

Is jouw internetkassa op orde?

Ervaringen met betaalmiddelen en aanbieders in kaart gebracht



CURRENCE



Online betalen
via uw eigen bank



Max Geerling, hoofd productmanagement Cards & iDEAL, Currence

Online Betaal Congres 2013, Amsterdam

Achtergrond onderzoek

Doel van het onderzoek

Webwinkels beter inzicht bieden bij selectie van betaalmiddelen en inrichting van de internetkassa

Centrale vragen

- Welke aspecten zijn van belang bij de keuze van betaalmogelijkheden
- Welke relevante typering van webwinkeliers is er te maken
- Wat kunnen webwinkeliers leren van collega webwinkels

Doelgroep

Kleine en middelgrote webwinkels

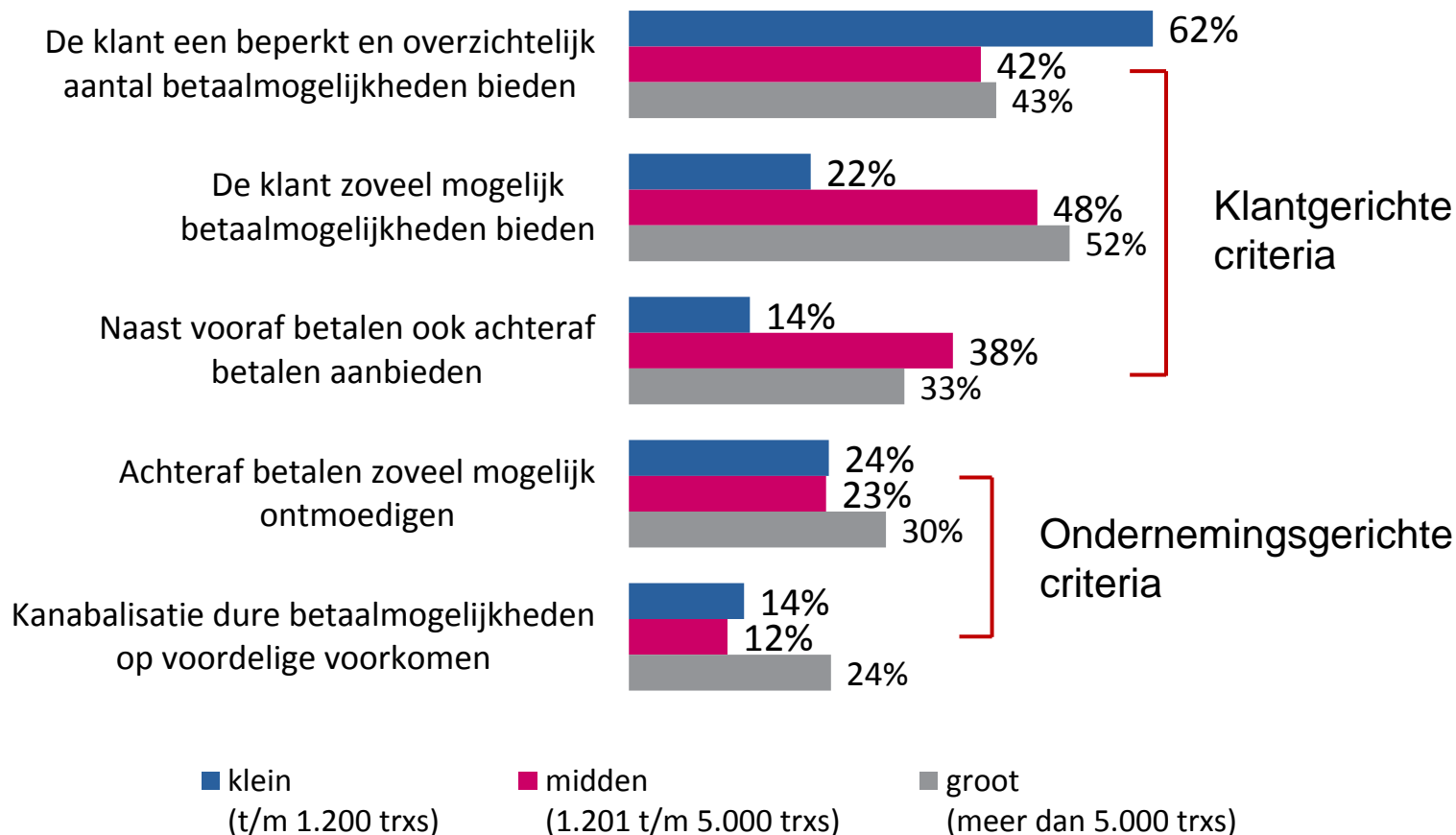
Opzet

- Kwalitatief vooronderzoek (februari 2012)
- Kwantitatief onderzoek onder 413 webwinkels (september/ oktober 2012)
- Kwalitatieve verdieping middels aanvullende interviews (november 2012)



