



De essentiële gids voor het ontwikkelen van uw e-commerce activiteit

Hoe creëert u een
eenvoudige, veilige
en schaalbare
betaalervaring?

ingenico
a Worldlinebrand

3 — INLEIDING

Naar een meer
gebruiksvriendelijke
e-commerce

4 — CHRONOLOGIE

Het e-commerce
avontuur van A tot Z

5 — DEEL 1

Hoe uw e-commerce
onderneming opstarten

7 — DEEL 2

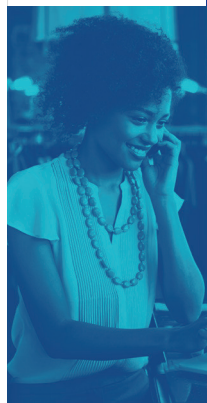
Hoe stimuleert
u online groei?

15 — DEEL 3

Nieuwe markten,
nieuwe regels

12 — GA EEN STAP VERDER

Over Ingenico
ePayments



Naar een meer gebruiksvriendelijke e-commerce

Het uiterlijk van online winkels is aan het veranderen. Voortaan moeten deze winkels een soepele, eenvoudige, veilige en gebruiksvriendelijke ervaring bieden. Volgens de prognose van e-Marketer zal in 2019 meer dan een kwart van de online kopers hun favoriete merken kopen via instant messaging in plaats via e-mail. Afstandelijke en onpersoonlijke communicatie behoort tot het verleden! Uw klanten verwachten een gepersonaliseerde ervaring en hopen op een speciale band met uw merk.

Tijdens het hele kooptraject – van het zoeken naar een product tot het afronden van de betaling en zelfs daarna – moeten de interacties dus gebruiksvriendelijker worden. Maar hoe is dit concreet te bereiken? Wat zijn de beste methoden om de betaalervaring van deze veeleisende consumenten te verbeteren en – uiteindelijk – de conversieratio te verhogen? Om u op deze weg te helpen hebben wij in dit e-book de adviezen van onze experts, feedback over de ervaringen van onze klanten en praktische tips bijeengebracht met als doel het opbouwen van een echte, persoonlijke en veilige relatie met uw consumenten.

Ongeacht of u een startende ondernemer bent, een professionele retailer die zijn online groei wilt stimuleren of een handelaar die op het punt staat grensoverschrijdend uit te breiden, dit e-book is voor u bestemd.

Veel leesplezier.



Het e-commerce avontuur van A tot Z

De eerste stappen in de e-commerce

- Bedrijfsmodel en merkidentiteit definiëren
- Keuze van het e-commerce platform en van de betalingspartner
- Ontwikkeling van uw online winkel gevolgd door lancering
- Uw eerste transactie registreren

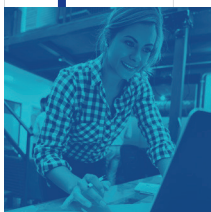


Op weg naar groei

- Een website-optimalisatiecampagne creëren om de gebruikerservaring te verbeteren
- Beheer van het toenemend volume van bestellingen
- Plan voor fraudebestrijding om zich aan het groeiend risico aan te passen

- Plannen voor internationale groei: volgens een EY-onderzoek van 2018 plant 25% van middelgrote Europese ondernemingen een internationale uitbreiding
- Doelmarkten kiezen op basis van de ondernemingsstrategie
- De e-commerce website ontwikkelen en aanpassen aan internationale klanten

Grensoverschrijdend gaan





Ingenico is cruciaal geweest in het oplossen van een aantal van onze betaalproblemen, het rendement aanzienlijk te verlagen en een vloeiende klantervaring op te bouwen. Het is een partner waarop we kunnen vertrouwen.”

“Als een van de populairste PSP’s in Nederland en met zijn wereldwijde netwerk biedt Ingenico ons een platform dat werkt voor onze klanten. Verder is het een platform dat met ons meegroeit als we ons bereik willen vergroten.”

ANNELOES VAN DER HEIJDEN,
Studio Anneloes

Ondernemers zijn aan het eind van hun Latijn. Volgens een peiling van Vistaprint geeft 60% van hen toe moe te zijn. Onder deze omstandigheden zijn tips zeker welkom.

