

PayPal Open

IA e analisi predittiva:

L'evoluzione dei pagamenti nel Travel

Come l'IA può contribuire
a migliorare le esperienze
di pagamento dei viaggiatori



Indice

- 3 Introduzione**
- 4 Esperienze di viaggio potenziate dall'IA**
- 5 Previsioni basate sull'IA**
- 6 L'impatto sui viaggiatori**
- 7 La realtà dell'implementazione dell'IA**
- 8 Da dove iniziare per l'implementazione dell'IA**
- 10 Conclusioni**



Lo stato attuale del settore del travel

Prenotazioni, servizi aggiuntivi, upgrade, acquisti sul posto: il viaggio è costellato di momenti in cui nuovi clienti possono essere conquistati o persi. E oggi questi momenti devono apparire più personalizzati che mai: l'81% dei clienti preferisce aziende che offrono un'esperienza su misura, mentre il 56% diventa acquirente abituale dopo interazioni personalizzate.¹

Ecco perché il settore sta puntando sull'IA e l'analisi predittiva. Queste tecnologie permettono di prevedere la domanda, adattare le opzioni di pagamento in tempo reale, individuare le frodi prima che si verifichino e ottimizzare le autorizzazioni, trasformando i pagamenti da semplice processo in background a vero motore di crescita.

Ma dove è possibile creare il massimo valore nei pagamenti per i viaggi?

¹ Forbes, "The Personalized Customer Experience: Consumers Want You To Know Them", 2024. Disponibile su: <https://www.forbes.com/sites/shephyken/2024/04/14/the-personalized-customer-experience-customers-want-you-to-know-them/> (Consultato: luglio 2025)

Esperienze di viaggio potenziata dall'IA

L'IA sta trasformando il modo in cui le aziende del travel interagiscono con i clienti, ottimizzano le attività operative e offrono esperienze di pagamento personalizzate.

Nuovi modi di entrare in contatto con i clienti

L'IA conversazionale, che comprende chatbot e assistenti virtuali, gestisce ora le attività più disparate, dalle prime richieste alle modifiche complesse delle prenotazioni. Disponibile 24 ore su 24, 7 giorni su 7, riduce i tempi di attesa e i costi di servizio e fornisce assistenza istantanea.

Rendere più smart l'elaborazione dei pagamenti

I sistemi intelligenti analizzano i modelli di transazioni in tempo reale, rilevano le anomalie e scelgono il miglior circuito di pagamento in base al tipo di carta, alla banca emittente e all'importo della transazione.

Il risultato? Alti tassi di autorizzazione, costi ridotti e pochi pagamenti non riusciti. Per le aziende italiane del travel con margini ridotti, anche piccoli recuperi possono tradursi in un fatturato significativo.



Esperienze di pagamento personalizzate

Grazie all'IA, le aziende del settore dei viaggi possono personalizzare le esperienze di pagamento in tempo reale, ad esempio consigliando il metodo preferito (PayPal, BNPL, wallet digitale), ottimizzando la visualizzazione della valuta o pianificando le offerte a rate.

Quando i pagamenti risultano pertinenti e familiari, i clienti hanno maggiori probabilità di prenotare e tornare. Proporre l'opzione giusta al momento giusto aiuta a trasformare il pagamento da momento di attrito a opportunità di fidelizzazione. Si tratta di un piccolo cambiamento nel flusso di pagamento che potrebbe avere un impatto notevole sulle conversioni, la spesa e gli acquisti ripetuti.

Previsioni basate sull'IA

L'analisi predittiva consente alle aziende del travel di anticipare gli eventi e agire prima che i clienti si allontanino.

