CONCESSO IN LICENZA SOLO PER USO INDIVIDUALE

The Forrester Wave™: fornitori di servizi di pagamento per commercianti, 3° trim. 2020

I dieci principali fornitori e come si posizionano

A cura di Lily Varon
23 settembre 2020

Perché leggere questo report

Nella nostra valutazione dei fornitori di servizi di pagamento per commercianti, basata su 23 criteri, abbiamo identificato le 10 aziende principali, ACI Worldwide, Adyen, Cybersource, Fiserv, Global Payments, J.P. Morgan, PayPal, Stripe, Worldline e Worldpay from FIS, e le abbiamo esaminate, analizzate e valutate. Questo report descrive il posizionamento di ciascun fornitore e aiuta i professionisti delle strategie di business digitale a scegliere quello più adatto alle proprie esigenze.

Concetti chiave

Stripe e Adyen sono in testa alla classifica
La ricerca di Forrester ha evidenziato un mercato in cui Stripe e Adyen sono i leader; Fiserv, Worldpay from FIS, PayPal, Worldline e J.P. Morgan sono aziende di punta e ACI Worldwide, Global Payments e Cybersource sono i concorrenti.

Capacità di scala, tecnologia e velocità di innovazione sono i principali fattori distintivi
I commercianti globali devono bilanciare la capacità di scala e la localizzazione, i commercianti omnicanale puntano al consolidamento e ad esperienze di pagamento senza interruzioni, mentre i commercianti più all'avanguardia sotto il profilo tecnologico cercano fornitori in grado di tenere il passo con il cambiamento. Al giorno d'oggi, è difficile che un unico fornitore di servizi di pagamento possa soddisfare pienamente tutte queste esigenze.

Questo PDF è concesso in licenza solo per uso individuale se scaricato dal sito forrester.com o reprints.forrester.com. Qualsiasi altra distribuzione è vietata.

The Forrester Wave™: fornitori di servizi di pagamento per commercianti, 3° trim. 2020

I dieci principali fornitori e come si posizionano

A cura di Lily Varon
Con la collaborazione di Fiona Swerdlow, Sara Sjoblom, Nicole Murgia e Nicole Lesperance
23 settembre 2020

Sommario

2 **I commercianti cercano un equilibrio tra costi, capacità di scala e modernità nella scelta dei loro fornitori di servizi di pagamento**

3 **Riepilogo della valutazione**

7 **Offerte dei fornitori**

7 **Profili dei fornitori**

Leader

Aziende di punta

Concorrenti

13 **Panoramica della valutazione**

Criteri di inclusione dei fornitori

14 **Materiale supplementare**

Documenti di ricerca correlati

COVID-19, Contactless Payments, And Retailer Concerns: The State Of Payments In The US

Now Tech: Merchant Payment Providers, Q3 2020

State Of Alternative Payments Acceptance In US Retail

Condividete i report con i colleghi. Migliorate la vostra partecipazione con Research Share.

FORRESTER®

Forrester Research, Inc., 60 Acorn Park Drive, Cambridge, MA 02140 Stati Uniti
+1 617-613-6000 | Fax: +1 617-613-5000 | forrester.com

© 2020 Forrester Research, Inc. Le opinioni espresse riflettono il giudizio al momento della redazione del documento e sono soggette a modifiche. Forrester®, Technographics®, Forrester Wave, TechRadar e Total Economic Impact sono marchi di Forrester Research, Inc. Tutti gli altri marchi sono di proprietà delle rispettive società. La copia o la distribuzione non autorizzata costituisce una violazione della legge sul copyright. Citations@forrester.com oppure +1 866-367-7378

I commercianti cercano un equilibrio tra costi, capacità di scala e modernità nella scelta dei loro fornitori di servizi di pagamento

I pagamenti sono un asset invisibile ma prezioso. Invisibile perché le migliori esperienze di pagamento sono rapide, agevoli e, sempre più spesso, quasi impercettibili. Prezioso perché i profitti dei commercianti dipendono dai pagamenti. Il problema è che il panorama dei pagamenti è particolarmente complesso: un mix di tecnologie nuove e obsolete, regolamenti rigidi e un continuo avvicendarsi di nuovi mandati, operatori e modelli operativi.

I commercianti globali cercano servizi di accettazione dei pagamenti internazionalizzati e localizzati. I commercianti omnicanale desiderano consolidare le esperienze di pagamento dei loro clienti. E i commercianti tecnologicamente più all'avanguardia vogliono stare al passo con il ritmo dei cambiamenti. Per far fronte alle esigenze dei loro clienti, i prestatori di servizi di pagamento per i commercianti hanno realizzato importanti fusioni e acquisizioni, ridefinito le architetture e/o lanciato nuovi prodotti. I fornitori di servizi di pagamento per i commercianti dovrebbero cercare fornitori in grado di:

