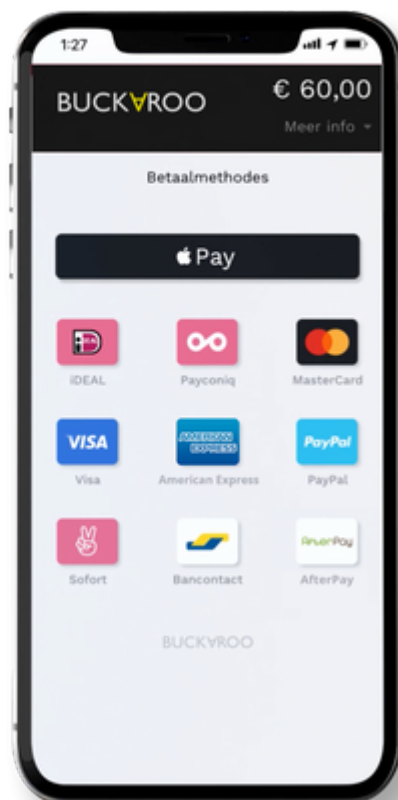


PAYMENTS IN ONLINE FASHION



Nieuwe Betaalmethoden •
Data & Online Fashion •
Retouren & Achteraf Betalen •
Subscription Services •

22% van alle kledingaankopen gaat via internet. Online fashion is een groeiende branche, waarbij marges en conversie ontzettend belangrijk zijn.

Een goede branding is cruciaal voor de merkbeleving. Sla de betaalstraat daarbij vooral niet over. Een consequente huisstijl en de juiste betaalmethoden moeten voorkomen dat bezoekers afhaken tijdens het betaalmoment. Vertrouwen en herkenbaarheid zijn belangrijke factoren in de customer journey. Zeker op de betaalpagina.

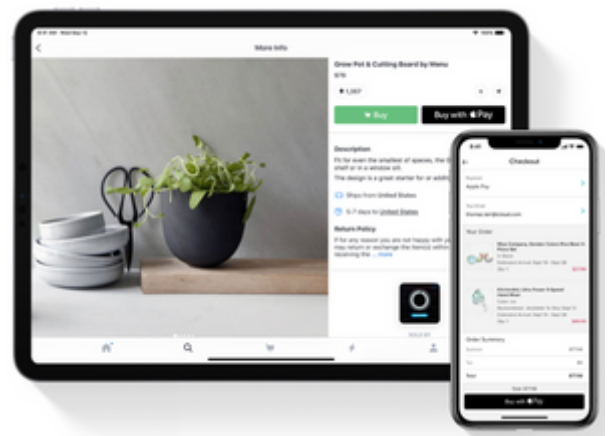


image: Apple Pay

Kopen is leuk. Betalen doet pijn. Het is zelfs bewezen door neuromarketeers dat betalen wordt ervaren als 'pijn' in de hersenen. Nu kunnen we wel aankomen met de belastingdienst slogan: leuker kunnen we het niet maken, wel makkelijker. Maar feitelijk komt het daar wel op neer.

Neem zo veel mogelijk pijn weg uit het betalen. Zorg ervoor dat mensen weten dat ze bij jou betalen, dat het bedrag veilig en goed aankomt. Dat het gemakkelijk gaat. En het liefst snel. Zonder uitstap naar een extern scherm. Maak betalen persoonlijk, zorg bijvoorbeeld dat de bank en de favoriete betaalmethode van de consument bovenaan staat.

Maak gebruik van de functies van de smartphone, een betaling kan bevestigd worden met een vingerafdruk. Creditcard-gegevens zijn in te lezen via de camera.

Er valt ontzettend veel winst te behalen op online betalen. Voor de merchant én voor de consument.

CUSTOMIZE JE BETAAL- PROCES

BETALEN NIEUWE STIJL

image: Bancontact



Consumenten raken steeds meer gewend aan gemakkelijk betalen.

Veel gebruikte betaalmethoden in modewebwinkels zijn iDEAL, PayPal en creditcards, maar ook achteraf betaalmethoden en giftcards zijn eigenlijk onmisbaar geworden in de checkout van een online fashion store.

Toch is het kiezen van de juiste betaalmethoden maar één aspect van het betaalproces, er zijn veel meer opties. Denk ook aan het device waarop de betaling wordt uitgevoerd.

