



# Life Card

## Analisi dei competitor

---

Enrico Maria Di Mauro

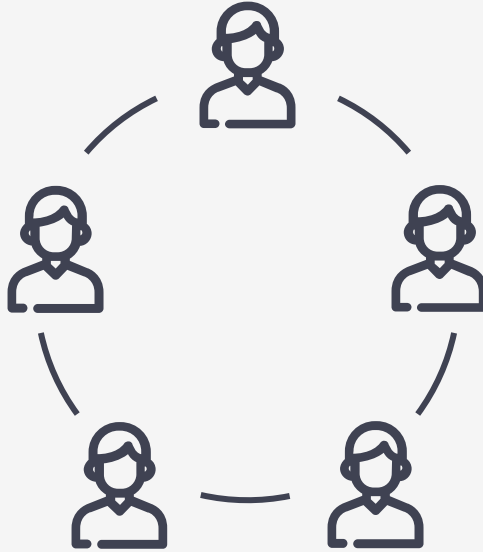
matr. 0622701706

# Cos'è l'analisi dei competitor?

---

- L'analisi dei competitor è un processo di ricerca e valutazione dei concorrenti di un'azienda
- Consiste nel raccogliere informazioni sui punti di forza e debolezza dei competitor per comprendere meglio l'ambiente competitivo e prendere decisioni strategiche
- Permette di identificare opportunità di miglioramento, individuare minacce, adattare le strategie di marketing e apprendere dai successi e dagli errori dei competitor

# Competitor



01

Stocard



02

io



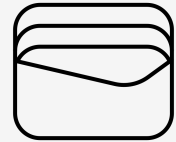
03

Curve



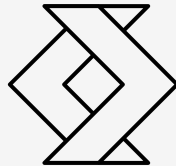
04

Wallet



05

Satispay





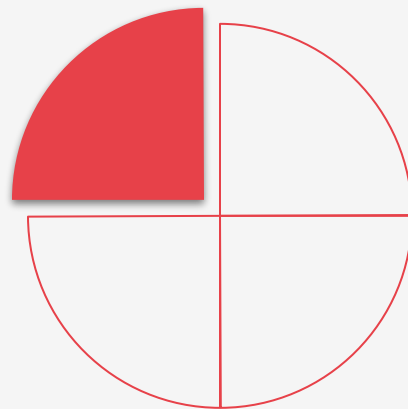
01

Stocard

---

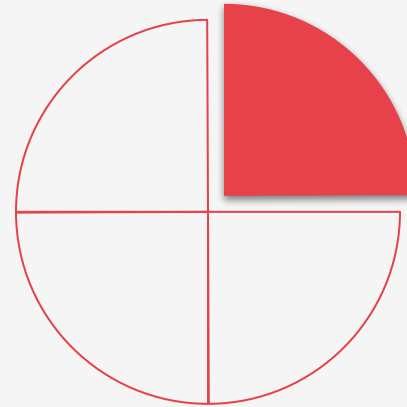
# Punti di forza

- Ha un'ampia base di utenti ed il più vasto database di carte fedeltà
- Permette di accedere rapidamente ai punti accumulati in alcuni store
- Permette di visualizzare il punto vendita più vicino grazie all'integrazione di Google Maps



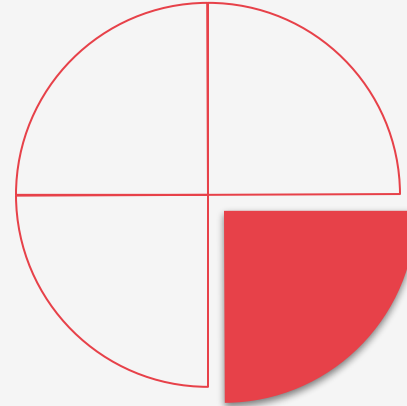
# Punti di debolezza

- Solo carte fedeltà
- Non è una soluzione completa per le carte che una persona possiede