- **Soddisfare le esigenze di globalizzazione.** Questi fornitori, che a volte dispongono di uffici in più di 30 paesi, consentono ai commercianti di accettare metodi di pagamento in tutto il mondo. Dopo essersi posti la domanda iniziale "Possiamo accettare il [metodo di pagamento X]?", i commercianti dovrebbero chiedersi "Come si ottengono le migliori prestazioni dal [metodo di pagamento X]?". I fornitori stanno mettendo a punto connessioni più efficaci, ambienti di test più realistici e prassi di analisi più approfondite per una gamma più ampia di metodi di pagamento, anche non basati su carte. E stanno facendo altrettanto per quanto riguarda le banche locali e i sistemi di pagamento in più paesi. Per gli acquirer, anche i regolamenti transfrontalieri e la gestione dei fondi sono servizi fondamentali per sostenere l'attività dei commercianti globali.
- **Supportare i flussi di pagamento rilevanti per l'azienda.** I fornitori hanno tradizionalmente supportato i flussi legati all'accettazione dei pagamenti, o "pay-in". Ma poiché i commercianti hanno iniziato ad adottare modelli di business basati su abbonamenti o sul marketplace o hanno comunque introdotto flussi di pagamento innovativi, i fornitori stanno adeguando e ampliando la gamma dei servizi offerti per supportare tali esigenze. Questi fornitori stanno introducendo servizi di gestione degli abbonamenti, versamenti o payout e altre funzionalità nelle loro offerte per supportare i diversi flussi di pagamento dei commercianti.
- **Stare al passo in termini di cambiamento e innovazione tecnologica.** Questi fornitori stanno creando e potenziando le loro architetture e API in base alle specifiche più recenti. L'architettura software di alcuni fornitori, diversamente da quella di altri operatori, è particolarmente adatta all'iterazione. Un'altra area in cui conta molto la capacità dei fornitori di tenersi al passo è l'adozione o l'adeguamento alle continue innovazioni del settore e alle modifiche degli obblighi normativi. Alcuni fornitori si muovono rapidamente, mentre altri sono più cauti nell'implementazione di nuove funzioni. Ma gli operatori più lenti a innovare sono spesso quelli di dimensioni maggiori che, in quanto tali, esercitano un'influenza sul settore e sulle reti, talvolta per conto della loro clientela.

© 2020 Forrester Research, Inc. La copia o la distribuzione non autorizzata costituisce una violazione della legge sul copyright.
Citations@forrester.com oppure +1 866-367-7378

Riepilogo della valutazione

La valutazione di Forrester Wave™ ha identificato i leader, le aziende di punta, i concorrenti e gli sfidanti. Si tratta di una valutazione dei principali fornitori del mercato, che non rappresenta l'intero panorama degli operatori. Ulteriori informazioni su questo mercato sono disponibili nel nostro report "Now Tech: Merchant Payment Providers, Q3 2020".

Questa valutazione è da intendersi unicamente come punto di partenza e invitiamo i clienti a visualizzare le valutazioni dei prodotti e ad adattare le ponderazioni dei criteri utilizzando lo strumento di confronto dei fornitori basato su Excel (vedere la Figura 1 e la Figura 2). Per scaricare lo strumento, fare clic sul collegamento all'inizio di questo report pubblicato su Forrester.com.

© 2020 Forrester Research, Inc. La copia o la distribuzione non autorizzata costituisce una violazione della legge sul copyright.
Citations@forrester.com oppure +1 866-367-7378

FIGURA 1 Forrester Wave™: fornitori di servizi di pagamento per commercianti, 3° trim. 2020

© 2020 Forrester Research, Inc. La copia o la distribuzione non autorizzata costituisce una violazione della legge sul copyright.
Citations@forrester.com oppure +1 866-367-7378

FIGURA 2 Forrester Wave™: scheda di valutazione dei fornitori di servizi di pagamento per commercianti, 3° trim. 2020

	Ponderazione di Forrester	ACI Worldwide	Adyen	Cybersource	Fiserv	Global Payments	J. P. Morgan	PayPal	Stripe	Worldline	Worldpay from FIS
Offerta attuale	50 %	2,15	3,90	1,75	3,00	2,50	2,50	3,00	4,00	3,20	3,80
Acquiring a livello globale	5 %	1,00	3,00	1,00	5,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00
Pagamenti con carta (online)	5 %	1,00	5,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	5,00	1,00	5,00
Pagamenti senza carta o alternativi (online)	10 %	5,00	3,00	1,00	3,00	1,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00
Pagamenti omnicanale e di persona	15 %	3,00	5,00	1,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	5,00	3,00
Tokenizzazione e gestione	5 %	3,00	5,00	1,00	5,00	3,00	3,00	5,00	5,00	3,00	5,00
Abbonamenti e pagamenti ricorrenti	5 %	1,00	3,00	1,00	3,00	1,00	3,00	1,00	5,00	1,00	3,00
Pagamenti su piattaforma/ marketplace	5 %	1,00	3,00	1,00	3,00	1,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00
Payout e versamenti	5 %	1,00	3,00	1,00	5,00	5,00	5,00	3,00	3,00	3,00	5,00
Gestione valutaria e regolamento	5 %	0,00	3,00	0,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	5,00
Reporting, riconciliazione e dati	10 %	1,00	3,00	3,00	3,00	1,00	3,00	1,00	5,00	3,00	5,00
Prevenzione delle frodi	5 %	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
API e architettura	10 %	3,00	5,00	1,00	1,00	3,00	1,00	3,00	5,00	3,00	3,00
Aggiornamenti e gestione delle release	5 %	3,00	5,00	3,00	1,00	3,00	3,00	5,00	5,00	3,00	3,00
Strumenti per gli sviluppatori e documentazione	5 %	1,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00
Integrazioni di terze parti	5 %	1,00	3,00	5,00	3,00	3,00	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00

Tutti i punteggi si basano su una scala da 0 (debole) a 5 (efficace).