Anticipare le esigenze dei clienti

L'IA analizza la cronologia delle prenotazioni, i modelli di ricerca e le tendenze stagionali per prevedere i comportamenti dei viaggiatori, consentendo così di:

- Prevedere i metodi di pagamento preferiti per determinati circuiti o destinazioni
- Ottimizzare i flussi di pagamento in base a queste preferenze
- Anticipare la domanda di servizi extra, come upgrade o elementi aggiuntivi

Tariffe coerenti con la domanda

I modelli di prezzo dinamici si adattano in tempo reale in base alla domanda, alla concorrenza e al valore del cliente, permettendo di:

- Aumentare l'adozione di pacchetti premium
- Incoraggiare le prenotazioni ricorrenti con offerte personalizzate
- Adeguare le opzioni di pagamento al valore a lungo termine del cliente



Garantire la soddisfazione dei viaggiatori

L'analisi predittiva può individuare i clienti che potrebbero abbandonare una prenotazione o non tornare più, consentendo di:

- Individuare eventuali segnali di allarme nelle prime fasi del processo di prenotazione
- Attivare offerte, sconti o incentivi mirati per recuperare la vendita
- Ridurre l'abbandono del carrello e consolidare la fidelizzazione

L'impatto sui viaggiatori

Ciascuna fase del pagamento contribuisce a plasmare l'esperienza dei viaggiatori. L'IA aiuta a rimuovere gli attriti e a garantire la sicurezza dei clienti senza rallentarli.

Un percorso di pagamento senza attriti

Dalla prenotazione all'imbarco, ogni punto di pagamento può sorprendere o deludere i viaggiatori. I sistemi di pagamento basati sull'IA ottimizzano il processo di pagamento, riducendo i tassi di abbandono e aumentando la soddisfazione. Su tutti, i wallet digitali offrono pagamenti semplici e rapidi in grado di aumentare le conversioni.

Raggiungere i clienti ovunque si trovino

Con l'IA, i pagamenti diventano parte del viaggio, semplici, fluidi e senza interruzioni. Questo approccio di "commercio contestuale" integra i pagamenti nell'esperienza, dalla prenotazione di un'escursione dall'app all'upgrade del posto a sedere durante il viaggio.

Prevenire le frodi con l'IA

L'IA analizza in millisecondi centinaia di dati per valutare i rischi, attiva verifiche immediate quando necessario e garantisce un checkout veloce, sicuro e customer-friendly.



La realtà dell'implementazione dell'IA

Research and Markets ha valutato il mercato dell'IA nel travel a **\$123,72 miliardi** nel 2024

e prevede una crescita fino a **\$165,93 miliardi** entro il 2025.²

Si tratta di un'opportunità significativa per le aziende del travel di ripensare i pagamenti, ma per sfruttarla al massimo è necessario disporre delle persone, dei processi e dei partner giusti.

Inizia dai tuoi team interni

Le competenze sono alla base del successo dell'IA.

Nel 2024 il 73% dei business leader ha previsto che l'utilizzo dell'IA cambierà radicalmente le strategie di personalizzazione e marketing.³

- Molte aziende del travel non possiedono ancora le competenze richieste nell'ambito dei pagamenti e dell'IA
- Creare team multifunzionali con competenze tecniche e approfondimenti sui pagamenti permetterà di sfruttare appieno il potenziale dell'IA

Conquista la fiducia dei clienti

I viaggiatori sono aperti ai pagamenti basati sull'IA, ma conquistare la loro fiducia è fondamentale.

- Spiega chiaramente come funziona l'IA e quali vantaggi offre
- Mostra come potrebbe garantire la sicurezza delle transazioni accelerando al contempo le prenotazioni
- Esperienze iniziali positive generano fedeltà a lungo termine

Fai spazio all'IA nel tuo business

L'adozione dell'IA richiede cambiamenti operativi e tecnologici al tempo stesso, tra cui:

- Abbattere i silos per accelerare l'adozione
- Far convergere i team su obiettivi condivisi per assicurarsi che l'IA sia integrata e non solo implementata

Ne derivano pagamenti più semplici, operation più rapide e clienti più soddisfatti.

² Research and Markets, "Artificial Intelligence (AI) in Travel Market Report 2025", 2025. Disponibile su: <https://www.researchandmarkets.com/reports/6035331/artificial-intelligence-ai-in-travel-market> (Consultato: luglio 2025)

³ Twilio Segment, "The State of Personalization 2024", 2024. Disponibile su: <https://segment.com/pdfs/State-of-Personalization-Report-Twilio-Segment-2024.pdf> (Consultato: luglio 2025)

Da dove iniziare per l'implementazione dell'IA

Le strategie di IA più efficaci partono da un quadro chiaro del percorso dei viaggiatori. Devi individuare i punti in cui i clienti:

1

Subiscono attriti

2

Abbandonano le prenotazioni

3

Pongono il maggior numero di richieste

4

Riscontrano difficoltà legate ai pagamenti

Una volta ottenute queste informazioni, potrai adattare i tuoi investimenti nell'IA alle opportunità di miglioramento più significative.