CURRENCE

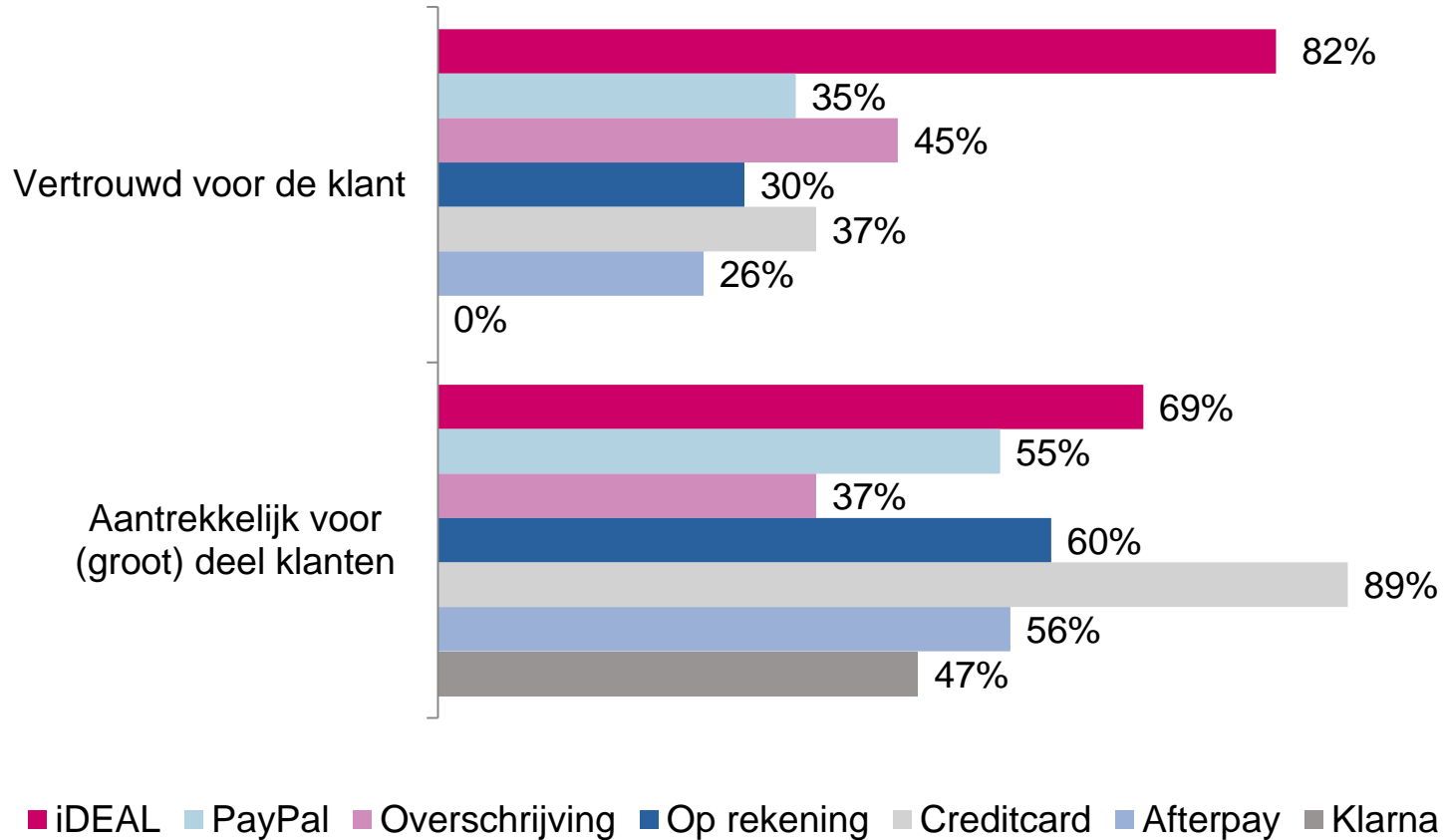
Welke aspecten zijn van belang bij inrichten internetkassa?



- ▶ Inrichtingscriteria vaker klantgericht dan ondernemingsgericht
- ▶ Grote webwinkels bieden vaker zo breed mogelijk scala, kleine juist beperkt aantal