De kunst van het opstarten van een e-commerce onderneming

Contracteren met betalingsdienstverleners en banken, interfacing met transportmaatschappijen, personalisering van webpagina's, klantenervaring etc., allemaal kwesties waar nieuwkomers in de e-commerce zich het hoofd over breken. Hoe kunt u er zeker van zijn de juiste keuzes te maken?

Denk op lange termijn

Bij de opstart van uw onderneming zijn bepaalde aspecten (volumebeheer, internationale regelgevingen etc.) wellicht nog geen probleem, maar deze kunnen al snel een prioriteit worden. Daarom bestaat de ideale aanpak eruit om tools en partners te kiezen met de nodige capaciteiten om zich aan uw toekomstige behoeften aan te kunnen passen.

Zo is het bijvoorbeeld beter om meteen in het begin voor een schaalbare en robuuste e-commerce oplossing te kiezen in plaats van daarnaartoe te moeten migreren wanneer de groei van uw activiteit dit vereist en de tot dan toe gebruikte tool te beperkt blijkt of het begeeft. Het is raadzaam zich de juiste vragen te stellen: open-source of iSaaS CMS? Maak, afhankelijk van uw behoeften en eisen, uw keuzes met het oog op lange termijn.

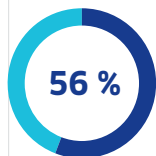
HET ADVIES VAN INGENICO

Consumenten worden steeds veeleisender en verwachten een betrouwbare online omgeving. HTTPS, 3D Secure, logo herkenning, sterke authenticatie etc., online betaling kan niet langer plaatsvinden zonder deze geruystellende elementen!





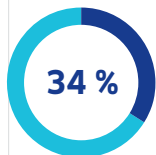
Ieder zijn betaalwijze



van de 18-24-jarigen

geeft de voorkeur om online te betalen met een bankkaart.

Voor de 35-54-jarigen is dit 44%.



van de 35-54-jarigen

verkiest PayPal voor hun online aankopen. Voor de jongere kopers is dit slechts 28%.

Bron: Instituut Toluna, 2016

Analyseren en anticiperen

Toekomstige online verkopers doen er goed aan het betalingsonderdeel in een zeer vroeg stadium in hun project te integreren.

Het doel is duidelijk, nl. beoordeel de impact en werk samen met uw web-agentschap om de beste oplossing te vinden (plug-ins of API) en het betalingscomponent in de website te integreren.

Bovendien, door hun markt te analyseren kunnen ondernemers de meest geschikte betaalmethoden selecteren. Zo zullen bij een gemiddelde transactiewaarde van 500 euro niet dezelfde betaalmethoden een rol spelen als bij een transactie van ca. 30 euro.

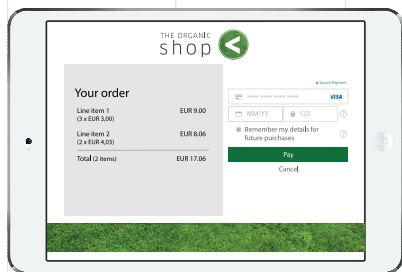


3 criteria voor het kiezen van een betalingspartner

Veiligheid voorop

De betalingspartner is verplicht de strengste normen in acht te nemen. Zo zal een PCI DSS gecertificeerde dienstverlener (de veiligheidstandaard van de betaalkaartensector) van niveau 1 beter in staat zijn u te beschermen.

Eenvoud



Kies de juiste partner om u geen zorgen te hoeven maken over de integratie en de configuratie van de betaalmodule in uw platform. Kies ook voor een in uw website geïntegreerde betaalpagina, om de klant van begin tot eind een naadloze klantenervaring te bieden. Zorg, voordat u opstart, dat u nodige en nuttige adviezen krijgt van experts. Dit is een goede test om te ervaren of u tijdens het opstarten van uw project dagelijkse ondersteuning kunt krijgen!

Een stabiele infrastructuur

In de online wereld is iedere seconde cruciaal. Een te lange responsetijd betekent een gemiste verkoop. Vertrouw daarvoor uw activiteit enkel toe aan een betalingsdienstverlener met een stabiel platform waarvan het beschikbaarheidspercentage niet minder dan 99,99% is.