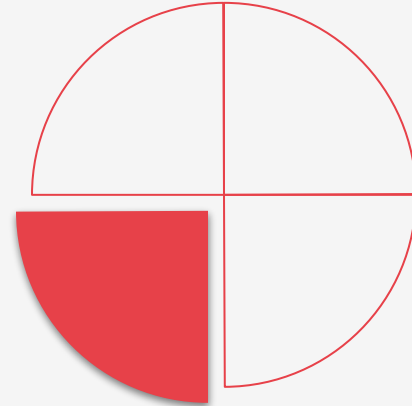
# Opportunità

- Offrire una soluzione che includa tutte le tipologie di carte ed informazioni personali
- Attrarre coloro che cercano una gestione semplificata di tutto ciò che li riguarda in un unico posto



# Minacce

- Base consolidata di utenti fedeli
- Presenza significativa nel mercato

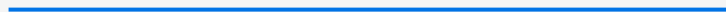




i



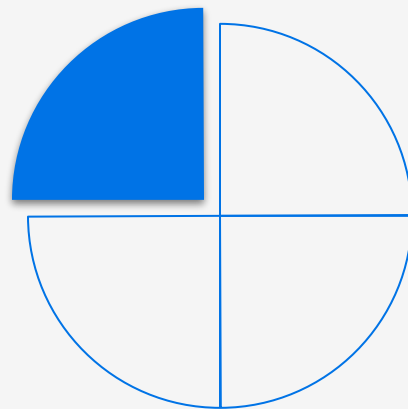
02  
io



# Punti di forza

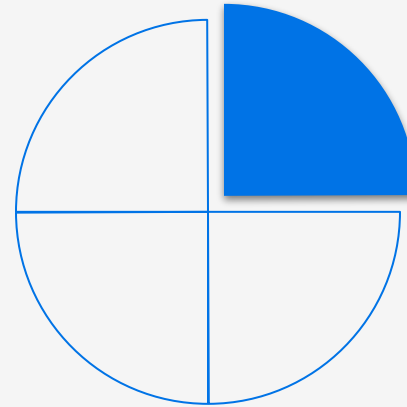
---

- Ha un'ampia base di utenti ed un'esperienza solida nella gestione dei dati sensibili
- Consente di interagire in maniera semplice e veloce con le pubbliche amministrazioni locali e nazionali
- Permette di aggiungere le carte di pagamento per pagare tutto ciò che utilizza la piattaforma PagoPA
- Permette di aggiungere le carte fedeltà
- A breve permetterà di integrare la patente come documento ufficiale



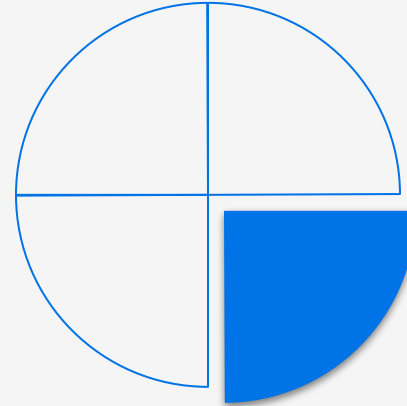
# Punti di debolezza

- Il database estremamente limitato
- Le carte di pagamento non possono essere utilizzate all'interno degli store fisici



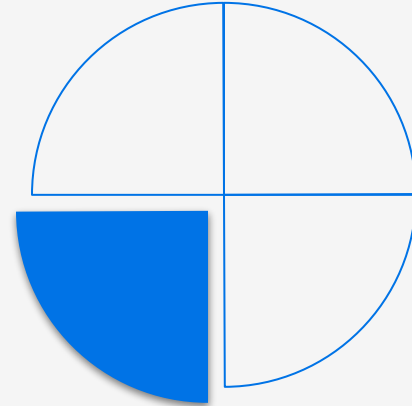
# Opportunità

- Offrire una soluzione che includa tutte le tipologie di carte ed informazioni personali
- Attrarre coloro che cercano una gestione semplificata di tutto ciò che li riguarda in un unico posto
- Possibilità di pagare attraverso le carte di pagamento non solo ciò che utilizza la piattaforma PagoPA



