

Questo fenomeno si deve, oltre che all'aumentare della ricchezza pro-capite e alla possibilità di acquistare dispositivi con connessione a internet a prezzi competitivi, alla propensione degli utenti cinesi ad affidarsi a sistemi di pagamento online come il famoso Alipay, di proprietà di Alibaba (gigante dell'e-commerce orientale) e principale metodo di pagamento per i siti come Taobao, Tmall e molti altri.

Altro colosso dell'e-commerce, nonché concorrente di Alibaba, è Tenpay, di proprietà del più popolare social network cinese, WeChat. Wechat è una piattaforma che conta quasi 700 milioni di utenti ogni mese, formata da: un tool di messaggistica simile a WhatsApp, un feed di notizie come quello di Facebook e un metodo di pagamento uguale a quello di PayPal. Infatti grazie a quest'ultimo gli utenti sono in grado di effettuare transazioni direttamente all'interno dell'applicazione via smartphone. Comodissimo.

I due colossi combinati, hanno occupato il 90% della torta dei pagamenti tramite mobile nel corso dell'ultimo semestre del 2015, percentuale in aumento che non sembra voler diminuire.

Nella Cina di un futuro non tanto lontano, le transazioni in contanti apparterranno al passato

L'abitudine ai pagamenti online è entrata nella quotidiana in una maniera tale per cui è possibile effettuare qualsiasi tipo di pagamento tramite mobile o computer. I cinesi, al momento della transazione tirano fuori molto più spesso il proprio smartphone piuttosto che il portafoglio, questo grazie a una delle due app citate che permettono il trasferimento di somme di denaro tramite una scannerizzazione del QRcode collegato al proprio conto bancario.

Il nostro primo pensiero quando parliamo di pagamenti online: la sicurezza

La fiducia nel metodo di pagamento deve essere sempre al primo posto quando si parla di e-commerce e di pagamenti online, infatti il pericolo di frodi e la sicurezza del trattamento dei dati personali è in cima alle priorità degli utenti di tutto il mondo. Questa è una delle ragioni per cui Alipay e Tenpay sono le due piattaforme preferite per le transazioni online: sono le più sicure, le più affidabili e le più convenienti. Nell'e-commerce, per esempio, consentono che il venditore sia pagato solo dopo che il prodotto viene ricevuto dal compratore: Alipay, dopo aver informato il commerciante che il pagamento è stato effettuato, detiene il pagamento dell'acquirente fino a quando il cliente conferma che la merce è stata consegnata. A questo punto i fondi vengono ricondotti al venditore.

In conclusione

L'innovazione e la consolidata familiarità della maggior parte della popolazione di tutte le età nelle transazioni online, apre un nuovo mondo nella gestione delle microtransazioni quotidiane. I numeri parlano chiaro: un giorno l'online, sopperirà totalmente all'utilizzo della carta sonante. Il Mobile Payment non è un caso solamente cinese, si sta anche rapidamente diffondendo in Europa, Italia compresa, dove si prevede che per il 2020 il 25% delle transazioni non effettuate in contanti, avverranno tramite strumenti alternativi tra cui appunto il Mobile Payment e Alipay.

Zhang Jindong: dalla Cina con furore

Zhang Jindong: dalla Cina con furore

Come già ampiamente coperto dalla stra grande maggioranza dei giornali sportive (e non) tutti gli appassionati di calcio sono al corrente che ormai l'Inter è per il 70% di proprietà del gruppo Cinese Suning Group. Ma chi c'è alla testa di questo enorme conglomerato?

La grande multinazionale, è la risposta cinese a Jeff Bezos (CEO e Founder di Amazon.com), Zhang Jindong.

In soli 15 anni, il piccolo negozietto nella periferia di Nancino si trasforma in una delle 10 aziende più grandi di tutta la Cina con un fatturato di quasi 16 miliardi di Euro. Prima società straniera ad avere il proprio dipartimento di ricerca e sviluppo nella Silicon Valley e proprietaria del 20%

di tutto il mercato cinese dei prodotti elettronici.

Jindong, come la maggior parte degli imprenditori, è anche un eccellente investor. Investe nella fornitura di materie prime, nel commercio al dettaglio, nell'e-commerce e persino nei prodotti per bambini e neo madri. Gli piace il calcio e decide di entrare in questo fantastico palcoscenico. Diventa così proprietario dello Jiangsu, squadra militante nel primo campionato cinese. Qui le strade si incrociano con quelle dell'Inter, rimane colpito dal club, e decide di passare alle luci della ribalta del calcio europeo. Il resto è già storia.

Ultima curiosità, grazie a questa nuova acquisizione per la prima volta gli investimenti cinesi all'estero hanno superato gli investimenti stranieri in Cina.

Gucci Brucia La Sua Reputazione Sul Mercato Cinese

Gucci Brucia La Sua Reputazione Sul Mercato Cinese

Gucci e la sua madre francese Kering, hanno avuto un corso accelerato di sensibilità culturale, dopo che i suoi legali hanno inviato una lettera di diffida ai rivenditori di Hong Kong che vendevano borse di carta da bruciare per l'annuale Qingming Festival (festività comparabile al nostro Primo Novembre). Non è mancata la condanna da parte dell'opinione pubblica e dei media, provocando non poca pubblicità negativa anche fuori dalla nazione.

Gucci e la sua madre francese Kering, hanno avuto un corso

accelerato di sensibilità culturale, dopo che i suoi legali hanno inviato una lettera di diffida ai rivenditori di Hong Kong che vendevano borse di carta da bruciare per l'annuale Qingming Festival (festività comparabile al nostro Primo Novembre). Non è mancata la condanna da parte dell'opinione pubblica e dei media, provocando non poca pubblicità negativa anche fuori dalla nazione.

La Kering, ha subito risposto scusandosi con un comunicato stampa, asserendo "di avere il massimo rispetto per quanto riguarda il contesto funebre, non avendo intenzione di procedere legalmente contro i negozianti che hanno violato il marchio Gucci. -giustificandosi che- "Le lettere sono state inviate come procedura di routine per la protezione della proprietà intellettuale."

La Kering ha quindi riconosciuto l'errore e si è scusata per il malinteso causato dalle lettere, notizia che senza dubbio porterà sollievo ai rivenditori locali. La pratica di bruciare repliche cartacee di oggetti reali, fa parte di un lungo retaggio e profondo retaggio culturale, le offerte includono anche modelli di carta di auto di lusso, gatti, cani, sigarette, iPhone e birra, anche di marca.

Per concludere, Gucci ha dimostrato di non avere sensibilità culturale, non riconoscendo il profondo segno di rispetto che i consumatori nutrono per il brand e per lo status aspirazionale che questo garantisce. Infatti la popolazione non brucia semplicemente una borsa o una scarpa per farla arrivare nell'aldilà, ma brucia un prodotto di lusso, identificandolo come "il migliore" disponibile.