Uit cijfers van Buckaroo blijkt dat 52% van alle online betalingen afgerond wordt via de smartphone. Checkouts én nieuwe betaalmethoden worden ingericht op deze verschuiving van desktop naar mobile. Denk aan betalen via de Apple Pay Wallet. Of het afronden van de betaling via een iDEAL-QR of via Payconiq die een brug slaan tussen online, mobiel en offline.

Personalisatie en branding zijn key. Laat je betaalproces aansluiten op de huisstijl en tone-of-voice van je website. Mensen betalen aan jou, dus dat willen ze ook ervaren in de checkout.

SCAN DE QR-CODES MET DE SMARTPHONE



5 NIEUWE FASHION BETAALMETHODEN

AfterPay en Klarna

1

ACHTERAF BETALEN

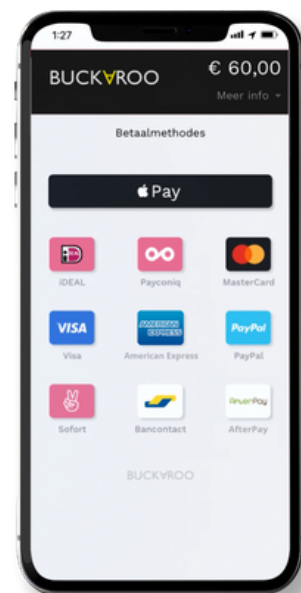
Meer dan 4 miljoen unieke consumenten in Nederland maken gebruik van AfterPay. Meer dan 65 miljoen consumenten in Europa en VS maken gebruik van Klarna. Onderzoek heeft aangetoond dat online shoppers makkelijker en meer bestellen wanneer zij achteraf kunnen betalen. Met name populair onder jongeren en in de fashionbranche.

Alipay en WeChat Pay

2

INTERNATIONAAL BEREIK

WeChat Pay heeft meer dan 800 miljoen gebruikers. Alipay nog meer. Chinezen betalen via hun smartphone zowel online als in de winkel (via QR-code). Het accepteren van deze betaalmethodes zorgt in veel gevallen voor enorme toename in bereik onder Aziatische kopers. Zeer interessant voor met name Nederlandse en high-end fashionbrands.



Payconiq en iDEAL QR

OMNICHANNEL BETALEN MET QR

3

Payconiq en iDEAL QR zijn omnichannel betaalmethoden voor webshops, restaurants en retailers. Betalen gaat via de smartphone. De consument scant een QR-code en kan direct betalen, Zowel online als offline. Payconiq werkt direct zonder iDEAL-betaalproces.

PayPal

4

SNEL, VEILIG EN INTERNATIONAAL

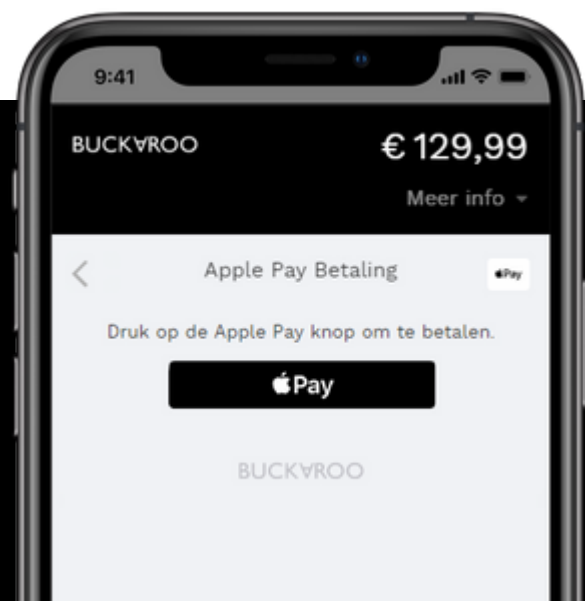
PayPal bestaat al een tijdje. Het is één van de meest populaire internationale online betaalmethoden. In sommige landen, zoals Duitsland, is het zelfs de favoriete manier van betalen. Binnen Fashion Nederland staat de betaalmethode op positie 2. Met name populair vanwege de one-click-checkout en de garantie voor zowel de koper als de verkoper.