# Minacce

- Ampliamento della propria offerta con database più capiente di carte fedeltà
- Implementazione di un wallet per le carte di pagamento





# 03

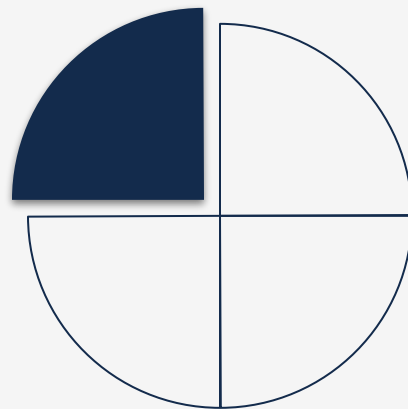
## Curve

---

# Punti di forza

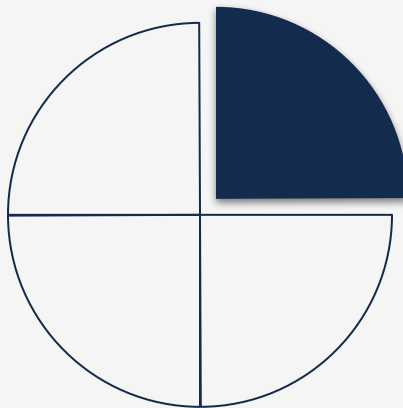
---

- Unifica tutte le carte di pagamento in una carta fisica
- La carta può essere utilizzata per effettuare transazioni, ma i soldi restano sulle carte originarie
- Permette di tracciare le spese e gli scambi di valuta
- Tramite upgrade permette di avere vantaggi extra
- Ampio database per le carte fedeltà



# Punti di debolezza

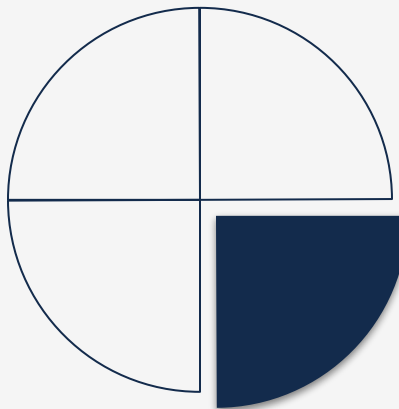
- Non offre soluzioni per i documenti personali
- La carta non offre tutte le funzionalità di una normale carta di pagamento poiché non possiede un IBAN