**Zodra automobilisten
hun kredietkaart
in onze app
geregistreerd hebben,
kunnen ze zoveel
betaalmethodes
registreren als
ze willen. Het
verschuldigde
parkeergeld wordt
automatisch van hun
rekening afgeboekt.”**

ARNAUD PARFAIT,
Chief customer & data officier



Uw webwinkel is van start. 60% van de bezoekers ziet nog vóór de betaling¹ af van de aankoop. Hoe kunt u uw conversieratio verbeteren? En hoe kunt u voor uw klanten een gebruiksvriendelijke, gepersonaliseerde en opmerkelijke ervaring creëren?

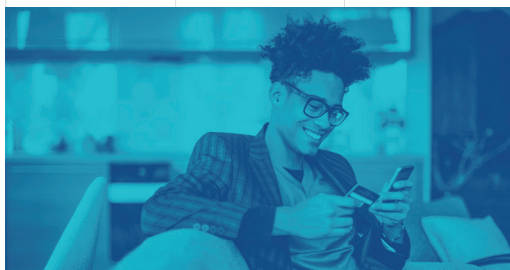
Hoe kunt u uw online groei stimuleren?

1

De gebruikerservaring vereenvoudigen en optimaliseren

Wilt u er zeker van zijn geen mobiele verkopen mis te lopen, kies dan voor een responsieve betaalpagina die geschikt is voor alle apparaten (smartphone, tablet, enz.). Personaliseer de look & feel (kleuren, logo, lettertype etc.) om tot aan de betaling een naadloze merkervaring te bieden.

Door tevens de mogelijkheid te bieden om de kredietkaartgegevens versleuteld te bewaren (tokenization) kunnen terugkerende klanten met één klik betalen. Een must in een tijd waarin vele bedrijven, zoals Uber in de vervoerswereld, erin slagen de betaal-fase naadloos, zo niet onzichtbaar te maken.



¹ Ingenico onderzoek



2

Het juiste evenwicht van betaalmethoden

Hoe de juiste betaalmethoden aan de juiste consumenten aanbieden?

De ideale aanpak bestaat uit een goed marktonderzoek, om de methoden aan het licht te brengen die op uw markt het meest gebruikt zullen worden. Afhankelijk van het land, de gemiddelde transactiewaarde of de doelgroep zullen de methoden waaraan de voorkeur wordt gegeven verschillen.

3

Fraudpreventie

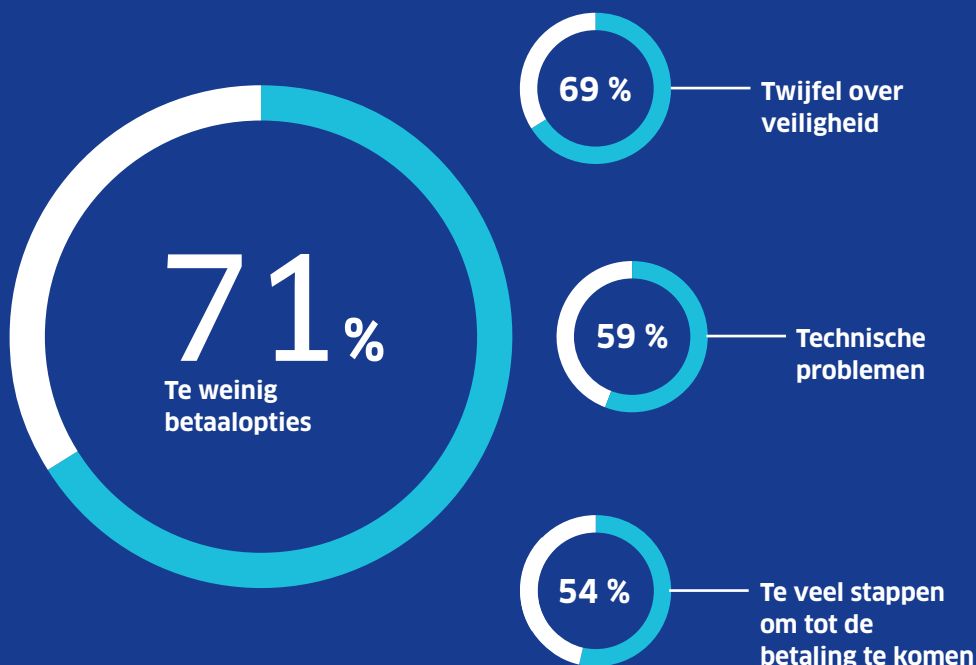
Betekent – naast toepassing van technologieën als 3DS v2 – zich omringen met experts die de scoretools weten te implementeren die nodig zijn voor het detecteren van afwijkingen, met name dankzij artificiële intelligentie. Bij sommige klanten van Ingenico ePayments kon dankzij een dergelijke methode het percentage frauduleuze transacties van 0,1% tot 0,01% worden teruggebracht en kon tegelijk de conversieratio met 3% worden verhoogd.

