



UN SISTEMA INTEGRATO PER L'HOTEL DEL FUTURO

CON "BUSINESS PAY SERVICE", SPIEGA DAVIDE RIGAMONTI, DIRETTORE COMMERCIALE DI DEUTSCHE CREDIT CARD, DIVISIONE DI CARTE E PAGAMENTI DEL GRUPPO DEUTSCHE BANK, L'ISTITUTO FINANZIARIO HA CREATO UN SERVIZIO A 360 GRADI UNICO PER LE IMPRESE ALBERGHIERE

Davide Deponti

Creare un vero e proprio network B2B che permetta alle aziende che operano nel settore alberghiero e turistico di avere a disposizione uno strumento "integrato" in grado di gestire incassi e pagamenti e semplificare il lavoro quotidiano di ogni hotel. Questo il sogno e l'obiettivo che sta alla base del lancio, da parte di un istituto bancario storico e affidabile come Deutsche Bank, del sistema di pagamento *Business Pay Service*

(info: www.deutschecreditcard.it).

Un progetto ambizioso, tutto centrato sull'idea di fornire un servizio sicuro e adattabile alle necessità di chi si occupa di turismo: proprio per questo abbiamo voluto fare una chiacchierata con Davide Rigamonti per scoprire direttamente alla fonte come è nato e che futuro avrà questo prodotto bancario così innovativo. «È dal settembre 2009, quando in parallelo abbiamo lanciato il brand

Deutsche Credit Card al posto dello storico BankAmericard, per identificare la divisione del Gruppo Deutsche Bank specializzata in carte di credito e sistemi di pagamento, che abbiamo iniziato la commercializzazione di *Business Pay Service*. Sempre da allora stiamo portando avanti questo progetto nell'ambito di un piano di ampliamento di prodotti e servizi con strumenti finanziari all'avanguardia. Si tratta di una logica di ottimizzazione delle



L'avveniristica sede milanese della Deutsche Bank, istituto di credito tedesco presente in Italia dal 1977. In alto, Davide Rigamonti, direttore commerciale della divisione carte e pagamenti Deutsche Credit Card

funzioni di incasso e pagamento dei nostri partner e clienti che parte da una maggiore efficienza operativa negli acquisti, prosegue nella gestione dell'esposizione finanziaria e che fa leva sia sul ciclo attivo degli incassi ottenuti dai clienti sia sul ciclo passivo dei pagamenti da ottenere nei confronti dei fornitori. Ma non solo. A questa ottimizzazione, Business Pay Service aggiunge la gestione pro soluto degli incassi, una possibilità di fidelizzazione per

tutta la filiera e la gestione del credito svincolata dal partner bancario che rende flessibili le aziende, riducendo i costi dell'indebitamento

È importante dire che predisponendo per i nostri clienti un sistema come *Business Pay Service* abbiamo colto un forte segnale proveniente dalle imprese di media grandezza. Anche da quelle che operano nel settore turistico: penso a realtà importanti del comparto alberghiero come Baglioni Hotels e



Starhotels o anche ad alberghi non parte di catene, ma con un posizionamento competitivo forte e che non sempre riescono a gestire in autonomia la propria strategia finanziaria. Perché in un mercato competitivo e variegato come quello attuale, crediamo sia importante per un'impresa avere a disposizione un sistema che si configura come un vero network B2B, nel quale sono riunite le strutture di pagamento dei fornitori e quelle degli incassi, oltre a quei servizi corporate come le carte di credito aziendali e personali dedicate a tutti gli operatori che lavorano nel settore del turismo».

Ci racconti allora nel dettaglio come funziona questo sistema adattissimo ad essere adottato nel settore alberghiero. «È abbastanza semplice. Bisogna tenere presente che *Business Pay Service* permette una gestione estremamente semplificata a livello amministrativo-contabile, in primis del rapporto con i propri fornitori. Sia quelli che rientrano nel settore core del business degli hotel, come quelli legati alla cucina e alla pulizie ad esempio, sia quelli non core, come i fornitori legati agli ambiti della telefonia, delle spedizioni, del car rental e della sicurezza. Centralizzando così la gestione e la regolamentazione di tutte queste fatturazioni ricorrenti è facile essere più precisi e pun-



Davide Rigamonti nel suo ufficio di Milano Bicocca: l'istituto finanziario crede nel progetto di attuare una community di aziende del turismo per mezzo degli avveniristici servizi di Business Pay Service

tuali nelle transazioni, ottimizzando i flussi di cassa. Non dimentichiamo che un'impresa turistica, in funzione del particolare posizionamento strategico e territoriale che occupa, può essere soggetta a variazioni di introiti e di spese anche molto ampi durante l'arco dell'anno. Tra i vantaggi che offre un sistema integrato come *Business Pay Service* c'è allora proprio quello di armonizzare i flussi di denaro. Col nostro network insomma proponiamo al cliente un prodotto che permette di superare il sistema di pagamento tradizionale, come bonifici e assegni, essendo centrato su un sistema con linea di credito rotativa e senza spese, nella quale si può dire che l'im-

presa faccia la banca di sé stessa, sfruttando al meglio un prodotto sicuro e affidabile per la gestione contabile. Aderendo al quale, mi preme anche ricordare, è possibile accumulare fino a cinquecentomila punti Millemiglia Alitalia, successivamente convertibili in viaggi incentivi per i clienti o per i dipendenti».

In sostanza si può dire che stiamo parlando di un prodotto serio e completo che mira a stabilizzare e migliorare le esigenze del cliente finale. «Deutsche Credit Card è una importante e consolidata realtà del mondo finanziario fin dal lontano 1969 e in quarant'anni di servizi ha fatto tanto per le imprese. Oggi proponiamo un sistema di cre-

dito bancario innovativo come *Business Pay Service* anche perché vogliamo che chi ci sceglie capisca subito che più ci usa più risparmia. Non per nulla abbiamo in media rapporti con aziende di ogni dimensione che durano diciotto vent'anni. Il motivo è che ci poniamo come partner presente, sicuro ed affidabile per il lungo periodo. Come dimostra il fatto che in questo nuovo progetto sono già un centinaio le aziende che ci hanno seguito, da settembre a oggi. Non credo sia un caso. Inoltre, posso dirle che l'obiettivo a medio termine è anche quello di creare una vera community on line, che abbia come centro il nostro sito dedicato www.deutscheccreditcard.it, alla quale possa accedere tutto il mondo alberghiero e il suo indotto turistico in modo che ci si agevoli a vicenda nella gestione dei cicli finanziari. Più grande è l'area del commercio, infatti, migliori sono i vantaggi operativi e finanziari per ogni singolo cliente, più veloci sono le soluzioni dei problemi e minori i costi». ■

