

Hoe webwinkels in de Home & Living branche **betalingen gebruiken voor explosieve groei**



adyen

Inhoud

Kies de juiste partners	4
Haal het beste uit je conversieratio	6
Verkoop in de rest van de wereld	9
Gebruik data om nieuwe hoogten te bereiken	12
Bied de ultieme klantervaring	14

Met de juiste basis kunnen bedrijven met innovatieve ideeën veel verder komen dan ze ooit hadden durven dromen. Betalingen kunnen een boost geven aan dit groeitraject. In deze guide laten we je precies zien hoe dat werkt. Met behulp van een aantal toonaangevende Home & Living bedrijven geven we je de nodige tips en tricks om zelf een vliegende start te maken.

Innovatie heeft de weg vrijgemaakt voor vernieuwende ideeën. Maar voor elke Booking.com of Etsy zijn er duizenden ideeën die niet slagen. Een idee alleen is namelijk niet genoeg. Je moet elk hulpmiddel aangrijpen om processen te verfijnen en inkomsten te genereren. Zo zet je jouw idee om in een duurzaam bedrijf.

In deze guide vind je tips over het stimuleren van bedrijfsgroei via jouw betaalpartner. We hebben dit onderwerp uitgebreid besproken met een aantal van onze retail partners op het gebied van woonaccessoires en lifestyle artikelen. Of het nu gaat om het kiezen van de juiste partner, het gebruik van handige betaaldatas of het boosten van je conversie: wij helpen je op weg. Ontdek hoe onze partners Westwing, Yumeko en fonQ betalingen hebben omgeturnd van een plichtmatige tool tot een echte business asset.



Kies de juiste partners

Eén van de sleutels tot succes is het kiezen van een goede partner. Ray en Charles Eames, Bill Gates en Paul Allen, Viktor en Rolf: het is essentieel om partners te vinden die jouw vaardigheden aanvullen en ook jouw bedrijfsfilosofie delen.

The logo for Yumeko, consisting of the word "yumeko" in a lowercase, sans-serif font.

“Met Adyen hebben we een aantal flinke optimalisatieslagen gemaakt. Daarnaast liften we mee op de doorontwikkeling van Adyen, waardoor wij alle consumententrends kunnen meepakken.”

Rob van den Dool – Founder en CEO, Yumeko

Voor bedrijven kan succes afhangen van verschillende partners. Niet alleen tussenpersonen in de retail en logistieke partners hebben invloed, ook je betaalprovider speelt een grote rol.

Waarschijnlijk is jouw team al druk genoeg. Bespaar de tijd die het kost om een langdurige integratie te doorstaan, jouw betaalsysteem zelf te beheren en contracten aan te gaan met meerdere partijen. Een betaalpartner die jouw development strategie begrijpt, kan je helpen met het lanceren van een e-commerce platform en het openen van fysieke winkels, waar je maar wil. Met een flexibele betaaloplossing kan je jouw bedrijf snel laten groeien, zonder administratieve en technische complexiteit.

The logo for fonQ, consisting of the word "fonQ" in a lowercase, sans-serif font.

“Bij fonQ hebben we de visie dat technologie zich moet aanpassen aan de klantreis en niet andersom. We zien dat Adyen diezelfde overtuiging heeft, waardoor we samen tot een klantreis gekomen zijn waarbij betalingen diep geïntegreerd zijn in het ordertraject.”

Jeremiah Albinus – CEO, fonQ



Haal het beste uit je conversie in 3 simpele stappen

Conversie is het verschil tussen mooie praatjes en het daadwerkelijk runnen van een winstgevend bedrijf. Hier zijn drie voorbeelden van manieren om een enorme sprong voorwaarts te maken als het gaat om het genereren van inkomsten.

Optimaliseer jouw checkout

Het optimaliseren van jouw betaalpagina is essentieel als je nieuwe klanten wil verwelkomen en vaste klanten wil behouden. Functies zoals betalen met één klik of het automatisch invullen van betaalvelden maken dit proces makkelijker. Ook aanpassingen voor een mobiele interface, zoals numerieke toetsenborden om kaartgegevens in te voeren, of begeleidingsberichten met extra informatie, maken de kans op verkopen groter.

The logo for fonQ, consisting of the lowercase letters 'fonQ' in a bold, sans-serif font.

“Als we kijken naar het ordertraject dan is het belangrijk - of je nu shopt op je mobiel, laptop of tablet - dat deze veilig, betrouwbaar én gemakkelijk is. Daar heeft Adyen ons enorm mee geholpen. Zo hebben we samen het conversie percentage verhoogt.”