© 2020 Forrester Research, Inc. La copia o la distribuzione non autorizzata costituisce una violazione della legge sul copyright.
Citations@forrester.com oppure +1 866-367-7378

FIGURA 2 Forrester Wave™: scheda di valutazione dei fornitori di servizi di pagamento per commercianti, 3° trim. 2020 (segue)

	Ponderazione di Forrester	ACI Worldwide	Adyen	Cybersource	Fiserv	Global Payments	J.P. Morgan	PayPal	Stripe	Worldline	Worldpay from FIS
Strategia	50 %	3,20	4,00	3,00	4,00	2,40	3,20	3,60	4,20	3,40	3,00
Visione del prodotto	20 %	3,00	5,00	3,00	3,00	1,00	3,00	5,00	5,00	1,00	3,00
Approccio di mercato	20 %	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	5,00	3,00
Miglioramenti pianificati	20 %	3,00	3,00	5,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Roadmap per l'innovazione	20 %	5,00	5,00	1,00	5,00	3,00	3,00	5,00	5,00	5,00	3,00
Prodotti e servizi di supporto	10 %	1,00	3,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	5,00	3,00	1,00
Ecosistema di partner	10 %	3,00	5,00	3,00	5,00	3,00	5,00	1,00	1,00	3,00	5,00
Presenza sul mercato	0 %	3,00	1,00	3,00	5,00	5,00	4,00	4,00	2,00	2,00	4,00
Volume di elaborazione totale	50 %	5,00	1,00	3,00	5,00	5,00	5,00	3,00	1,00	1,00	5,00
Numero di clienti	50 %	1,00	1,00	3,00	5,00	5,00	3,00	5,00	3,00	3,00	3,00

Tutti i punteggi si basano su una scala da 0 (debole) a 5 (efficace).

© 2020 Forrester Research, Inc. La copia o la distribuzione non autorizzata costituisce una violazione della legge sul copyright.
Citations@forrester.com oppure +1 866-367-7378

Offerte dei fornitori

Forrester ha incluso 10 fornitori in questa valutazione: ACI Worldwide, Adyen, Cybersource, Fiserv, Global Payments, J.P. Morgan, PayPal, Stripe, Worldline e Worldpay from FIS (vedere la Figura 3).

FIGURA 3 Fornitori valutati e informazioni sui prodotti

Fornitore	Prodotto valutato
ACI Worldwide	Soluzione ACI Omni-Commerce, soluzione ACI Secure eCommerce
Adyen	Adyen
Cybersource	Piattaforma Cybersource Global Payment Management
Fiserv	Piattaforma Fiserv
Global Payments	Global Payments
J.P. Morgan	J.P. Morgan Merchant Services
PayPal	PayPal Commerce Platform
Stripe	Stripe Payments
Worldline	Worldline Platform
Worldpay from FIS	Worldpay from FIS

Profili dei fornitori

La nostra analisi ha evidenziato i seguenti punti di forza e di debolezza dei singoli fornitori.

Leader

› **Stripe soddisfa le aspettative dei commercianti più all'avanguardia sotto il profilo tecnologico e supporta modelli di business innovativi.** Stripe, con sede a San Francisco, è nota soprattutto per l'architettura, i toolkit e la documentazione a misura di sviluppatore. Il suo portafoglio mostra con chiarezza l'utilità e l'impatto di ogni linea di prodotti per i suoi clienti. Da questa valutazione è emersa, in particolare, la tendenza di Stripe a utilizzare case study, dati e altre risorse per "mostrare e non soltanto raccontare". La sua visione di "aumentare il PIL di Internet" supportando le aziende nel loro adeguamento a nuove aree geografiche, nuovi modelli di business e cambiamenti radicali è ben allineata alle realtà con cui si confrontano molti commercianti. A seguito dell'acquisizione di Index, fornitore di software per POS (Point-of-sale), avvenuta nel 2018, l'azienda sta espandendo la disponibilità della sua offerta Stripe Terminal al di fuori del Canada, di Singapore e degli Stati Uniti.

© 2020 Forrester Research, Inc. La copia o la distribuzione non autorizzata costituisce una violazione della legge sul copyright.
Citations@forrester.com oppure +1 866-367-7378

Il prodotto di Stripe è stato progettato per soddisfare pienamente il proprio target, ovvero i professionisti aziendali più esigenti dal punto di vista tecnologico. Utilizza efficacemente i propri dati per costruire algoritmi che migliorano i tassi di autorizzazione e riducono il numero di tentativi di pagamento non riusciti. Stripe eccelle in modo particolare nella gestione degli abbonamenti, offrendo un prodotto concorrenziale con gli strumenti specifici di terze parti. Supporta un minor numero di metodi di pagamento e si colloca in posizione arretrata rispetto ad alcuni concorrenti per quanto riguarda i pagamenti di persona. I clienti di riferimento hanno unanimemente indicato la progettazione di API, la documentazione nonché la proattività come i punti di forza di Stripe: "Mentre alcuni fornitori stanno ancora valutando l'opportunità di adottare le ultime tecnologie, Stripe le ha già lanciate". Gli strumenti di reporting sono un altro punto di forza: un cliente di riferimento ha descritto Stripe Sigma, uno strumento di query SQL, come "estremamente potente". Stripe è la soluzione ideale per i team addetti ai pagamenti che si avvalgono di tecnologie all'avanguardia o per i commercianti digital-first o digital-only che intendono innovare il loro modello di business o che utilizzano un modello di business basato su abbonamenti o piattaforme/marketplace.

› **Adyen semplifica le operazioni, l'integrazione e l'iterazione per i commercianti omnicanale.** L'offerta di Adyen, un'azienda con sede ad Amsterdam, di una "piattaforma unica e totalmente integrata" ha sconvolto il mercato sin dal suo lancio. Questa soluzione tecnologicamente avanzata, che mira a offrire un punto di gestione unico per i pagamenti omnicanale a livello globale, rappresenta l'elemento essenziale della sua strategia e il suo principale punto di forza. Oltre all'elaborazione dei pagamenti, Adyen offre un servizio di acquiring diretto in più aree geografiche nonché un prodotto hardware e software per terminali sviluppato internamente. Inoltre, è spesso più avanti di gran parte degli operatori del settore in termini di innovazioni o nuovi mandati, come il protocollo 3DS2.2 e la tokenizzazione della rete. Nel 2018, eBay ha scelto Adyen come partner principale per i servizi di pagamento dopo la separazione da PayPal.