Apple Pay

MOBILE & FAST-CHECKOUT

5

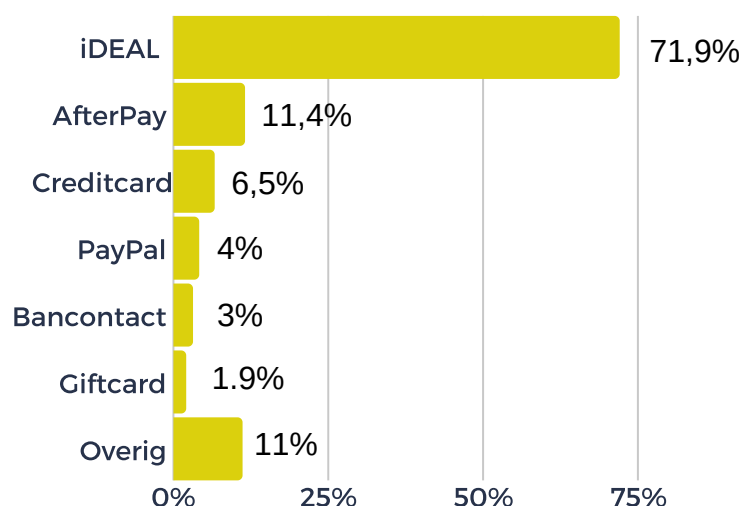
Apple Pay is een digitale portemonnee met een groot internationaal bereik en hoge conversie en orderwaarde onder iPhone-gebruikers. De betaalmethode is alleen zichtbaar voor gebruikers van de Apple Wallet. Betalen kan via een 'fast-checkout' of 'one-click checkout'. Wat het afrekenproces aanzienlijk verkort.



PAYMENT DATA

IN FASHION E-COMMERCE

Betaalkeuze in modewebwinkels:



IDEAL, PAYPAL, CREDITCARDS

In Nederland is iDEAL nog steeds de meest populaire online betaalmethode. Niet gek dat daarom meer dan 70% van de betalingen op fashion webshops via iDEAL gaan. Overigens ligt dit percentage hoger over de algehele retailbranche. Een ander verschil met retail is het hoge percentage van PayPal als betaaloptie binnen de online fashion (meer dan 60%).

Achteraf betaalmethoden lijken een klein aandeel te hebben, maar in absolute aantallen wordt er veel afgerekend via deze betaalvorm en het groeipercentage blijft stijgen.

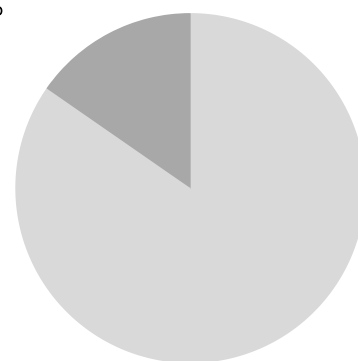
12.000 ONLINE MODEWINKELS

Er zijn momenteel ruim 80.000 webshops in Nederland met een jaarlijkse bezoekersaantal tussen 10.000 euro en 1 miljoen. Hiervan is 13% geregistreerd als fashion & beauty webshop.

Magento, WooCommerce en maatwerk worden het meest gebruikt als ecommerce-platform door modewebwinkels. Ook Lightspeed is populair. Shopify en Shopware zijn in opkomst.

Aantal modewebwinkels in Nederland:

Modewebshops (NL)
15.3%



Overige webshops (NL)
84.7%

67

noteringen van fashion-
retailers in de TWINKLE250
(2019)

12.000

webshops in Nederland vallen
binnen de categorie fashion &
beauty

72%

van de betalingen in
modewebwinkels gaat
via iDEAL

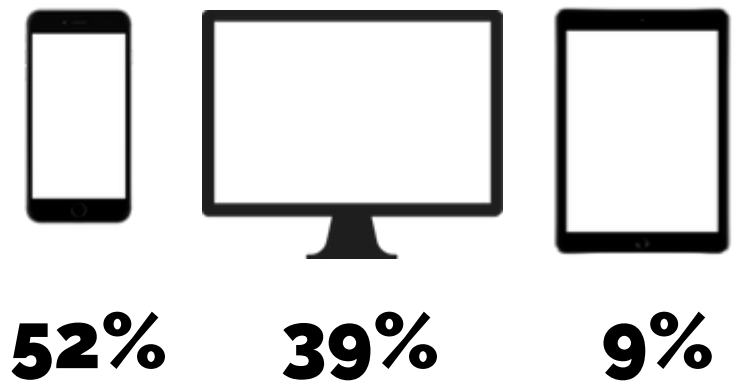
PHONE, TABLET OF DESKTOP

Meer dan de helft (52%) van de online betalingen in fashion verloopt via een smartphone. Het merendeel via een iPhone. Het percentage mobiele betalingen groeit de desktopbetalingen hard voorbij.

Desktop en laptopbetalingen zitten op een percentage van 39%, circa driekwart daarvan gaat via Windows.

