

Nowoczesne rozwiązania w transakcjach bezgotówkowych

Niemal każdego dnia na rynku pojawiają się nowe technologie i rozwiązania, mające ułatwić prowadzenie e-handlu. Choć większość z nich dotyczy usprawnień w sferze magazynowania, dostaw czy działań marketingowych, ich wspólnym mianownikiem jest chęć automatyzacji procesów, redukcji kosztów i zwiększenia sprzedaży. Czy na tym polu mogą sprawdzać się również innowacje w dziedzinie metod płatności? Zdecydowanie warto przyrzeć się możliwościom, jakie oferują nowatorskie rozwiązania.

Michał Paluszczak

Jak w prowadzeniu działalności w obszarze e-commerce mogą pomóc odpowiednie metody płatności? Przede wszystkim dzięki wygodzie i szybkości, jaką zapewniają, mogą zmobilizować kupujących do częstszych zakupów. Ich potencjał jednak sięga zdecydowanie dalej. Skutecznie wykorzystane mogą stanowić przyczółek do dotarcia do klientów całkowicie nowymi kanałami, napędzając sprzedaż i dostosowując ofertę sklepu do zmieniających się warunków na rynku.

System płatności internetowych

Jednym z najbardziej podstawowych, ale jed-

szycznie rozumiane e-commerce. Odpowiednie dotarcie ze swoją ofertą do mobilnych klientów i umożliwienia im wygodnego dokonywania zakupu będą miały kluczowe znaczenie dla osiągnięcia sukcesu w najbliższej przyszłości.

Korzystne rozwiązania

Wprowadzenie oferty płatności przystosowanej do urządzeń mobilnych może być jednym z pierwszych działań podjętych w celu sprostanienia oczekiwaniom rynku. Systemy płatności internetowych oferują w tym segmencie kilka rozwiązań, które pomogą w prowadzeniu działalności. Po pierwsze panel transakcyjny, w którym ma miejsce płatność wykonany jest

wanych przez właścicieli. Pozyskani w ten sposób partnerzy biznesowi to okazją do realizacji lukratywnych kontaktów czy możliwością wprowadzenia nowych rozwiązań technologicznych przystosowanych pod konkretne działalności gospodarcze. Współpraca z instytucjami finansowymi może mieć również zdecydowanie bardziej wymierne efekty w postaci wykorzystania przez sklepy funduszy marketingowych, oferowanych na wprowadzenie nowych metod płatności. Przykładem takiego działania jest MasterCard, który planuje w ciągu najbliższych 2 lat przeznaczyć 4 mln złotych na promocję innowacyjnego portfela kart MasterPass. W takiej sytuacji możliwe jest nawet zarobienie na wprowadzeniu innowacyjnej metody płatności – wystarczy współpraca sklepu i systemu płatności jak np. Transferuj.pl.

Szybkie możliwości działania

Innowacje w dziedzinie płatności to również dodatkowe możliwości ułatwienia prowa-

Mobilne usługi finansowe

Jak prognozują analitycy PwC – liczba smartfonów w Polsce wzrośnie w tym roku do 27 mln sztuk z 22 mln w roku ubiegłym, co będzie stanowiło 47,9 proc. wszystkich telefonów komórkowych (wobec 39,7 proc w 2014 r.). W tym czasie liczba tabletów ma się podwoić i wynieść 4 mln sztuk.



Sławomir Ziajka

Szacunki te potwierdzają, jak duży rynek tworzą użytkownicy urządzeń z mobilnym dostępem do internetu. Nie dziwi zatem, że

banki intensywnie rozwijają systemy bankowości mobilnej, które przestają być traktowane jako uproszczone uzupełnienie wobec tradycyjnych systemów internetowych. Zjawisko to ma odbicie również w usługach bankowych kierowanych do małych, jak i dużych firm. Przedsiębiorcy posiadają obecnie niespotykane dotąd możliwości zarządzania finansami za pośrednictwem swojego smartfonu czy tabletu. Większość banków wdrożyła już przynajmniej podstawowe rozwiązania bankowości mobilnej. Co będzie kolejnym krokiem w cyfrowej rewolucji, której jesteśmy świadkami? W tym kontekście silnym trendem jest bankowość „omnikanałowa”, czyli taka, która daje klientom możliwość skorzystania z pełnego spektrum usług zarówno poprzez konwencjonalne, jak i cyfrowe kanały dostępu klienta do banku. Smartfon, tablet, komputer, call-center, bankomat czy wreszcie bezpośredni kontakt z doradcą w oddziale banku, powinny oferować klientowi ten sam zakres usług i produktów, które bank ma w swojej ofercie.