  Il prodotto per l'elaborazione dei pagamenti omnicanale di Adyen e la sua l'impronta globale in termini di acquiring consentono ai commercianti di evitare le difficoltà operative derivanti da un'architettura multi-back-end, come i numerosi formati di file e i diversi orari di accettazione dei pagamenti. Focalizzando sempre l'attenzione sulla tecnologia, sfrutta i propri dati e il machine learning per incrementare efficacemente i tassi di autorizzazione. La soluzione è progettata per semplificare l'integrazione: ad esempio, offre quattro diverse opzioni di integrazione per fornire ai commercianti diversi livelli di controllo. In alcuni mercati di pagamento locali (come l'America Latina), Adyen non sempre è in grado di assicurare gli eccellenti tassi di successo, il supporto ai metodi di pagamento o le informazioni a livello di mercato che i commercianti si aspettano. Ma tutto è relativo: i clienti di riferimento confermano che, rispetto ad altri fornitori, Adyen supporta "un'ampia varietà" di metodi di pagamento e offre "tassi di autorizzazione eccezionali" nei principali mercati. Un cliente di riferimento ha affermato che "l'integrazione di basso livello ci consente di condurre i nostri esperimenti con estrema efficacia, un aspetto sempre più importante in un'epoca di frequenti adattamenti a "nuove normalità"."[1]

Aziende di punta

› **Pur apprezzando la capacità di scala e le risorse di Fiserv, i commercianti non forniscono un giudizio unanime in merito alle loro esperienze.** Dopo aver acquisito First Data nel 2019, Fiserv, con sede nel Wisconsin, è la più grande azienda di elaborazione di pagamenti a livello mondiale. Pertanto, i suoi servizi a valore aggiunto possono essere ragguardevoli, come le reti di carte di debito e la capacità di elaborare carte regalo in oltre 50 paesi. Le criticità di Fiserv sono comuni alle grandi aziende: è lenta a cambiare o reagire, i suoi prodotti e team non sono coordinati e l'integrazione delle acquisizioni è un processo in divenire. Tuttavia, negli ultimi due anni, l'azienda ha rivisto il suo assetto organizzativo, la gestione dei contratti e il modello di successo dei clienti per semplificare i rapporti commerciali. Ha inoltre uno sguardo rivolto al futuro: Fiserv

© 2020 Forrester Research, Inc. La copia o la distribuzione non autorizzata costituisce una violazione della legge sul copyright.
Citations@forrester.com oppure +1 866-367-7378

dispone di un cospicuo budget per l'innovazione e ha offerto ai commercianti esperienze di pagamento innovative, come l'accettazione di pagamenti EBT online, il voice commerce e la tecnologia "scan-and-go" nel settore della vendita di generi alimentari.

I commercianti scelgono Fiserv per la sua scala globale e per l'ampia gamma di funzionalità. In molti casi, possono servirsi di Fiserv per soddisfare tutte le loro esigenze in ogni parte del mondo. Ma l'esperienza dei commercianti può variare a seconda dei prodotti che utilizzano per elaborare i pagamenti. Ad esempio, per un cliente di riferimento l'uptime è uno dei principali punti di forza di Fiserv, mentre per altri clienti le interruzioni di servizio costituiscono il problema fondamentale. In termini di punti di forza, i clienti di riferimento hanno citato la "solidità finanziaria" dell'azienda e la sua "capacità di scala". Hanno anche espresso il desiderio che Fiserv coniughi le proprie attività bancarie e di elaborazione per offrire tassi di elaborazione più elevati e migliori i processi interni al fine di rispettare le tempistiche e reagire più rapidamente agli incidenti. Fiserv è una soluzione più adatta per i commercianti di livello enterprise che riescono a ottenere l'attenzione necessaria o per i rivenditori che utilizzano partner di soluzioni o gateway per l'integrazione per accedere a specifiche capacità o aree geografiche globali.

› **Worldpay from FIS vanta una vasta esperienza, ma ha uno stack tecnologico piuttosto obsoleto ed è più lenta ad agire.** Worldpay from FIS, con sede a Jacksonville in Florida, è il risultato di diverse acquisizioni avvenute dal 2018. La soluzione integrata, costituita dai pagamenti POS di Vantiv, dai pagamenti transfrontalieri di Worldpay e dai servizi bancari e di issuing globali di FIS, mantiene la promessa di un'offerta di servizi di pagamento omnicanale globali, supportata da ottime connessioni con gli istituti bancari di livello internazionale. Tuttavia, queste entità hanno ancora molto lavoro da fare per semplificare i loro portafogli di prodotti e offrire ai clienti un'esperienza di utilizzo delle varie tecnologie più uniforme. Recentemente, l'azienda ha lanciato Access Worldpay, un unico punto di accesso alle varie tecnologie del suo portafoglio, che semplifica l'integrazione e la distribuzione del suo software di elaborazione dei pagamenti.