Belangrijkste voordelen betaalmiddelen vanuit klantperspectief

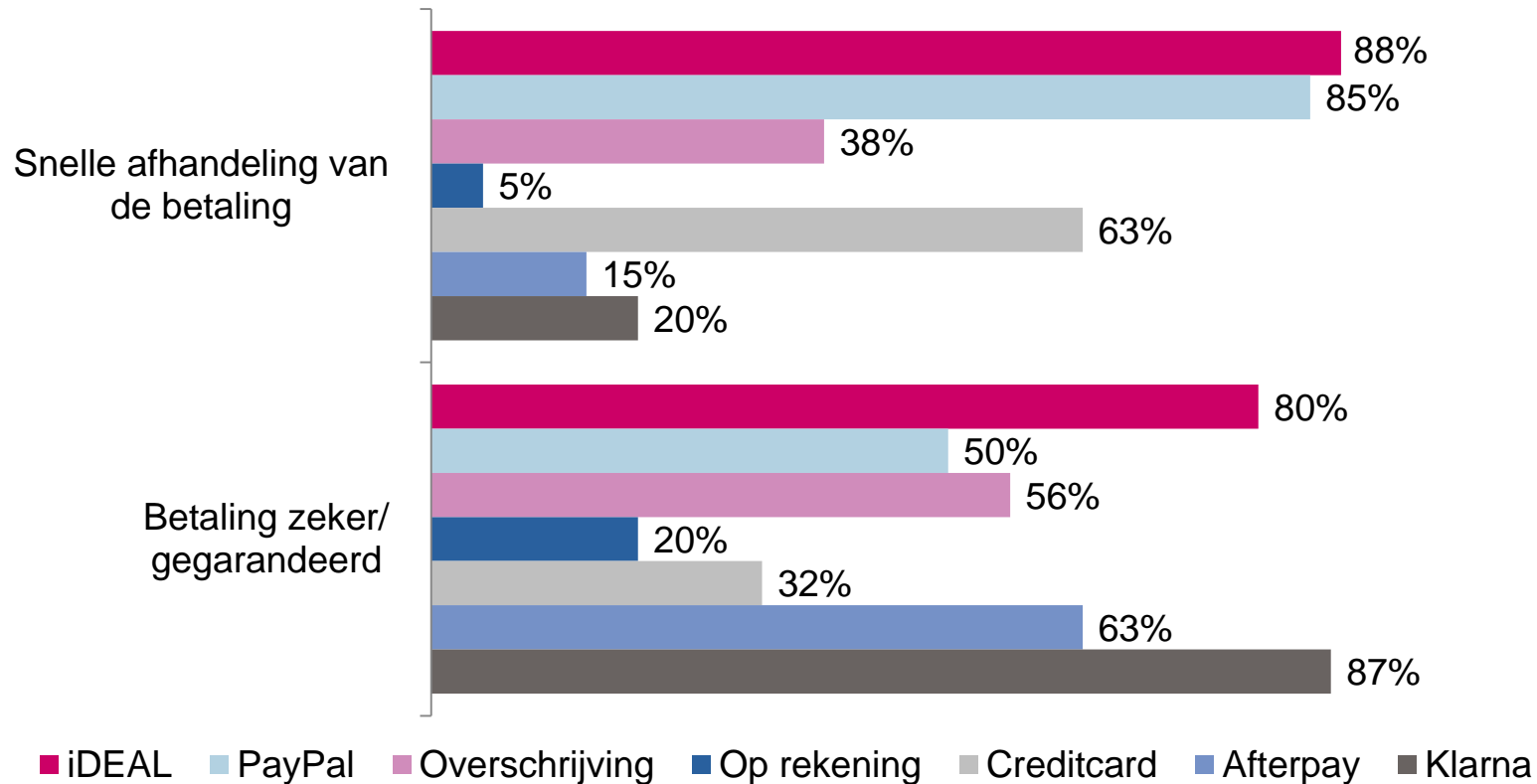


- ▶ iDEAL wordt door de meeste webwinkeliers zowel vertrouwd als aantrekkelijk voor de klant beschouwd
- ▶ Ook Creditcard wordt door velen als aantrekkelijk voor deel van de klanten gezien