4

De noodzakelijke analyse

Bent u tevreden over uw huidige conversieratio? Om het aantal verkopen te verhogen en precies de redenen van het niet converteren te kennen, is het noodzakelijk de betalingsgegevens te analyseren: op welk moment verlaten de consumenten het koopproces? Is het om veiligheidsredenen of wegens een hoog percentage van geweigerde betalingen door de banken? Door de tijd te nemen en betalingsgegevens te analyseren, kunnen online verkopers onmiddellijk de vinger leggen op de aspecten die wrijving veroorzaken in het klanttraject om deze vervolgens op te lossen. Dit tot het grootste genoegen van de consumenten.

De redenen om tijdens de betaalphase van een aankoop af te zien



HET ADVIES VAN INGENICO

Marketing automation, adwords, reclame... online verkopers steken er enorm veel energie in om consumenten naar hun website te lokken en tot klanten te converteren. De eindfase, de betalingspagina, is helaas een heikel punt. Toch speelt zich daar het belangrijkste af: de latentie van een seconde, een ontbrekende betaalmethode en de bestelling wordt afgebroken!

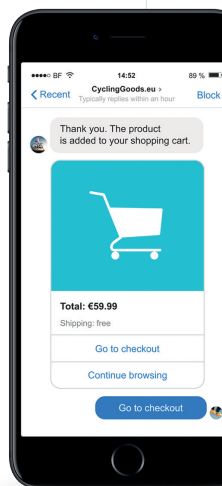
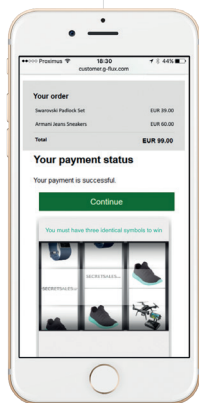
2 innovaties in dienst van de klantervaring

Al chattend betalen

De experts van Ingenico ePayments werken aan het ontwikkelen van gepersonaliseerde chatbots die de klant tot aan de transactiefase naadloos kunnen begeleiden. Dit maakt het mogelijk boeiende kooptrajecten te creëren op discussieplatforms als Facebook Messenger. Dankzij deze methode, getest bij een Belgisch dagblad, kon **de conversieratio met zes worden vermenigvuldigd!**

Spelen bij de koop

En als gamificatie nu eens online verkopers zou kunnen helpen? Bijvoorbeeld door een kans van één op tien te bieden om na de betaling met een spelletje het bedrag van de bestelling terug te winnen – in plaats van een klassieke korting te geven. Met deze methode heeft een aantal webwinkels, geholpen door Ingenico ePayments, een **stijging van de conversieratio van 15% en een spectaculaire toename van de gemiddelde transactiewaarde met 25%** kunnen vaststellen.





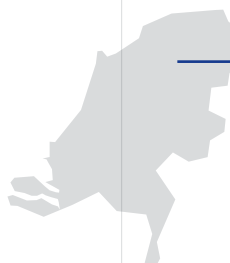
**Ingenico heeft ons
tijdens alle belangrijke
stappen geholpen bij het
optimaliseren van onze
betalingstromen door het
vermeederen van het
aantal geboden talen,
valuta's en betaalmethoden.
Ook hebben we dankzij one
click-technologie de opslag
van transactiegegevens
ingevoerd.”**

DAVID DERAÏ,
Treasury Director chez Smartbox

smartbox

U wilt uw sterk groeiende online winkel naar het buitenland uitbreiden. Na uw doelmarkten te hebben gekozen – in lijn met uw strategie – moet u echter het hele traject nog aanpassen aan de specifieke kenmerken van de gekozen regio. Taal, valuta, favoriete betaalmethoden etc. Alles moet opnieuw doordacht worden. Hier richten we de focus op markten met bijzondere verwachtingen.