  Il principale punto di forza dell'azienda è la sua competenza e padronanza del panorama normativo dei pagamenti. Eccelle nel supportare i regolamenti transfrontalieri e nel gestire la conversione valutaria. È in grado di coniugare, meglio di quanto non faccia gran parte dei propri concorrenti, la conformità alle normative dei commercianti con la flessibilità di scadenze e destinazioni. La sua architettura legacy è considerata un punto critico da tutti i clienti di riferimento, così come la sua lentezza nel reagire in termini di miglioramenti pianificati, lanci di prodotti e servizio clienti. Questa mancanza di agilità è compensata dall'ottimo supporto strategico offerto ai clienti. Un cliente di riferimento ha definito Worldpay from FIS "innovativa nel modo in cui utilizza la propria competenza, a livello normativo, verticale e commerciale, per aiutarci a trovare soluzioni". Un altro cliente ha indicato come fattore essenziale la sua "ottima reputazione e le solide relazioni nel settore dei pagamenti". WorldPay from FIS è una buona soluzione per i commercianti online che operano a livello globale, per i quali la flessibilità dei regolamenti e la gestione valutaria sono requisiti essenziali.

› **PayPal ha una visione forte e un prodotto solido con punti di forza specifici.** Il portafoglio di PayPal, con sede a San Jose in California, comprende prodotti per i pagamenti consumer (PayPal Wallet e Venmo), l'elaborazione dei pagamenti (PayPal Commerce Platform e Braintree), i POS (iZettle), i payout (Hyperwallet) e il rilevamento delle frodi (Simility). Nel 2019, ha acquisito il gateway cinese Guofubao Information Technology (GoPay). Il fulcro della sua visione di prodotto è un piano ambizioso che mira a riunire questi prodotti in un pacchetto integrato ma modulare, affinché i commercianti possano scegliere solo le funzionalità di cui hanno bisogno, sfruttando al contempo i dati sui consumatori di PayPal Wallet e Venmo. Oggi, le linee di demarcazione tra i suoi prodotti di elaborazione dei pagamenti non sono chiare. Benché il suo ecosistema di partner possa apparire incentrato sulle piccole e medie imprese (PMI) in alcune aree, l'azienda offre una serie completa di applicazioni preintegrate.

© 2020 Forrester Research, Inc. La copia o la distribuzione non autorizzata costituisce una violazione della legge sul copyright.
Citations@forrester.com oppure +1 866-367-7378

L'elaborazione dei pagamenti di PayPal presenta alcuni punti di forza interessanti. Ad esempio, PayPal Extend consente ai commercianti di condividere informazioni tokenizzate su clienti e pagamenti con altri commercianti dell'ecosistema in modo conforme allo standard PCI DSS. Si posiziona alle spalle di altri fornitori di servizi di elaborazione tecnologicamente più avanzati per quanto riguarda le funzionalità di gestione degli abbonamenti e di reporting. Poiché PayPal ha fornito servizi di pagamento a eBay fino a poco tempo fa, gestisce efficacemente i payout in PayPal Wallets e sta integrando Hyperwallet per offrire questa funzionalità in modo più ampio. I clienti di riferimento apprezzano la visione strategica di PayPal. Uno di loro ha affermato che l'innovazione è il principale punto di forza dell'azienda. I clienti di riferimento gradirebbero una funzionalità di reporting migliorata in termini di dettagli e tempestività. PayPal è una buona soluzione per i commercianti che utilizzano PayPal Extend o che considerano particolarmente interessanti i metodi di pagamento PayPal Wallet o Venmo e le funzionalità correlate.

› **La strategia omnicanale di Worldline privilegia i pagamenti di persona rispetto a quelli online.** Dopo essersi separata da Atos nel 2019, Worldline, con sede a Parigi, ha proseguito la sua politica attiva di acquisizioni con l'assorbimento, nel 2020, di Ingenico, un fornitore di servizi di pagamento e terminali POS. Lafocalizzazione geografica di Worldline è tradizionalmente l'Europa, ma vanta una presenza significativa anche in altre aree geografiche, come l'India e l'America Latina. Worldline è anche membro fondatore dell'European Digital Payments Industry Alliance (EDPIA), un'organizzazione di settore che intende fornire un contributo concreto alla definizione della politica dell'UE in materia di pagamenti digitali.[2] Worldline adotta un approccio go-to-market verticalizzato, rivolto a 10 mercati verticali con team di vendita specializzati. L'azienda deve ora elaborare una roadmap dei prodotti concreta e una visione differenziata per il lungo termine che comprenda le sue numerose risorse.

Il singolo kit di integrazione POS per tutti i paesi in cui offre servizi di acquiring con carta a livello locale, la suite proprietaria di hardware per terminali e la soluzione di gestione dei terminali di Worldline contribuiscono a semplificare la complessità dei pagamenti tramite POS e offrono, al contempo, il livello di controllo che i commercianti richiedono. L'azienda ha avviato la costruzione di un motore di ottimizzazione delle autorizzazioni basato sul machine learning per i pagamenti online e la gestione degli abbonamenti. I clienti di riferimento considerano l'affidabilità della piattaforma e la gestione delle relazioni i principali punti di forza di Worldline. Gradirebbero dei miglioramenti a livello di reporting e di elaborazione dei pagamenti online, nonché un sistema di acquiring diretto più globale. Worldline è una soluzione valida per i rivenditori omnicanale, soprattutto in Europa, e per i commercianti multinazionali che desiderano accedere al mercato europeo e consolidare le operazioni di pagamento online e offline in Europa.

› **J.P. Morgan offre maggiori risparmi sui costi, ma deve migliorare il supporto dei pagamenti globali.** Come molte banche, J.P. Morgan, con sede a New York, offre servizi commerciali. Distinguendosi dagli altri istituti, tuttavia, nel 2013 J.P. Morgan ha lanciato ChaseNet, stipulando un contratto decennale con Visa che consente l'elaborazione delle carte emesse da Chase mediante VisaNet, con una conseguente riduzione dei costi delle transazioni per i commercianti. La sua attività bancaria all'ingrosso, che costituisce un altro elemento distintivo rispetto ai tradizionali prestatori di servizi di pagamento non bancari, le consente di offrire sconti sulle tariffe di elaborazione basati sul saldo che i commercianti detengono sui rispettivi conti, il che contribuisce a ridurre ulteriormente i costi. Rispetto ad altri fornitori supporta un numero ridotto di metodi di pagamento, ma include alcuni metodi molto specifici, come EBT, carte carburante e conti di risparmio per spese sanitarie.