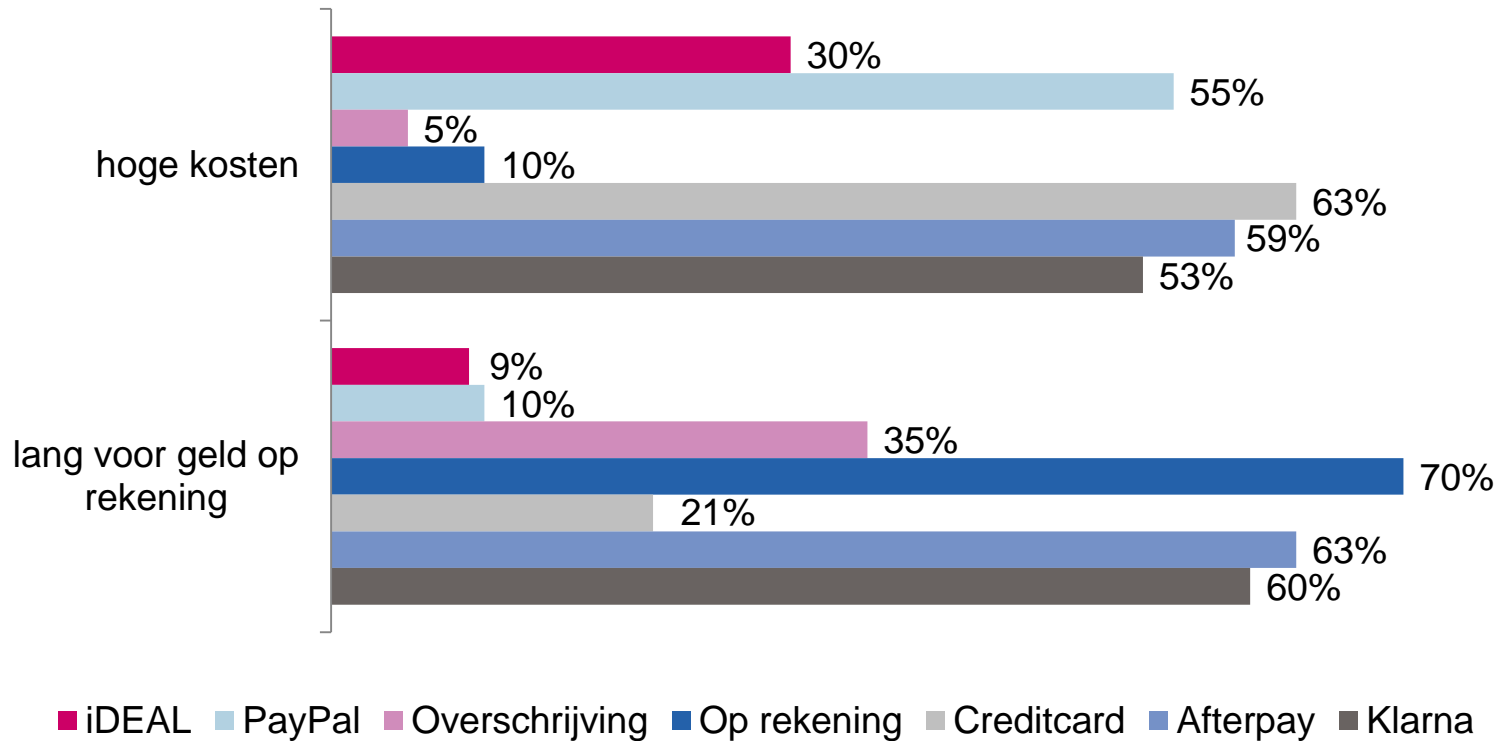
CURRENCE

Belangrijkste voordelen betaalmiddelen vanuit ondernemingsperspectief



- ▶ Ook vanuit ondernemingsperspectief kent iDEAL volgens de webwinkeliers de meeste voordelen
- ▶ PayPal wordt vooral vanwege de snelle afhandeling van betaling positief beoordeelt, Klarna vanwege de betalingsgarantie

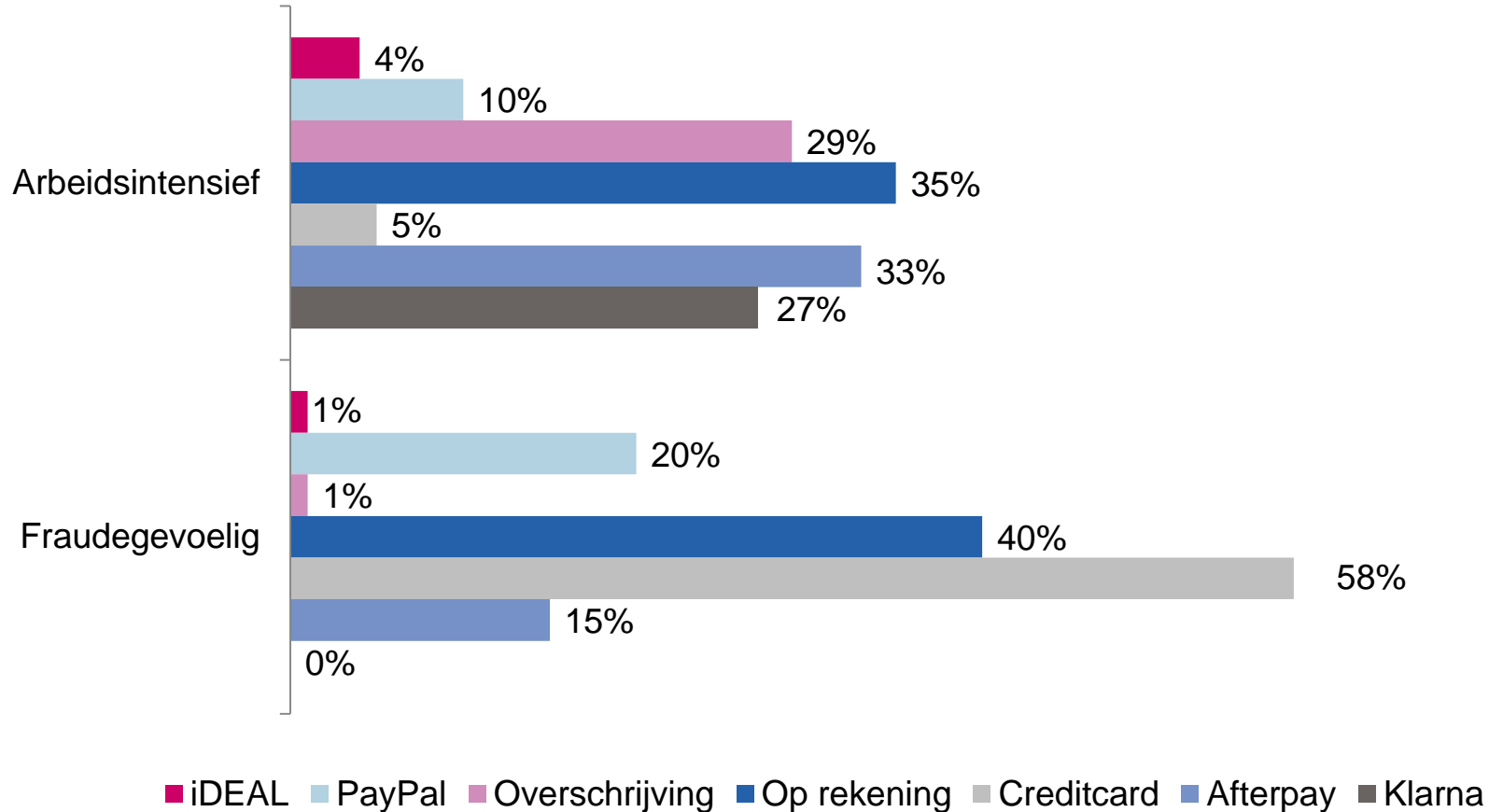
Nadelen betaalmiddelen alleen genoemd vanuit ondernemingsperspectief ⁽¹⁾



- ▶ Creditcards zijn vanuit klantperspectief aantrekkelijk, maar hoge kosten belangrijk nadeel. Ook Afterpay, PayPal en Klarna blijken voor veel webwinkeliers duur.
- ▶ Naast hoge kosten heeft Klarna als nadeel dat het lang duurt voor het geld op de rekening staat. Dit nadeel geldt ook voor Op rekening betalen en Afterpay.



