

Il pagamento a rate di PayPal: l'evento dell'anno per TicketOne.

Fondata nel 1998, TicketOne è la piattaforma di biglietti multicanale leader in Italia, la prima azienda in Italia di biglietteria, marketing, informazione ed e-Commerce per eventi musicali, di intrattenimento, sportivi e culturali.¹

Dall'inizio della sua attività, TicketOne ha sperimentato un'enorme innovazione e crescita, evolvendosi in sincronia con un panorama tecnologico in continuo cambiamento. Con la riapertura post-pandemia del mondo e il ritorno degli eventi, l'azienda si conferma più importante che mai in quanto marchio di fiducia per l'intrattenimento.

Sebbene TicketOne continui a fornire servizi attraverso call center e rivenditori, il sito web è diventato il suo canale principale. La gamma di funzionalità offerte e la pianificazione dei prodotti dell'azienda hanno un unico obiettivo: ottimizzare la vendita di biglietti digitali.

PayPal ha incontrato Giorgio Aretino, Direttore Marketing Online ed Ecommerce di TicketOne, per scoprire come l'azienda abbia affrontato con successo la trasformazione digitale per soddisfare le crescenti esigenze dei suoi consumatori.

¹ Dati forniti da TicketOne (dicembre 2022). <https://www.ticketone.it/campaign/chisiamo/>



La sfida.

TicketOne vende biglietti per qualsiasi tipo di evento, dallo sport alle mostre di musei, al teatro e ai concerti. “L’Italia non è una nazione omogenea, né in termini di eventi né in termini di customer experience”, ha affermato Aretino. Come nel resto d’Europa e del mondo, il Paese ha visto un’impennata nella domanda di biglietti. E con l’85% della ricerca di biglietti su TicketOne che avviene da dispositivi mobili, l’esperienza dell’utente su questi ultimi ha assunto un ruolo di primaria importanza.²

“Fornire un’esperienza priva di attrito agli utenti su dispositivi mobili ha continuato ad assumere un’importanza crescente di anno in anno”, ha aggiunto Aretino. “La maggior parte delle persone sta effettuando pagamenti da dispositivi mobili, ora più che mai.”

Per un’esperienza di vendita senza intoppi e un minimo sforzo di integrazione, TicketOne si è rivolta a Paga in 3 di PayPal,³ e con 8,7 milioni di clienti PayPal attivi in Italia, TicketOne ha visto i vantaggi immediati nell’offrire l’opzione a rate di PayPal.⁴ Con Paga in 3 rate, i consumatori possono pagare gli acquisti idonei tra i 30 € e i 2.000 € in tre rate uguali, senza interessi o spese di mora.⁴



La biglietteria è un servizio complesso e richiede un grande sforzo in termini di sviluppo. Quindi, avere una soluzione come Paga in 3 rate senza costi aggiuntivi o sforzi di integrazione per noi era una situazione decisamente vantaggiosa per tutti.

Giorgio Aretino

Direttore Marketing Online ed Ecommerce, TicketOne



La soluzione.

PayPal è stata la scelta più ovvia per una soluzione di pagamento a rate. Il 79% degli utenti Gen Z e Millennial in Italia considera PayPal il marchio più affidabile per mantenere al sicuro le proprie informazioni finanziarie.⁵

Un’esperienza digitale perfettamente calibrata era fondamentale per TicketOne. “Vendiamo circa il 90% dei nostri biglietti online”, ha affermato Aretino. Per noi aumentare le vendite significava aumentare il valore medio dell’ordine (AOV), il valore complessivo dei biglietti e il numero medio di biglietti per ordine. E ognuna di queste metriche di ricavo e di fedeltà riflette una parte importante dell’esperienza utente di TicketOne.

Con numerosi eventi e transazioni in simultanea, la gestione della vendita dei biglietti richiede un complesso equilibrio di infrastrutture e logistica. “Il nostro obiettivo è quello di massimizzare le vendite per gli organizzatori degli eventi e di farlo nel modo più semplice e fluido possibile”, spiega Aretino.