Andere markten, andere regels



Nederland

Valuta: euro

Taal: Nederlands

Specifieke betaalmethode: iDEAL
(elektronisch betaalplatform)



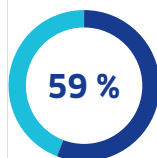
Spanje

Valuta: euro

Taal: Spaans

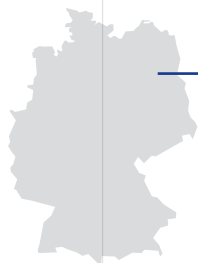
Specifieke betaalmethode:
bankkaart en wallets

Doel nummer 1: converteren



van de online kopers

breekt de transactie af als ze geen toegang hebben tot hun favoriete betaalmethode.



Duitsland

Valuta: euro

Taal: Duits

Specifieke betaalmethode:

betaling op factuur



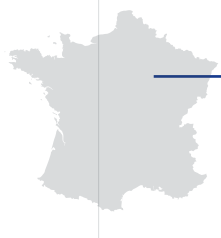
Verenigd Koninkrijk

Valuta: pond sterling

Taal: Engels

Specifieke betaalmethode:

kredietkaart en wallets



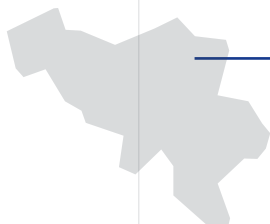
Frankrijk

Valuta: euro

Talen: Frans

Specifieke betaalmethode:

bankkaart of PayPal



België

Valuta: euro

Talen: Frans, Nederlands, Engels, Duits


betaalmethode: Bancontact (betaalapplicatie)

A blue-tinted photograph of three children in superhero costumes. On the left, a girl in a Wonder Woman costume. In the center, a boy in a Spider-Man costume. On the right, a girl in a Superman costume. In the bottom right corner, a boy is wearing a Batman mask. The background is a blurred indoor setting with vertical lines.

Het belangrijkste is dat onze klanten tijdens hun bezoekttraject tot aan de betaling toe op geen enkel obstakel stuiten. Internationale expansie is voor ons van essentieel belang, we moesten maar liefst 14 verschillende betaalmethoden invoeren voor de 32 landen waarin we aanwezig zijn.”

CARLOS LARRAZ,
Mede-oprichter & CEO

Funidelia
Have fun!



Een full-service partner?

Op het gebied van betaling kunnen online verkopers kiezen. Als hun markt zich beperkt tot een klein geografisch gebied kiezen ze voor een Payment Service Provider (PSP) met een bank voor het beheer van de financiële stromen. Als de markt zich daarentegen uitstrekt tot een internationale zone met een groot aantal betaalsystemen dat in aanmerking genomen moet worden, verdient het de voorkeur een beroep te doen op één full-service dienstverlener die in staat is het proces van A tot Z te beheren, ongeacht de valuta's.

“We leveren internationaal, in een nichesector, producten van hoge kwaliteit aan klanten met zeer hoge verwachtingen. Hun de mogelijkheid bieden in de valuta van hun keuze te betalen is essentieel.”

WILMA PEELEN,
Fondateur de Sneeboer

Over Ingenico ePayments

Ingenico ePayments streeft ernaar u in staat te stellen uw e-commerce activiteit te ontwikkelen; door het optimaliseren van uw conversieratio, het vereenvoudigen van uw administratief beheer en het optimaliseren van uw geldstromen. Wij investeren voortdurend in ons betaalplatform om het hoogste acceptatiepercentage te bereiken, fraude te bestrijden en nieuwe verkoopkanalen te activeren.

Ons team van experts zal u met plezier begeleiden met uw traject en helpen bij het ontwerpen van de optimale configuratie om zo uw klanten de beste betaalervaring te bieden.

Meer informatie vindt u op www.ingenico.be/payments

300 000

ondernemers stellen
vertrouwen in ons



Simple. Scalable. Reliable

Bezoek onze website
www.ingenico.com/mybusiness
voor meer verhalen van onze klanten!



Met medewerking van