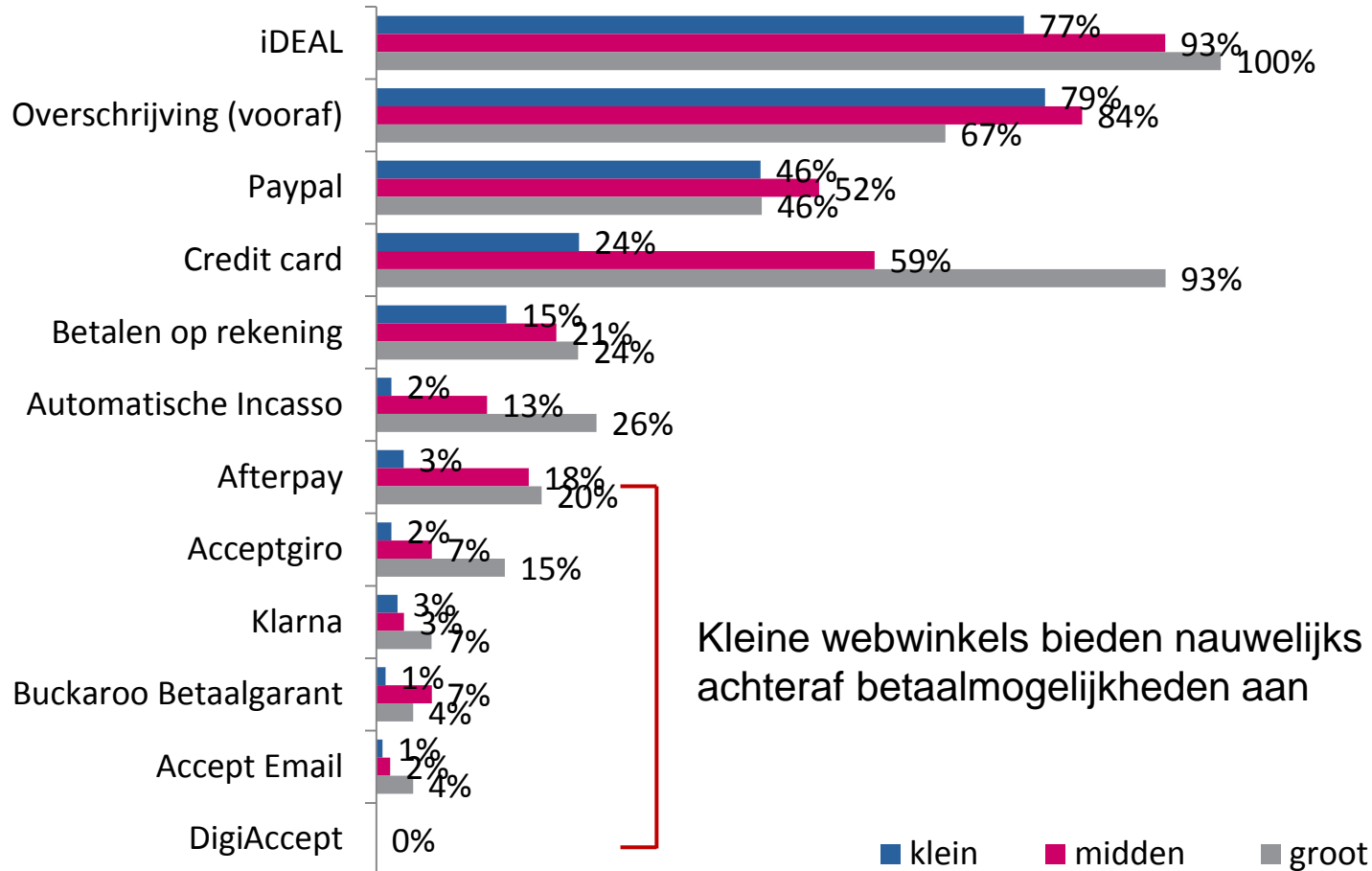
Nadelen betaalmiddelen alleen genoemd vanuit ondernemingsperspectief (2)



- ▶ Fraudegevoeligheid belangrijk nadeel van Creditcards
- ▶ Op rekening, Afterpay en Overschrijving worden meest arbeidsintensief gevonden



