

CrowdFarming e PayPal semplificano insieme la catena alimentare e i pagamenti

CrowdFarming.com è nata nel 2017 a Valencia, in Spagna, dai fratelli Gabriel e Gonzalo Úrculo, dopo aver ereditato l'aranceto abbandonato dei nonni. Proprio quel terreno "diede i suoi frutti" e ispirò un nuovo modello di vendita diretta.

Per ripiantare gli alberi, chiesero a parenti e amici di adottarne uno. Quest'idea di legame con un albero e con il proprio raccolto si rivelò essere l'origine di CrowdFarming.

I fratelli unirono le loro forze a quelle di Juliette Simonin e Moisés Calviño per creare un modo di vendere prodotti biologici direttamente ai consumatori, così da eliminare gli intermediari, ridurre gli sprechi e restituire il potere agli agricoltori.

Con questo sistema, gli agricoltori raggiungono la stabilità finanziaria grazie ai prezzi fissi stabiliti, riuscendo ad investire in metodi agricoli più sostenibili ed efficienti.

CrowdFarming è una iniziativa di grande ispirazione e responsabilità sociale, e la loro crescita è dovuta al loro modello economico avanguardista. Alla fine del 2021, CrowdFarming ha aggiunto PayPal alla propria offerta di pagamento. Il marchio globale e affidabile di PayPal ha rapidamente avuto un impatto significativo sulla loro attività.

Abbiamo parlato con Diego Jiménez, direttore finanziario, e Emmeline Hess, responsabile delle comunicazioni di CrowdFarming, a proposito dell'azienda e di come la preferenza dei clienti abbia ispirato una proficua collaborazione con PayPal.



PayPal come strumento di espansione

La soluzione CrowdFarming consente agli agricoltori di fissare e garantire i propri prezzi e di vendere prodotti biologici direttamente ai consumatori.

Con la continua crescita della loro attività, il team di CrowdFarming si rese conto che la presenza di un marchio riconosciuto a livello mondiale come PayPal avrebbe potuto aiutare le conversioni al pagamento. I clienti erano più propensi ad acquistare perché si fidavano di PayPal, che a sua volta aiutava CrowdFarming ad acquisire nuovi clienti.

Il direttore finanziario Jiménez sottolinea che "la fiducia è un fattore determinante.

Avere una piattaforma di fiducia come PayPal è un importante incentivo. La possibilità di pagare attraverso una piattaforma che i clienti conoscono bene, e il fatto che non debbano inserire i dati della carta di credito, ha aiutato molto".

A sei mesi dall'integrazione, i risultati hanno superato le aspettative: PayPal rappresenta attualmente il 25% delle vendite totali di CrowdFarming*, e il 66% di questi clienti PayPal sono acquirenti abituali**. "Di solito, quando si offre un nuovo metodo di pagamento, ci vuole tempo prima che i clienti vi facciano affidamento. PayPal è conosciuto da tutti e per questo è decollato facilmente", spiega Jiménez.

Il fatto che il 57% dei nuovi clienti scelga PayPal dimostra chiaramente che PayPal è uno strumento di



acquisizione*. Quel 57% sale a un impressionante 72% in Germania, il mercato più grande di CrowdFarming*.

"Il 72% riconosce PayPal come un servizio affidabile, anche se non conosce CrowdFarming. PayPal ci ha aiutato ad acquisire nuovi clienti e nuove vendite", afferma Jiménez.

PayPal costituisce anche un valore aggiunto per CrowdFarming nella prevenzione di potenziali transazioni fraudolente. "La Protezione antifrode PayPal è stata essenziale per individuare e risolvere rapidamente i problemi. Prevenire le frodi è sempre stato un obiettivo da tenere sotto controllo, e con PayPal la protezione contro le frodi è già integrata", osserva Jiménez.

Le preferenze dei consumatori, l'acquisizione organica di clienti e la protezione dalle frodi fornita da PayPal, hanno alimentato il potenziale di una crescita ancora più ampia.

METRICHE DI SUCCESSO

57%

del totale dei nuovi clienti di CrowdFarming sceglie PayPal.*

25%

del totale delle vendite globali di CrowdFarming avviene tramite PayPal.*

66%

dei clienti PayPal di CrowdFarming sono acquirenti abituali.**

*Fonte dei dati: CrowdFarming, dicembre 2021 - maggio 2022.

**Fonte dei dati: CrowdFarming, dicembre 2021 - maggio 2022. I risultati 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, dovresti sempre richiedere consulenza professionale e indipendente in materia di business, contabilità, finanza e requisiti legali.



Un impatto radicale

Questa frase tratta dal sito web di CrowdFarming illustra la loro visione: “Non abbiamo paura di sbagliare; abbiamo solo paura di stare seduti e non fare nulla”.

CrowdFarming è determinata ad apportare un cambiamento positivo all’ambiente.

Infatti, ha lanciato un podcast spiritoso e informativo chiamato WTF (What the Field?!) per educare i consumatori su un’ampia gamma di argomenti legati alla sostenibilità.

La crescita di CrowdFarming si è estesa in tutta Europa, coinvolgendo altri agricoltori e raggiungendo nuovi clienti. Molti Paesi europei producono una varietà di prodotti, che però non sono facilmente reperibili. CrowdFarming risolve questo problema creando un mercato più centralizzato, dalle arance spagnole al parmigiano italiano, i clienti di CrowdFarming hanno accesso diretto e facile a prodotti freschi e biologici.

La possibilità di conoscere il luogo di produzione degli alimenti e di ridurre gli sprechi ha avuto un grande successo.



Anche se i clienti non conoscono CrowdFarming, conoscono PayPal, si fidano del fatto che la transazione sarà rapida, facile e, soprattutto, sicura. Noi beneficiamo di questa estensione di fiducia, soprattutto con i nuovi clienti.

Diego Jiménez

Direttore finanziario, CrowdFarming



Ora il team punta al mercato statunitense. “Volevamo prima stabilirci in Europa, per acquisire il maggior numero possibile di conoscenze ed esperienze prima di fare un salto oltreoceano”, afferma Emmeline Hess.

Soddisfare una base clienti in continua espansione ha significato anche restare al passo con i pagamenti. Per ridurre i problemi relativi ai pagamenti, il team di CrowdFarming ha integrato le transazioni di riferimento di PayPal, che consentono ai clienti di effettuare pagamenti ricorrenti in pochi click. Il prossimo passo sarà l’aggiunta di un’opzione di pagamento a rate per i clienti che preferiscono suddividere la spesa.

Per questa azienda dinamica e innovativa è prioritario coniugare il proprio successo con gli obiettivi di impatto sociale e ambientale, e, con PayPal come parte integrante della loro esperienza, il successo di CrowdFarming continuerà sicuramente a dare i suoi frutti.