Zastanawiając się nad technologiczną przyszłością rozwiązań, warto zwrócić uwagę, że istnieją obecnie dwie główne drogi rozwoju systemów bankowości mobilnej. Pierwsza z nich polega na tworzeniu dedykowanych aplikacji, instalowanych na smartfonach czy tabletach. Druga zakłada budowę systemów bankowości internetowej, dostosowanych do specyfiki pracy przeglądarek, działających właśnie na urządzeniach mobilnych. Obydwie drogi mają swoje wady i zalety. Rozwijająca się technologia HTML5 czy szeroko stosowane koncepcje wykorzystujące RWD (Responsive Web Design) w budowie aplikacji internetowych, w coraz większym stopniu eliminują słabe strony rozwiązań bazujących na przeglądarkach. Przez to czynią je realną alternatywą dla aplikacji instalowanych na urządzeniach.



nocześnie najbardziej efektywnych mechanizmów jest sam system płatności internetowych. Wprowadzenie technologii, która automatyzuje nie tylko księgowanie wpłat, ale kompleksowo przetwarza zamówienie, należy do najlepszych z dostępnych rozwiązań. Właściciel sklepu nie musi w takiej sytuacji angażować czasu i środków do ręcznego księgowania wpłat. Wszystko odbywa się automatycznie, przedsiębiorca może rozwijać działalność, a klient otrzymuje wartość dodaną w postaci natychmiastowej realizacji zamówienia.

System płatności mobilnych

Doskonałym przykładem wykorzystania najnowszych trendów w płatnościach są m-commerce i niezwykle dynamiczny rozwój segmentu płatności mobilnych. Wiele raportów (m.in. Deloitte TMT Predictions 2015 czy E-commerce w Polsce 2014 Gemius dla e-Commerce Polska) wyraźnie pokazuje, że w ciągu najbliższych kilku lat popularność zakupów mobilnych i płatności na urządzeniach przenośnych wypierze kla-

w technologii RWD, dzięki czemu jest poprawnie wyświetlany we wszystkich rozmiarach i rozdzielczościach. Ma to niebagatelne znaczenie dla skutecznej sprzedaży mobilnej, gdyż zwiększa zaufanie do procesu płatności. Jeżeli myślisz o stworzeniu własnej aplikacji mobilnej służącej do sprzedaży, najlepsi dostawcy usług płatniczych mogą zapewnić dostęp do bibliotek mobilnych. Dzięki nim możliwa jest integracja płatności w obrębie aplikacji bez konieczności otwierania przeglądarki. Dostawcy usług płatniczych mogą również udostępnić właścicielom sklepów dedykowane narzędzia do sprzedaży mobilnej. Wszystko to sprawia, że wdrażając innowacyjne metody płatności możliwe jest skuteczne docieranie do klientów ze swoją ofertą.

Współpraca z instytucjami finansowymi

Wdrażanie innowacyjnych metod płatności wiąże się najczęściej ze ścisłą współpracą z instytucjami płatniczymi. Nawiązywane relacje technologiczne i biznesowe mogą znacząco pomóc w przyszłych działaniach podejmo-

wienia działalności. Odpowiednie narzędzia płatnicze dla klientów międzynarodowych mogą znacząco uprościć sprzedaż w modelu cross-border. Nowe płatności mogą również pomóc przy wprowadzaniu sprzedaży omnichannel, click and collect i innych nowoczesnych formach. Całkowicie nowe metody płatności jak np. płatności grupowe mogą natomiast umożliwić rozwój w zupełnie nowych kierunkach i zwiększenie skali działalności. Innowacyjne metody płatności to ogromna szansa dla przedsiębiorców, prowadzących sprzedaż w kanale internetowym. Umiejętnie wykorzystane i wdrożone mogą znacząco uprościć przystosowanie prowadzonej działalności do nowych trendów i wymagań konsumentów. Relacje biznesowe nawiązane podczas integracji przyczynią się do poprawy bieżącej sytuacji. Właściciele sklepów, którzy postawią na innowacyjne metody płatności z pewnością podejmą słuszną decyzję.

Autor jest dyrektorem ds. sprzedaży w Krajowym Integrowanym Płatności, ekspertem Izby Gospodarki Elektronicznej

Autor jest zastępcą dyrektora Pionu Banków Komercyjnych w Asoco Poland