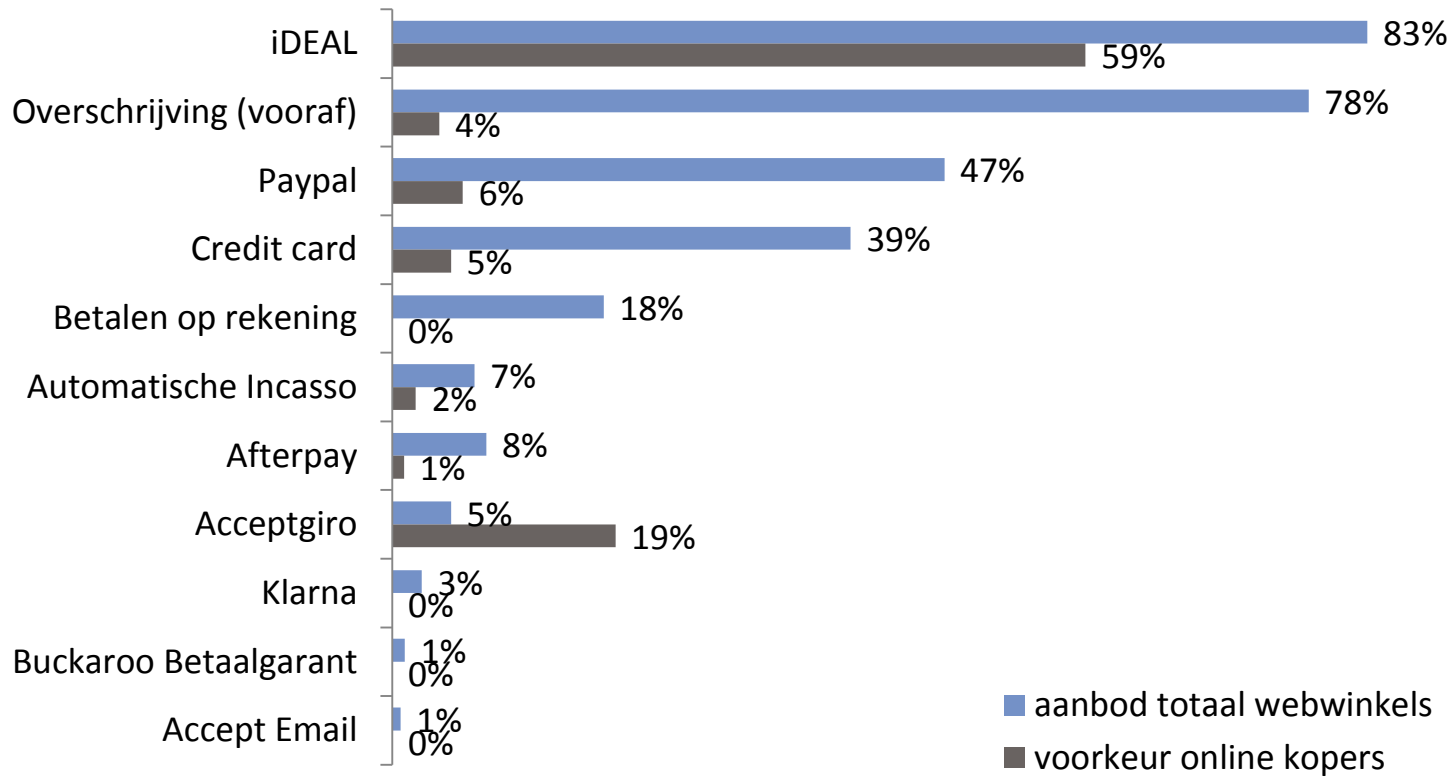
Inrichtingscriteria komen slechts ten dele terug in aanbod betaalmiddelen



- ▶ iDEAL voldoet aan meeste criteria en wordt ook het meest aangeboden
- ▶ Overschrijving wordt relatief veel aangeboden, maar voldoet niet aan belangrijkste inrichtingscriteria