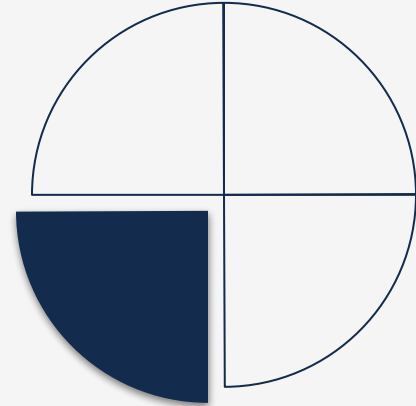
# Opportunità

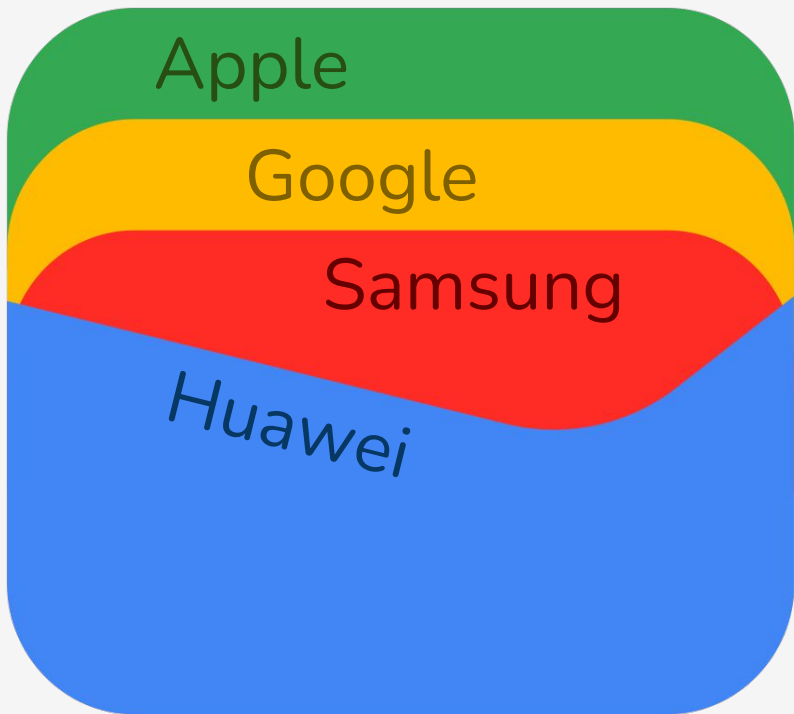
- Offrire una soluzione che includa tutte le tipologie di carte ed informazioni personali
- Attrarre coloro che cercano una gestione semplificata di tutto ciò che li riguarda in un unico posto



# Minacce

- Base consolidata di utenti fedeli
- Presenza significativa nel mercato





# 04

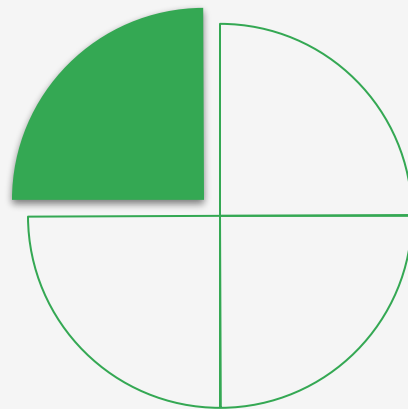
## Wallet

---

# Punti di forza

---

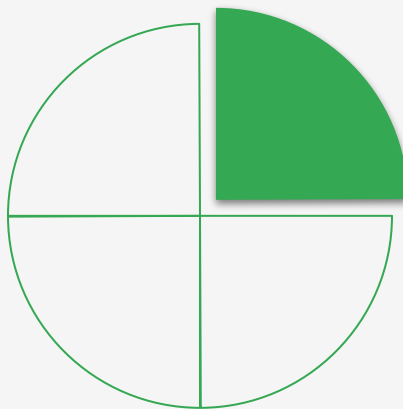
- Sono integrati di serie con i rispettivi dispositivi
- Permettono l'integrazione con biglietti di mezzi di trasporto e carte fedeltà
- Permettono una gestione di tutte le carte di pagamento
- Solo Apple ed a breve Google permettono un extra per le carte personali



# Punti di debolezza

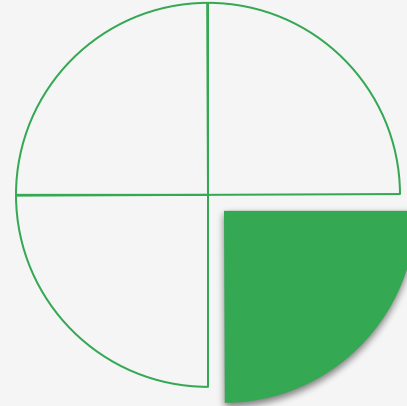
---

- Non disponibili su tutte le piattaforme
- Non offrono soluzioni per i documenti personali
- Database delle carte fedeltà abbastanza esiguo
- Possibilità di utilizzare le carte di pagamento solamente attraverso transazioni online o NFC