Van de 9% tabletbetalingen is driekwart afgerond op een iPad.

Met welke device wordt er afgerekend?



BETALEN VERANDERT

iDEAL is met 72% in Nederland nog altijd de meest gebruikte betaalmethode. Maar h e consumenten afrekenen is snel aan het veranderen. Zo ging begin 2019 net iets minder dan de helft van de betalingen via mobiel (46%), in september van dat jaar lag dit percentage al op 52%. Dit maakt een goede mobiele checkout een must-have.

Behalve het device verandert ook het moment van betalen, dat verschuift van vooraf (iDEAL) naar achteraf. Eerst zien, dan betalen. Met als gevolg een hoog percentage refunds bij "Pay After Delivery"-betaalmethoden, vooral bij creditcard betalingen ligt het percentage erg hoog. Toch nog goed nieuws voor webshops, want cijfers wijzen uit dat consumenten niet de gehele order terugsturen. Dus blijft er in de meest gevallen een netto orderwaarde over. Aan de webshop om te bekijken hoe de retourprocedure zo in te richten dat achteraf betalen rendabel blijft.

Creditcardbetalingen lijken op dit moment het grootste zorgenkindje. De refundpercentages zijn hoog, het refundbedrag is veruit het hoogste en het conversiepercentage van 77% is laag ten opzichte van andere betaalmethodes. Met andere woorden, 23% rond de creditcardbetaling niet af.

Een deel van dit lage conversiepercentage is te wijten aan het externe betaalscherm dat niet in stijl is met de rest van de website en de vele invulvelden. De oplossing? Client-side encryption. Hierbij wordt de creditcardbetaling veilig (via encryptie) afgerond  p de website zelf. Smart Payment Technologie zorgt dat de creditcardvelden vooraf ingevuld zijn door data op te halen uit een eerder gemaakte transactie.

Kortom, er valt nog veel winst te halen op conversie in de checkout.