Jeremiah Albinus – CEO, fonQ

Maak gebruik van risicomanagement tools

Een effectief risicomanagement systeem maakt zorgvuldige afwegingen. Aan de ene kant versimpelt deze het afrekenproces voor klanten en aan de andere kant blokkeert het systeem fraudeurs. Door op-maat-gemaakte frauderegels te hanteren met algoritmen die de gedragskenmerken van klanten herkennen en de geldigheid van een transactie beoordelen, verlaag je jouw fraudepercentage. En daarmee verhoog je dan weer jouw autorisatiepercentage (goedgekeurde betalingen).

Adyen ontwikkelde **RevenueProtect**. Dit is een risicomanagement systeem dat fraude online en in de winkel eenvoudig detecteert. Zo wordt veilig betalen een fluitje van een cent. Het systeem neemt je niet alleen veel extra werk uit handen, het schept ook een veilige omgeving: voor jou én je klant.

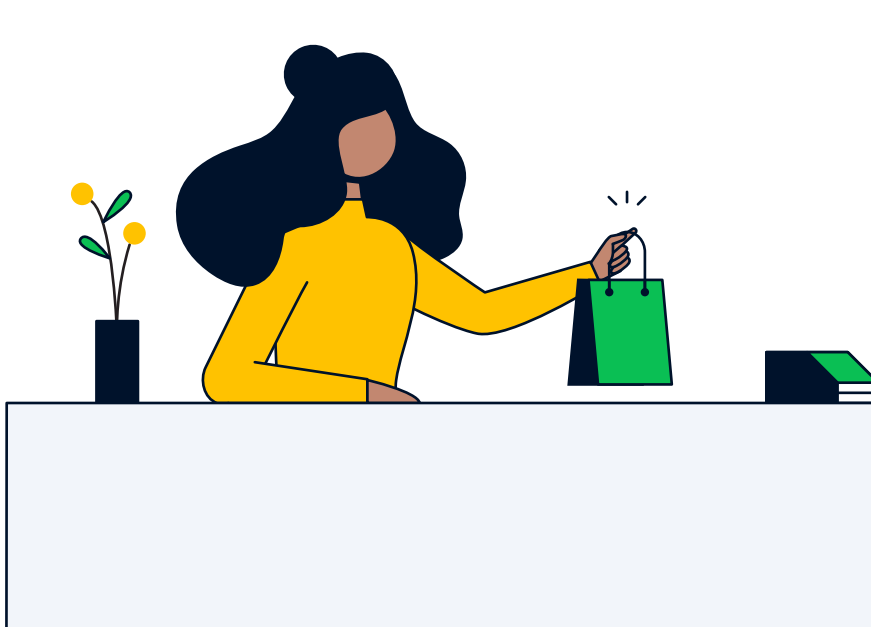
WESTWING
HOME AND LIVING

“Adyen is een uitstekende partner geweest in ons doel om fraude tegen te gaan. Samen hebben we een robuuste risicobeheer-strategie ontwikkeld die is toegespitst op ons bedrijf en die tot echte bedrijfsresultaten heeft geleid.”

Shejn Tahirsylaj — Senior Payment & Project Manager at Westwing

Herken loyale klanten

Wanneer je een vaste klant herkent, kun je flink wat hindernissen in het betaalproces wegnemen. Als je zijn betaalgegevens bijvoorbeeld hebt opgeslagen, kan de consument de volgende keer afrekenen met één druk op de knop. Ideaal, want gegevens invoeren kost onnodig veel tijd. Ook is het mogelijk om een loyaliteitsprogramma te koppelen aan betaalgegevens. Of de klant nu in de winkel of online betaalt, een gepersonaliseerde aanbieding loopt hij niet langer mis. Dat extra kopje koffie, gratis verzendkosten of een korting zorgt ervoor dat de consument zich gewaardeerd voelt door jouw bedrijf.





Verkoop in de rest van de wereld

Hoe meer klanten je vindt, hoe meer inkomsten je creëert en hoe sneller je kan groeien. Als je grote successen hebt bereikt in jouw thuismarkt, is het misschien tijd om na te denken over uitbreiding naar andere landen. Klinkt lastig, maar dat valt best mee. Met het juiste betaalsysteem verkoop je jouw woonaccessoires en huishoudelijke artikelen net zo makkelijk in de rest van de wereld.