Parti dai successi più immediati

I successi più immediati creano slancio e mostrano internamente il valore dell'IA, conquistando il favore del team. Identifica i casi d'uso che offrano risultati misurabili in 3-6 mesi:

- **Il routing intelligente dei pagamenti** seleziona in modo dinamico la società di elaborazione di pagamenti migliore per ogni transazione, aumentando i tassi di autorizzazione senza interrompere il customer journey
- **Il monitoraggio antifrode mirato** regola l'intensità in base alla cronologia e al tipo di transazione, riducendo i rifiuti erronei per i viaggiatori legittimi
- **Il recupero del carrello abbandonato** individua i motivi dell'abbandono di una prenotazione, dall'assenza di metodi di pagamento alle tariffe impreviste, e attiva una strategia di recupero personalizzata

Valuta le opportunità a lungo termine

Sebbene i successi più immediati siano importanti, i principali vantaggi sono legati alle funzionalità dell'IA con tempi di implementazione più lunghi (12-18 mesi):

- **La personalizzazione predittiva** può offrire la giusta modalità di pagamento nel momento più indicato, ad esempio i piani di pagamento a rate per i viaggi di maggior valore o la visualizzazione automatica della valuta preferita
- **I pagamenti invisibili**, in cui la transazione si integra senza interruzioni nell'esperienza di viaggio, come nel caso degli upgrade addebitati automaticamente o degli acquisti effettuati a destinazione
- **La gestione proattiva delle eccezioni** che individua i potenziali problemi, dalle autorizzazioni di pagamento non andate a buon fine ai dati delle prenotazioni incoerenti, e li risolve prima ancora che il cliente se ne accorga

Un esercizio di equilibrio

Va tenuto a mente che l'IA deve migliorare l'esperienza cliente e non sostituire il tocco umano. Le aziende del settore dei viaggi potrebbero voler:

- **Automatizzare le attività di routine**, come le conferme di prenotazione o i cambi di prezzo, mantenendo l'assistenza umana disponibile per i problemi più complessi
- **Offrire modalità di contatto chiare**, come un numero di call centre o una live chat da affiancare ai flussi di prenotazione potenziati dall'IA
- **Seguire le procedure consigliate** del settore e le indicazioni sulla conformità di enti come l'**EU AI Act**, garantendo che l'IA sia trasparente, comprensibile e affidabile
- **Usare misure di protezione specifiche per il travel**: ad esempio, gli strumenti di automazione dei prezzi dovrebbero sempre consentire a un cliente di parlare con un rappresentante prima di finalizzare una prenotazione ad alto valore

Le basi strategiche per avere successo

Per le aziende italiane del travel, l'IA e l'analisi predittiva sono diventate indispensabili per rimanere competitive. Questi strumenti sono integrati nei sistemi di pagamento e trasformano l'attrito in opportunità, per promuovere la personalizzazione, l'efficienza e la crescita del fatturato.

PayPal Open ti offre gli strumenti per trasformare tutto questo in realtà. Dal routing intelligente dei pagamenti alla protezione antifrode avanzata e alle modalità di pagamento flessibili e intuitive, è progettata per aiutarti a sfruttare il potenziale dell'IA offrendo al contempo le esperienze ottimizzate che i clienti si aspettano.

Con il giusto partner e una visione chiara puoi passare dalla sperimentazione dell'IA a risultati concreti, aumentando le conversioni, consolidando la fidelizzazione e guidando il mercato verso una nuova era del travel.

Sei pronto a scoprire come i pagamenti basati sull'IA possono supportare il tuo business nel travel?

Contattaci oggi stesso

PayPal

Questo contenuto è fornito solo a scopo informativo. Dovresti sempre ottenere una consulenza indipendente in ambito aziendale, fiscale, finanziario e legale prima di prendere qualsiasi decisione aziendale.