RETOUREN & ACHTERAF BETALEN

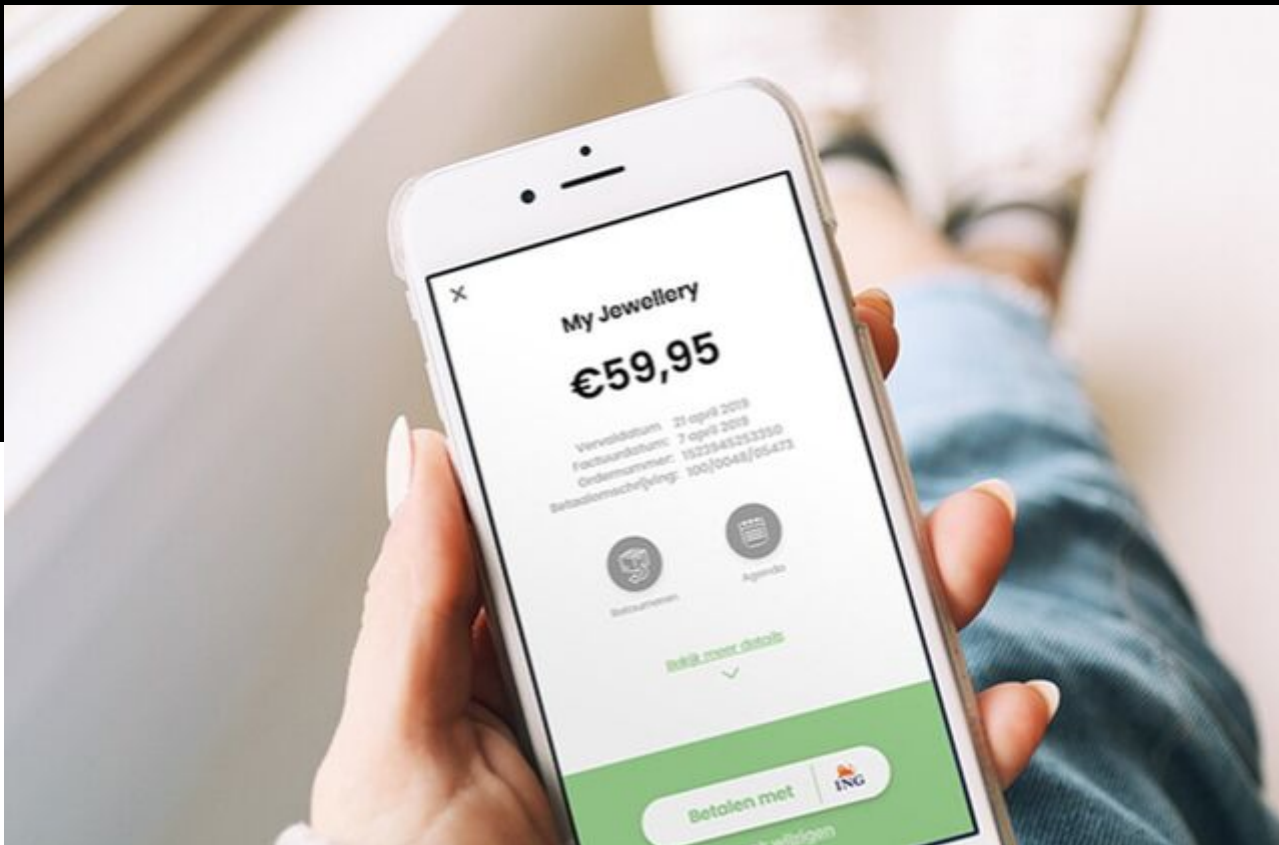


image: AfterPay

VAN PASHOKJE NAAR RETOUREN

Waar het pashokje vroeger fysiek aanwezig was in de winkel, is dit met online shoppen verschoven naar het huis van de consument. Achteraf betalen geeft consumenten de mogelijkheid om hun bestelling thuis rustig te bekijken en te passen. Ook gebeurt het dat online shoppers meerdere maten van een artikel bestellen.

Door te kiezen voor achteraf betalen hoeft men niet eerst het gehele orderbedrag voor te schieten, maar betaal je alleen voor wat je houdt. Onderzoek door Ruigrok NetPanel heeft aangetoond dat online shoppers gemakkelijker en méér bestellen wanneer zij achteraf kunnen betalen. Zo geeft 43% van de online shoppers aan eerder producten in het winkelmandje af te rekenen waar zij over twijfelen wanneer achteraf betalen wordt aangeboden. 19% geeft aan meer items per order te bestellen.

In 2018 heeft 60% van de online shoppende Nederlanders wel eens achteraf betaald. Volgens deze online shoppers zijn de grootste voordelen van achteraf betalen de mogelijkheid om de producten eerst in het echt te zien, het kunnen checken of de bestelling compleet en in orde is en is het handig als nog niet zeker is of de gehele bestelling wordt gehouden of dat er nog een deel wordt geretourneerd.

GEWOON LATER BETALEN

Voor een webwinkel kan 'gewoon later betalen' betekenen dat het aantal retourzendingen stijgt onder consumenten die achteraf betalen. Uit onderzoek van AfterPay blijkt dat ook na aftrek van retouren de nettowinst van een webwinkel stijgt bij het aanbieden van een achteraf betaalmethode. Het retourpercentage kan deels beïnvloed worden door de webwinkel zelf. Zo zorgt een langere retourtermijn voor minder retourzendingen.

RETOURTERMIJN

De gemiddelde (online) fashionwinkel ziet bij een verlenging van de retourtermijn van 14 naar meer dan 30 dagen het retourpercentage teruglopen met 47%. Het bieden van een kosteloze retourmogelijkheid heeft geen directe invloed op het aantal retouren, het verhoogt wel de koopintentie. Wanneer producten eenmaal in iemands bezit zit zijn, verhoogt dit de kans dat men de producten houdt. Gezamenlijk kunnen het aanbieden van achteraf betalen en het aanpassen van de retourvoorwaarden dus zorgen voor meer verkopen en een hogere winst.