© 2020 Forrester Research, Inc. La copia o la distribuzione non autorizzata costituisce una violazione della legge sul copyright.
Citations@forrester.com oppure +1 866-367-7378

Il risparmio sui costi è il principale punto di forza di J.P. Morgan. Tuttavia, i clienti di riferimento considerano positivamente anche il loro rapporto con i team dedicati. Nell'ambito di questa valutazione, l'attività di elaborazione dei pagamenti di J.P. Morgan risulta maggiormente incentrata sul mercato statunitense e sui pagamenti con carta rispetto ad altri operatori. L'espansione dell'offerta di servizi di acquiring a livello globale e la connettività a sistemi di pagamento alternativi e non basati su carte costituiscono le principali aree di miglioramento. Per risolvere alcune criticità riscontrate dai clienti, J.P. Morgan ha recentemente rivisto i propri strumenti per gli sviluppatori e il reporting. Tuttavia, vi sono ancora margini di miglioramento a livello di software, per consentire ai clienti di apportare modifiche ai loro sistemi oppure aggiungere nuovi prodotti o funzionalità. J.P. Morgan è una soluzione adatta per i commercianti di livello enterprise la cui attività prevede pagamenti online basati su carta in Europa e negli Stati Uniti, soprattutto nel caso in cui le carte Chase rappresentino un volume significativo dei loro pagamenti, o che sono in grado di trarre vantaggio dai notevoli risparmi aggiuntivi offerti dai servizi bancari.

Concorrenti

- **ACI Worldwide offre una copertura globale e flessibilità per gli acquirer, ma deve agire con maggiore rapidità.** ACI Worldwide, con sede a Naples in Florida, è un gateway che collega i commercianti a un gran numero di acquirer e metodi di pagamento in tutto il mondo. La sua piattaforma PAY.ON è così diffusa che molti fornitori di servizi di pagamento (PSP) internazionali l'hanno adottata come tecnologia white label; ciò rende ACI un leader globale nella fornitura di dorsali tecnologiche per PSP, MSP, organizzazioni di vendita indipendenti e commercianti di livello enterprise. È uno dei due soli fornitori non acquiring considerati in questa valutazione e consente ai commercianti di "progettare" il proprio stack di servizi di pagamento utilizzando le connessioni ACI (ad esempio, fornitori di terminali, acquirer di pagamenti, ecc.).[3]

  Il principale punto di forza di ACI è il supporto dei metodi di pagamento in tutto il mondo. Anche le prestazioni della sua piattaforma sono valutate positivamente. In un ambito critico come quello dell'accettazione dei pagamenti, si tratta di un fattore fondamentale: la capacità di ricevere i pagamenti dipende infatti dalla stabilità e affidabilità della piattaforma. Nonostante la sua chiara visione del futuro del settore, ACI non è all'altezza degli altri fornitori in alcune aree chiave, come l'adozione del machine learning per l'ottimizzazione delle autorizzazioni o la gestione degli abbonamenti. Tuttavia, ACI sta svolgendo un lavoro all'avanguardia in alcuni ambiti specifici e il suo algoritmo di apprendimento incrementale in attesa di brevetto (attualmente utilizzato nei suoi strumenti di rilevamento delle frodi) ne è un esempio.[4] I clienti di riferimento gradirebbero una maggiore proattività da parte di ACI sia nel rispetto degli accordi sul livello di servizio che nell'esecuzione della roadmap. Per contro, ne apprezzano la stabilità: un cliente di riferimento ha paragonato ACI a "un'auto familiare affidabile [che] ti porta dal punto A al punto B senza problemi". ACI è la soluzione ideale per i rivenditori alla ricerca di un "hub di integrazione dei pagamenti" globale che offra la massima flessibilità per gestire diversi acquirer, metodi di pagamento e fornitori di tecnologia.

- **Global Payments ha capacità di scala ma deve affinare la sua visione per soddisfare le future esigenze del mercato.** Nel 2019, Global Payments, con sede ad Atlanta in Georgia, ha acquisito TSYS, azienda leader nei servizi di issuing, merchant business e consumer. TSYS è la più importante di una serie di acquisizioni che Global Payments ha realizzato nell'ultimo decennio, molte delle quali sono state effettuate per ampliare l'offerta di soluzioni verticalizzate. Tra le varie, ricordiamo l'acquisizione di AdvancedMD, una soluzione dedicata alla gestione degli studi medici di piccole e medie dimensioni, TouchNet per l'istruzione superiore, ACTIVE Network per le aziende che organizzano eventi e Xenial per i ristoranti. Global Payments offre servizi di acquiring diretto in 59 paesi, più di qualsiasi altro fornitore considerato in questa valutazione. Global Payments deve ora impegnarsi a fornire una visione chiara e convincente delle sue offerte per sostenere il futuro dei servizi di pagamento.