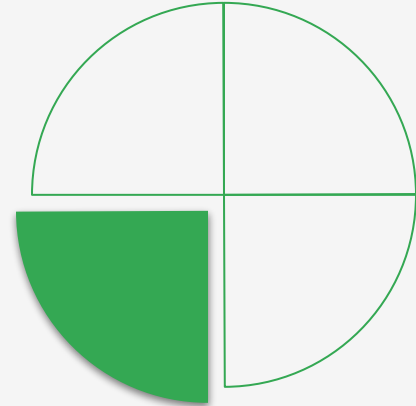
# Opportunità

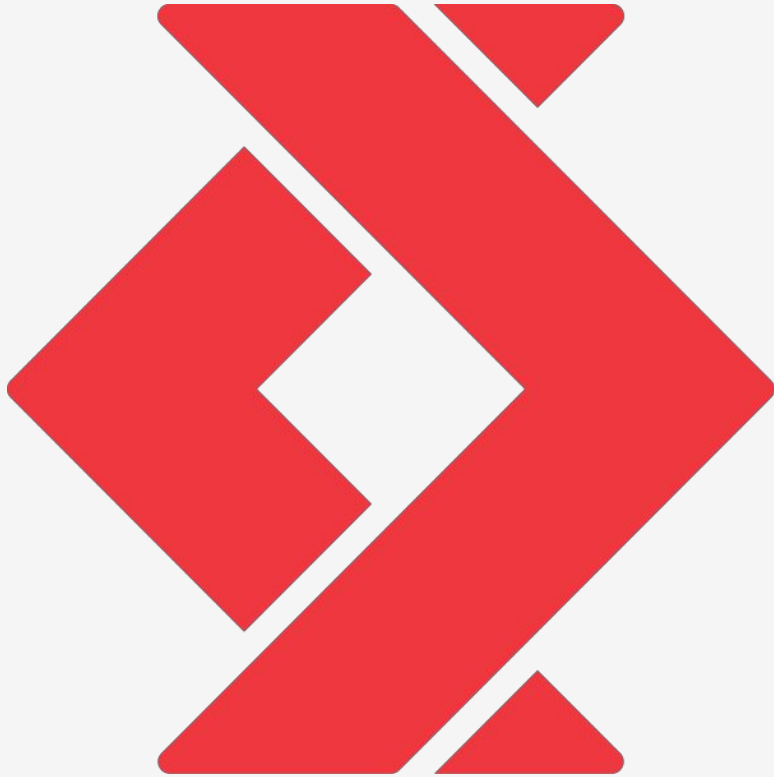
- Offrire una soluzione che includa tutte le tipologie di carte ed informazioni personali
- Attrarre coloro che cercano una gestione semplificata di tutto ciò che li riguarda in un unico posto
- Presenza su tutti i dispositivi mobile senza distinzioni
- Possibilità di svincolarsi dall'utilizzo di un dispositivo mobile



# Minacce

- Base consolidata di utenti fedeli
- Presenza significativa nel mercato
- Integrazione di carte personali nel mondo





05

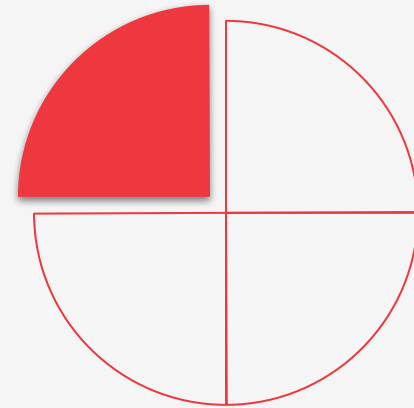
Satispay

---



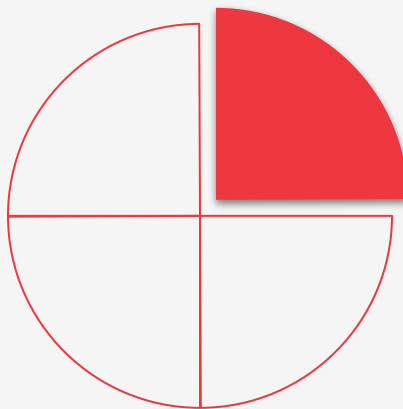
# Punti di forza

- Tramite il proprio saldo permette di effettuare pagamenti online o tramite scansione di QR code
- Permette il pagamento di extra
- Incentiva l'utilizzo grazie al cashback
- Permette di digitalizzare tutto ciò che ha un codice a barre o QR code