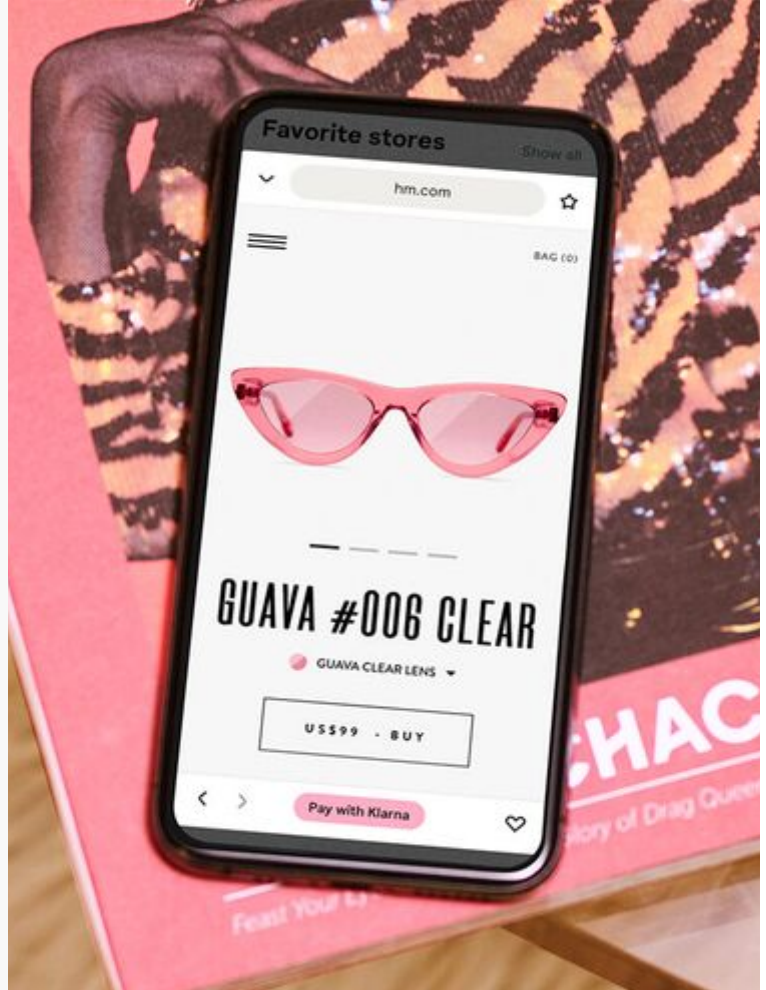


image: Klarna

Het aanbieden van een achteraf betaalmethode heeft daarnaast als voordeel dat je niet afhankelijk bent van wanneer de consument betaalt.

Op het moment dat de bestelling wordt afgerond wordt een real-time risicocheck uitgevoerd. Zo wordt bepaald of de betreffende consument het orderbedrag achteraf mag betalen. Zodra de bestelling is geaccepteerd, dit gebeurt in meer dan 90% van de gevallen, ben je als webwinkel gegarandeerd van uitbetaling van het orderbedrag.

Het gehele betalingsrisico wordt bij achterafbetaalmethoden overgenomen. Als webwinkel betaal je een vast tarief per order voor het afhandelen van de betaling. Daarnaast wordt er nog een variabel tarief in rekening gebracht voor het overnemen van het betaalrisico. Dit is altijd een percentage van het orderbedrag, met een maximum van 3,4%.

NEW PAYMENT MODELS

**Van product naar dienst.
Van eenmalige verkoop naar
abonnementsmodel. In de
zogeneten Subscription
Economy draait het om
diensten die inspelen op de
behoeftes van de hedendaagse
consument: Subscription
Services, of op zijn Nederlands:
abonnementsdiensten.**

Is dit verdienmodel ook voor de
fashionbranche weggelegd?
Krijgen we straks kledingverhuur
in plaats van kledingverkoop?

Wel als je het Kitty Koelemeijer
vraagt, professor marketing bij
Nyenrode: "Fashion wordt steeds
duurzamer."

Urban Outfitters startte in 2019
Nuuly op, waarbij je 6 kleding-
items per maand kunt leasen. In
Nederland is in hetzelfde jaar
Spinning Closet opgericht, waarbij
je een designerkledingstuk kunt
huren, bijvoorbeeld voor een
bruiloft.

Abonnementen en betalingen
kunnen niet los van elkaar gezien
worden. Het is eigenlijk een
betaalstrategie. Betalingen gaan
van eenmalig naar recurring. Dit
nieuwe businessmodel draagt bij
aan een stabiele cashflow.

Lees verder in het artikel

De nieuwe fashion-industrie:
'We gaan naar gepersonaliseerde winkelervaringen'

image: Spinning Closet



HUUR OF SUBSCRIBE



MEER INSPIRATIE?

Lees ook onze andere whitepapers:

- The subscription economy
- De ideale betaalstrategie
- B2B betaalstrategie
- Optimaliseer de customer journey
- Haal meer uit recurring payments

buckaroo.nl/resources/whitepapers/

OVER BUCKAROO

Bij Buckaroo is het aantal webshops in de categorie kleding, schoenen en beauty sterk vertegenwoordigd. Daarom hebben wij betaalexperts in huis met ervaring in de online fashionbranche.

Hoe ingewikkeld het ook lijkt, wij zijn jouw strategisch betaalpartner.

buckaroo.nl