Aanbod sluit niet optimaal aan bij klantwensen

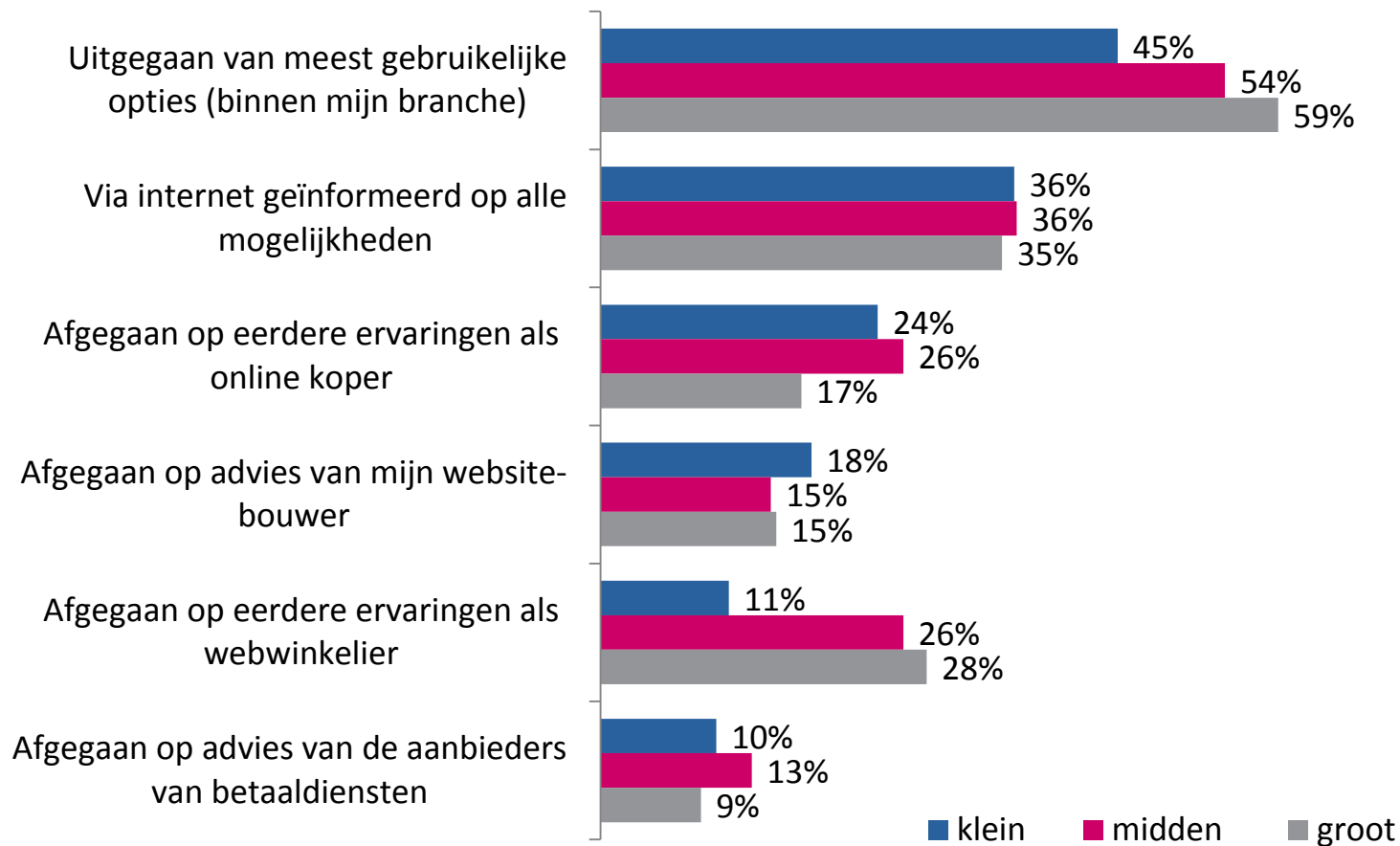


Klanttevredenheid voor webwinkel belangrijk criterium bij inrichting kassa, maar aanbod sluit niet optimaal aan bij klantwensen:

- ▶ Ongeveer een kwart van de *kleine* webwinkels biedt geen iDEAL aan (vgl 100% bij grote webwinkels)
- ▶ Veel kleine webwinkels bieden geen achteraf betaalmogelijkheden aan, terwijl veel klanten hier de voorkeur aan geven