Hoe doe je dat?

Wanneer jij je bijvoorbeeld wil richten op Duitsland, dan kan je daar op zoek gaan naar een nieuwe betaalpartner. Dit betekent dat je een nieuw contract moet afsluiten met een onbekende partij, de zoveelste integratie succesvol moet doorlopen en dan hebben we het nog niet eens over al het administratieve werk waar je mee te maken krijgt. Natuurlijk is dit alles prima te overzien als je je richt op één specifiek land, maar wil jij zakendoen in heel Europa, Azië of de VS? Dan wordt het een ander verhaal.

The logo for Yumeko, consisting of the word 'yumeko' in a lowercase, sans-serif font, centered within a light blue square.

“De overstap op het betaalplatform van Adyen ging vlekkeloos. De integratie verliep als een zonnetje. Het team van Adyen was uitstekend voorbereid en begeleidde het proces van A tot Z. Ze hadden direct contact met onze technische mensen, waardoor we snelheid konden maken.”

Rob van den Dool – Founder en CEO, Yumeko

Je bespaart een hoop tijd als jij jouw krachten bundelt met een betaalprovider die jou, aan de hand van één enkel betaalplatform, wereldwijd kan ondersteunen. Zo zit je niet vast aan stapels contracten en hoef je geen tijd te steken in uitgebreid onderzoek. Op die manier kun je vestigingen openen in alle landen die je maar wil en klanten altijd hun favoriete betaalmethode aanbieden. Zo rekenen we in Nederland het liefst af met iDEAL, terwijl onze Duitse burens zweren bij Sofort en men in België massaal gaat voor BanContact. En wist je dat Britten 90% van hun betalingen doen met creditcard?

Het is ook nog eens een flinke kluit om alle specifieke wetten, regels en gewoontes te kennen van nieuwe markten waarop jij je wil focussen. Klanten in Frankrijk vertonen ander koopgedrag dan consumenten in Nederland. En elk land, ook binnen de EU, heeft andere wet- en regelgeving. Daarom is het goed om op zoek te gaan naar een partner die bekend is met buitenlandse markten.

Een globale, gecentraliseerde benadering van betalingen vergemakkelijkt ook de afstemming van verschillende markten voor een beter zicht op internationale prestaties.

Beter van niet	Liever wel
In elke regio een nieuwe betaalpartner toevoegen	Kies een betaalpartner met internationaal bereik
De betaalmethoden die je aanbiedt beperken	Houd rekening met lokale voorkeuren. Bijv. Cartes Bancaires in Frankrijk, of iDEAL in Nederland
Ga voor een gedecentraliseerde benadering van betalingen	Denk globaal. Ontvang rapporten in hetzelfde format voor alle regio's
Think small	Shoot for the stars

The logo for Yumeko, consisting of the word "yumeko" in a lowercase, sans-serif font.

“We bieden betaalmethoden aan die onze klanten graag willen. Denk bijvoorbeeld aan Pay by Link via de mail. Onze klanten geven aan dat ze dit handig vinden en met Adyen kunnen we dat vervolgens regelen.”

Rob van den Dool – Founder en CEO, Yumeko



Gebruik data om nieuwe hoogten te bereiken

Wanneer jij jouw klant door en door kent, heb je een enorme troef in handen.

Wist je dat betaaldata hierin een grote rol kunnen spelen? Misschien ben je wel eens benieuwd geweest naar de antwoorden op onderstaande vragen? Dan kunnen onze betaaldata je verder helpen.

- Waar komen mijn klanten eigenlijk vandaan?
- Hoeveel geld geven ze uit?
- Waarom worden sommige transacties geweigerd?
- Wat zijn de favoriete betaalmethoden van mijn klanten?
- Waar moet ik mijn volgende winkel openen?
- Hoeveel van mijn klanten kopen online en komen ook weleens in de winkel?

Door alle transactiegegevens te centraliseren, kun je ze vervolgens makkelijk analyseren. Zo krijg je toegang tot waardevolle informatie die een grote rol speelt in de groei van jouw bedrijf. Met de informatie die Adyen heeft over jouw betalingen, kan je klanten die iets bij jou kopen op alle kanalen zien. Zo creëer je een handig 360-graden overzicht van hun betaalgeschiedenis. Deze inzichten kun je gebruiken voor:

- Een operationele verbetering. Dat doe je door gebruik te maken van de mogelijkheid om refunds via alle kanalen terug te betalen, terugboekingen (chargebacks) te monitoren en risicomanagement te configureren.
- Het uitgebreid in beeld brengen van jouw klanten. Je leert precies wat bestaande consumenten willen. Hierop kun je handig inspelen met bijvoorbeeld een loyaliteitsprogramma. Daarnaast ontdek je hoe je nieuwe klanten het beste kunt behouden.