I clienti che avevano meno possibilità di acquistare biglietti o che non avevano completato l’acquisto, hanno ora a disposizione un modo conveniente per partecipare ai loro eventi preferiti. Con Paga in 3 rate, i clienti hanno potuto acquistare i biglietti a tasso zero e senza spese di mora.⁴

TicketOne ha registrato una crescita dei clienti totali, un aumento dell’AOV e una rapida adozione della soluzione Paga in 3 rate. Ma anche l’integrazione è stata un fattore chiave. “In passato l’aggiunta di servizi supplementari è sempre stata una sfida”, ha spiegato Aretino. “In questo caso, grazie a PayPal, lo sforzo da parte nostra è stato minimo”.

² Dati provenienti dall’intervista a TicketOne, novembre 2022.

³ Dati interni PayPal, luglio 2021.

⁴ TAEG 0%. Soggetto all’approvazione di PayPal. Soggetto a termini e condizioni, per maggiori informazioni, visita la pagina paypal.it/pagain3rate. Un credito è un impegno vincolante che deve essere rimborsato. Assicurati di avere fondi a sufficienza prima di prendere un impegno.

⁵ Uno studio online commissionato da PayPal e condotto da TRC nell’ottobre 2021 che ha coinvolto 1.000 consumatori in Italia di età superiore ai 18 anni (361 gli utenti che usano pagamenti dilazionati).



I risultati.

Le statistiche mostrano l'impatto positivo di Paga in 3 rate sull'esperienza d'acquisto di TicketOne, in quanto il suo utilizzo ha continuato a crescere. Infatti, la percentuale di consumatori di TicketOne che utilizzano Paga in 3 rate è aumentata del 113% in soli 6 mesi.⁶

Per TicketOne era di fondamentale importanza offrire una nuova flessibilità di pagamento nel quadro della modernizzazione della distribuzione dei biglietti. Poiché il 79% degli acquirenti PayPal su TicketOne ha meno di 50 anni⁷, l'aggiunta di opzioni di pagamento a rate è stato un passo fondamentale. Paga in 3 rate ha permesso a TicketOne di soddisfare l'aumento della domanda di eventi di ogni tipo, rendendo ancora più facile per i consumatori assicurarsi un posto per mostre d'arte, concerti e tanto altro.

Dall'integrazione di Paga in 3 rate, l'AOV di TicketOne con il pagamento a rate è aumentato del 35%.⁸ Inoltre, Paga in 3 rate ha contribuito ad aumentare le conversioni di TicketOne. Negli ultimi 18 mesi, ha attirato oltre 26.000 nuovi clienti che non avevano fatto acquisti in precedenza. Ciò rappresenta un aumento del 36,3% e illustra la performance di Paga in 3 rate.⁶

L'integrazione di Paga in 3 rate da parte di TicketOne è stata una decisione facile e vantaggiosa. È stata una collaborazione molto spontanea tra due marchi globali in primo piano. "Abbiamo registrato un aumento generale delle vendite con PayPal", ha dichiarato Aretino.

Il mercato dei biglietti continua a richiedere maggiore velocità, convenienza e flessibilità, e TicketOne e PayPal sono pronti a rispondere a queste sfide.

⁶ Fonte dei dati: PayPal, aprile - ottobre 2022.

⁷ Fonte dei dati: PayPal, ottobre 2022.

⁸ Dati provenienti da TicketOne e PayPal, aprile - ottobre 2022. Comparazione dell'AOV di TicketOne senza PayPal con l'AOV di Paga in 3 rate di PayPal. I risultati del caso di studio presentato potrebbero variare notevolmente in base al tipo di attività. Questo documento è fornito solo a scopo informativo. Prima di prendere qualsiasi decisione a livello aziendale, dovrete sempre richiedere consulenza professionale e indipendente in materia di business, contabilità, finanza e requisiti legali.

113 %

113 % crescita dei clienti di Paga in 3 rate.⁶

36 %

36 % aumento delle conversioni con Paga in 3 rate.⁶

35 %

35 % incremento dell'AOV.⁸