© 2020 Forrester Research, Inc. La copia o la distribuzione non autorizzata costituisce una violazione della legge sul copyright.
Citations@forrester.com oppure +1 866-367-7378

La capacità di Global Payments in termini di acquiring le consente di elaborare pagamenti e regolamenti per i commercianti in un gran numero di mercati, il che costituisce un importante punto di forza e il motivo principale per cui l'azienda è stata scelta dai clienti di riferimento. Un cliente di riferimento ha dichiarato di aver scelto Global Payments per "limitare al massimo il numero di acquirer e per usufruire di un'ampia copertura". I clienti di riferimento hanno anche citato la sua capacità di risposta alle loro richieste come uno dei principali fattori di soddisfazione. Per loro sarebbe auspicabile un rinnovamento delle UI del software e degli strumenti di reporting. Si attendono inoltre maggiori innovazioni da Global Payments, ad esempio nel machine learning per l'ottimizzazione delle autorizzazioni. Global Payments è una soluzione valida per i commercianti che hanno notevoli esigenze di acquiring a livello globale e per chi ha necessità di supportare uffici locali nei mercati globali.

› **Cybersource offre un prodotto affidabile e un supporto efficace, ma non è all'avanguardia in termini di innovazione.** Cybersource, con sede a Foster City in California, vanta una lunga esperienza come gateway di pagamento che consente ai commercianti di accettare i pagamenti online. Nel 2007 ha acquisito Authorize.net, un gateway focalizzato sulle PMI. Nel 2010, Visa ha acquisito Cybersource. Ciò ha determinato il rinnovamento della sua strategia di go-to-market e la definizione di una chiara visione delle sue priorità a breve termine. In particolare, continuerà la sua politica di penetrazione nel mercato delle PMI e l'integrazione della soluzione POS Payworks con l'obiettivo di riunire in un'unica piattaforma i pagamenti online e di persona al fine di aiutare i commercianti a gestire i pagamenti omnicanale. Cybersource deve ora imprimere maggiore slancio alla differenziazione.

Data la sua storia e la sua quota di mercato, è probabile che Cybersource offra già un'integrazione predefinita con lo stack software pre-esistente dei propri clienti, attuali o futuri, o viceversa. La sua appartenenza al gruppo Visa la colloca in una posizione ideale in termini di sicurezza e redditività a lungo termine, ma accresce anche le aspettative dei clienti per quanto riguarda le prestazioni e le informazioni basate sui dati, che l'azienda non è sempre in grado di soddisfare. Le persone sono la vera forza di Cybersource. I clienti di riferimento non hanno risparmiato lodi, citando i "rapporti molto stretti" che hanno con i team responsabili della gestione degli account e dell'assistenza clienti, i quali "vantano una lunga esperienza nel settore dei pagamenti" e "vanno ben oltre il proprio dovere" per offrire "un servizio eccellente". Cybersource è la soluzione ideale per i commercianti digital-first o digital-dominant che cercano una piattaforma affidabile e il supporto di un team esperto.

© 2020 Forrester Research, Inc. La copia o la distribuzione non autorizzata costituisce una violazione della legge sul copyright.
Citations@forrester.com oppure +1 866-367-7378

Panoramica della valutazione

Abbiamo valutato i fornitori in base a 23 criteri, raggruppati in tre categorie di alto livello:

- **Offerta attuale.** La posizione di ciascun fornitore sull'asse verticale del grafico Forrester Wave indica l'efficacia della sua offerta attuale. I criteri chiave per queste soluzioni includono i pagamenti con carta (online), i pagamenti senza carta (online), i pagamenti omnicanale e di persona, i pagamenti in abbonamento, i pagamenti su piattaforma/marketplace, le API e l'architettura.
- **Strategia.** Il posizionamento sull'asse orizzontale indica l'efficacia delle strategie dei fornitori. Abbiamo valutato la visione del prodotto, l'approccio di mercato, i miglioramenti pianificati, la roadmap dell'innovazione, i prodotti e i servizi di supporto e l'ecosistema di partner.
- **Presenza sul mercato.** I punteggi assegnati alla presenza sul mercato, rappresentati nel grafico dalle dimensioni degli indicatori, rispecchiano il volume di elaborazione complessivo e il numero di clienti di ciascun fornitore.

Criteri di inclusione dei fornitori

Forrester ha incluso 10 fornitori in questa valutazione: ACI Worldwide, Adyen, Cybersource, Fiserv, Global Payments, J.P. Morgan, PayPal, Stripe, Worldline e Worldpay from FIS. Ciascuno di questi fornitori presenta le seguenti caratteristiche:

- **Comprovata esperienza nel fornire servizi a rivenditori di livello enterprise e aziende digitali.** I fornitori di questa categoria lavorano con numerose organizzazioni di livello enterprise e il target di clientela comprende aziende con un fatturato annuo superiore a 1 miliardo di dollari USA.
- **Oltre 100 milioni di dollari USA di ricavi generati da prodotti per l'elaborazione dei pagamenti.** Per essere inclusi in questo studio Forrester Wave, i fornitori dovevano dichiarare di generare almeno 100 milioni di dollari di ricavi annui dai propri prodotti di elaborazione dei pagamenti per i commercianti.
- **Conoscenza e interesse tra la base clienti di livello enterprise di Forrester.** Abbiamo valutato i fornitori citati frequentemente e in modo costante dai clienti di Forrester nelle richieste, nelle rose di candidati e nei progetti di consulenza nel corso dell'ultimo anno.

© 2020 Forrester Research, Inc. La copia o la distribuzione non autorizzata costituisce una violazione della legge sul copyright.
Citations@forrester.com oppure +1 866-367-7378

Interagite con un analista

Acquisite maggiore fiducia nelle vostre decisioni collaborando con i leader di pensiero di Forrester per applicare
la nostra ricerca alle vostre specifiche iniziative aziendali e tecnologiche.

Richiesta a un analista

Per mettere in pratica i risultati della ricerca, contattate un analista per approfondire le vostre domande in una sessione telefonica di 30 minuti oppure scegliete di ricevere una risposta tramite e-mail.

Per saperne di più.