Daarnaast kan de informatie die beschikbaar is helpen bij belangrijke zakelijke beslissingen. De beschikbare data ondersteunen bijvoorbeeld jouw toekomstige winkelstrategie. Door de prestaties van individuele winkels te analyseren, weet je precies wat er op welke plek nodig is. Denk bijvoorbeeld aan innovatieve stappen, zoals het plaatsen van een self-service kassa.



Bied de ultieme klantervaring

In 2021 verwachten klanten een innovatieve en persoonlijke ervaring, ongeacht het verkoopkanaal. Dit wordt mogelijk gemaakt door unified commerce. Of we het nu hebben over mobiel, online of in de winkel: de winkelervaring van klanten moet onvergetelijk zijn.

Sommige merken onderscheiden zich van concurrenten door innovatieve en waardevolle ervaringen te bieden. CoolBlue is een mooi voorbeeld. Zij bieden klanten een premium service als het gaat om bezorging. Ze leveren niet alleen een televisie of soundbar, maar installeren hem ook meteen voor de klant. Daarnaast geven bezorgers een uitleg over het product en eventueel advies over aanvullende items die ter plekke via de tablet besteld en betaald kunnen worden. Slim van CoolBlue, maar ook erg handig voor de klant.

Een ander inspirerend voorbeeld van innovatie die de klantervaring versterkt, is de online stylingtool van **fonQ**. Met behulp van deze gebruiksvriendelijke stylingtool kunnen klanten virtueel hun nieuwe interieur online ontwerpen en verschillende meubels, verlichting en woonaccessoires uitproberen om de perfecte combinatie te vinden.

Je kunt concurrenten voorblijven door niet alleen aan de huidige vraag te voldoen, maar ook door actief te investeren in de toekomst.

The logo for fonQ, consisting of the word "fonQ" in a bold, black, sans-serif font, centered within a light blue square.

“Zeker als het gaat om betalen, moet het zo makkelijk mogelijk zijn voor klanten om de klantreis af te ronden. Daarom hebben we verschillende betaalmogelijkheden diep geïntegreerd in onze e-commerce infrastructuur, zodat klanten snel de betaling kunnen afronden.”

Jeremiah Albinus – CEO, fonQ



Ready to go?

Innovatie is altijd een belangrijk onderdeel geweest van de Home & Living branche. Het maakt deel uit van het meubilair. Nu meer dan ooit weten retailers in woonartikelen dat ze moeten blijven bedenken hoe ze in contact komen met klanten. Ze moeten nadenken over de technologie die ze gebruiken, hoe ze navigeren op een steeds meer geglobaliseerde markt en over het aanpakken van uitdagingen op het gebied van duurzaamheid en milieu.

Het is van groot belang om je als onderneming snel te kunnen ontwikkelen. Lukt het jou om, ongeacht de situatie, volledig te voldoen aan de behoeften van jouw klant? Dan is dit de tijd om je te onderscheiden van concurrenten, zodat jij een voorsprong hebt op een succesvolle toekomst.

We hopen dat deze guide je inspiratie en bruikbare suggesties biedt. Wie weet zijn betalingen vanaf nu een zorg minder? Mocht je vragen hebben: we helpen je graag. [Klik hier](#) als je in contact wil komen met ons team.

Over Adyen

Adyen (AMS: ADYEN) is het favoriete betaalplatform van de meest toonaangevende bedrijven ter wereld. Het systeem biedt een end-to-end infrastructuur dat rechtstreeks verbonden is met Visa, Mastercard en andere betaalmethoden waar consumenten wereldwijd de voorkeur aan geven. Adyen zorgt voor probleemloze, snelle betalingen via alle kanalen: online, mobiel en in de winkel. Het bedrijf heeft wereldwijd kantoren en tot hun klantenkring behoren onder andere Uber, Spotify, Lush, Rituals, vanMoof en Rijksmuseum.

Adyen is voortdurend bezig met het verbeteren en uitbreiden van het bestaande productaanbod. Nieuwe producten en features worden aangekondigd via persberichten en product updates op de website van het bedrijf.