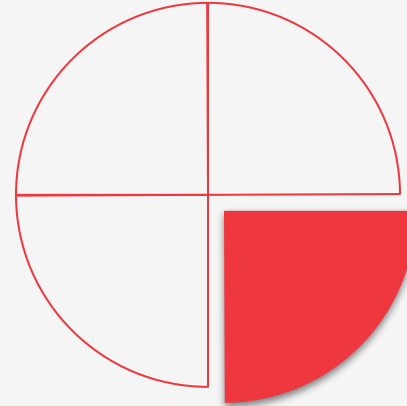
# Punti di debolezza

- Non offre soluzioni per i documenti personali
- Per poter pagare può essere utilizzato unicamente il proprio saldo
- Presenta costi aggiuntivi
- Poche adesioni in piccole città



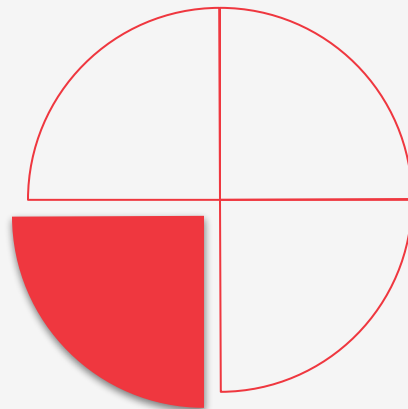
# Opportunità

- Offrire una soluzione che includa tutte le tipologie di carte ed informazioni personali
- Attrarre coloro che cercano una gestione semplificata di tutto ciò che li riguarda in un unico posto
- Abbattere i costi grazie ad una sinergia con carte di pagamento e collaborazioni con la pubblica amministrazione
- Possibilità di svincolarsi dall'utilizzo di un dispositivo mobile



# Minacce

- Rapido ampliamento di utenti fedeli ed esercenti
- Affermazione come nuovo standard di pagamento nel settore finanziario



# Conclusioni

---

Sono emerse diverse opportunità e sfide per la progettazione e produzione di Life Card

Le principali considerazioni sono:

- 1. Differenziazione:** Life Card dovrà differenziarsi in modo significativo dai competitor esistenti per attrarre e mantenere una base di utenti fedeli
- 2. Accettazione del mercato:** Life Card dovrà affrontare le preoccupazioni sulla sicurezza e sulla privacy e fornire una solida infrastruttura di protezione dei dati

# Conclusioni

---

3. **Competizione:** Life card dovrà sviluppare strategie di marketing o addirittura collaborazioni per conquistare una quota di mercato significativa
4. **Potenziale di mercato:** Life card dovrà unire gli utenti che cercano praticità e comodità e coloro che non si fidano unicamente della digitalizzazione
5. **Tecnologia e sviluppo:** Life Card dovrà investire in tecnologia e risorse per creare un'esperienza utente di alta qualità e mantenere un'applicazione stabile e sicura

# Conclusioni

Progettare e produrre una startup come Life Card comporta sia opportunità che sfide. Per avere successo, la startup dovrà offrire un **valore distintivo** rispetto ai competitor esistenti, **superare le preoccupazioni** sulla sicurezza e sulla privacy, **sviluppare strategie efficaci** di marketing e **fornire un'esperienza utente superiore**



# Grazie per l'attenzione

---

Enrico Maria Di Mauro

matr. 0622701706