Consulenza di un analista

Trasformate la ricerca in azione collaborando con un analista su un progetto specifico sotto forma di sessioni strategiche personalizzate, workshop o discorsi.

Per saperne di più.

Webinar

Partecipate alle nostre sessioni online sulle ultime ricerche che interessano il vostro settore di attività. Ogni chiamata include domande e risposte degli analisti e diapositive ed è disponibile su richiesta.

Per saperne di più.

App di ricerca Forrester per iOS e Android.
Mantenete il vantaggio sulla concorrenza, ovunque vi troviate.

Materiale supplementare

Risorsa online

Pubblichiamo tutti i punteggi e le ponderazioni di Forrester Wave in un file di Excel, che fornisce valutazioni dettagliate dei prodotti e classifiche personalizzabili; tale strumento può essere scaricato dal sito Forrester.com facendo clic sul link all'inizio di questo report. L'unico scopo di tali punteggi e ponderazioni predefinite è servire come punto di partenza; incoraggiamo pertanto i lettori ad adattare le ponderazioni sulla base delle loro personali esigenze.

La metodologia Forrester Wave

Forrester Wave è una guida per gli acquirenti che stanno valutando le opzioni di acquisto in un mercato tecnologico. Per garantire un processo equo a tutti i partecipanti, Forrester valuta i fornitori seguendo la Guida metodologica Forrester Wave™.

© 2020 Forrester Research, Inc. La copia o la distribuzione non autorizzata costituisce una violazione della legge sul copyright.
Citations@forrester.com oppure +1 866-367-7378

Nella nostra analisi, svolgiamo una prima ricerca per stilare un elenco di fornitori da prendere in considerazione ai fini della valutazione. A partire da questo gruppo iniziale di fornitori, restringiamo quindi l'elenco finale in base ai criteri di inclusione. Dopodiché, raccogliamo i dettagli dei prodotti e delle strategie attraverso un questionario dettagliato, dimostrazioni/briefing e sondaggi/interviste ai clienti di riferimento. Utilizziamo questi input, unitamente all'esperienza e alla conoscenza del mercato dell'analista, per valutare i fornitori utilizzando un sistema di valutazione relativo, che mette a confronto ciascun fornitore con gli altri operatori inclusi nella valutazione.

Indichiamo chiaramente, nel titolo di ciascun report, la data di pubblicazione nell'ambito di Forrester Wave (trimestre e anno). Abbiamo valutato i fornitori che hanno partecipato a questo studio Forrester Wave utilizzando i materiali che essi ci hanno fornito entro luglio 2020, non permettendo l'invio di ulteriori informazioni dopo tale data. Invitiamo i lettori a considerare il modo in cui le offerte del mercato e dei fornitori cambiano nel corso del tempo.

Conformemente alla politica di revisione dei fornitori di Forrester Wave™, Forrester chiede ai fornitori di riesaminare i risultati prima della pubblicazione per verificarne l'esattezza. I fornitori contrassegnati come fornitori non partecipanti nel grafico Forrester Wave rispondevano ai criteri di inclusione previsti, ma hanno preferito non partecipare oppure hanno contribuito solo in parte alla valutazione. Assegniamo a questi fornitori un punteggio in base alla politica per i fornitori non partecipanti o parzialmente partecipanti di Forrester Wave™ e Forrester New Wave™ e pubblichiamo il loro posizionamento insieme a quello dei fornitori partecipanti.

Politica di integrità

Conduciamo tutte le nostre ricerche, incluse le valutazioni di Forrester Wave, in conformità con la politica di integrità pubblicata sul nostro sito web.

Note di chiusura

[1] Cfr. il report Forrester "The New, Unstable Normal: How COVID-19 Will Change Business And Technology Forever."

[2] Fonte: European Digital Payments Industry Alliance (https://www.edpia.eu/).

[3] Cfr. il report Forrester "Vendor Landscape: Untangle Payment Acceptance For The Age Of The Customer."

[4] Fonte: "Incremental Learning – A Smarter Way to Fight Fraud", ACI Universal Payments (https://www.aciworldwide.com/capabilities/machine-learning/incremental-learning).

© 2020 Forrester Research, Inc. La copia o la distribuzione non autorizzata costituisce una violazione della legge sul copyright.
Citations@forrester.com oppure +1 866-367-7378

Collaboriamo con i leader aziendali e tecnologici per promuovere una visione, una strategia e un'esecuzione focalizzate sul cliente che accelerano la crescita.

PRODOTTI E SERVIZI

- Ricerca e strumenti
- Coinvolgimento degli analisti
- Dati e analisi
- Collaborazione tra colleghi
- Consulenza
- Eventi
- Programmi di certificazione

Le ricerche e gli approfondimenti di Forrester sono personalizzati in base al ruolo e alle iniziative aziendali più importanti.

A CHI CI RIVOLGIAMO

Professionisti del marketing e di strategia

Direttori commerciali

Marketing B2B

Marketing B2C

Esperienza del cliente

Informazioni sui clienti

- Strategia di eBusiness e di canale

Professionisti in gestione tecnologica

Direttori informatici

Sviluppo e distribuzione delle applicazioni

Architettura aziendale

Infrastruttura e operazioni

Sicurezza e rischi

Approvvigionamento e gestione dei fornitori

Professionisti del settore tecnologico

Relazioni con gli analisti

ASSISTENZA CLIENTI

Per informazioni sulle ristampe cartacee o elettroniche, l'Assistenza clienti è disponibile al numero +1 866-367-7378 o +1 617-613-5730 oppure all'indirizzo clientsupport@forrester.com. Offriamo sconti sulla quantità e prezzi speciali per istituzioni accademiche e non a scopo di lucro.