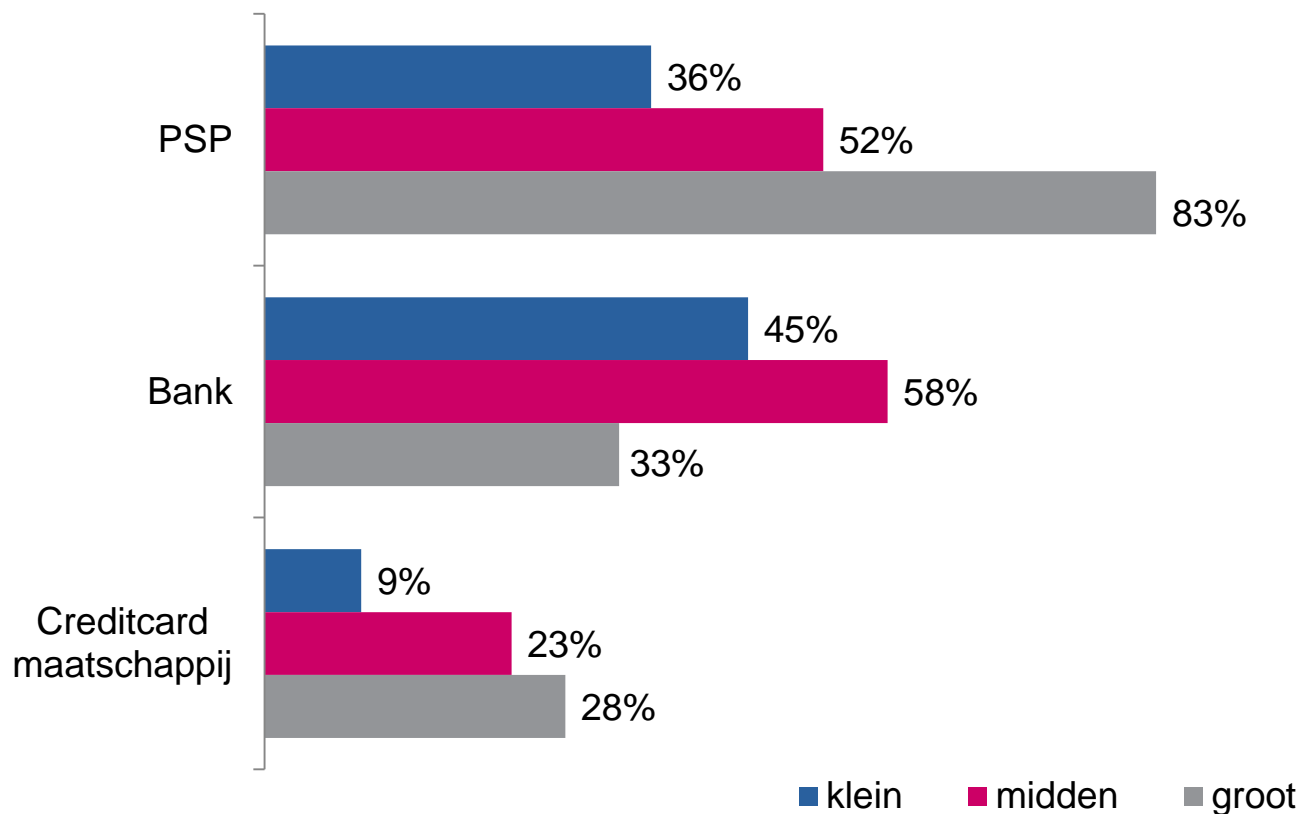
Beperkte oriëntatie keuzeproces



- ▶ Beperkte oriëntatie mogelijk reden voor slechte aansluiting aanbod aan klantvoorkeuren
- ▶ Webwinkelier oriënteert zich gemiddeld op 1 tot 2 bronnen
- ▶ Aanbod collega's en eigen ervaringen vaker uitgangspunt dan informatie van aanbieders



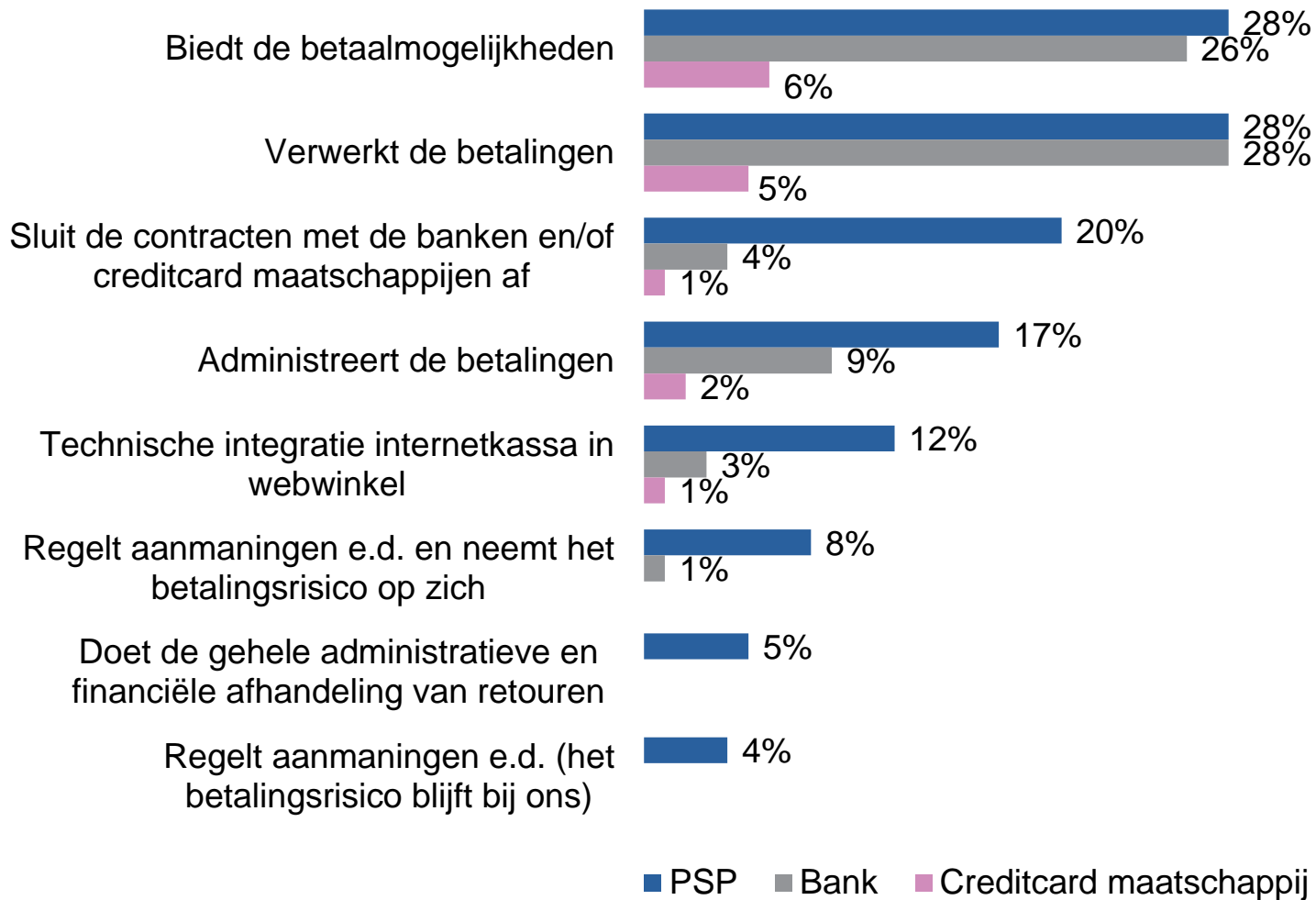
Gebruik verschillende aanbieders hangt samen met aantal transacties



- ▶ Grote webwinkels maken vaak gebruik van meer aanbieders, kleine vaak maar van één
- ▶ Kleine en middelgrote webwinkels kiezen vaker voor een bank, grotere vaker voor een PSP



PSP verzorgt meeste activiteiten



- ▶ Webwinkeliers besteden meer activiteiten uit aan PSP's, dan aan bank of creditcard maatschappij

Vooraf kleine webwinkels maken vaak geen gebruik van PSP



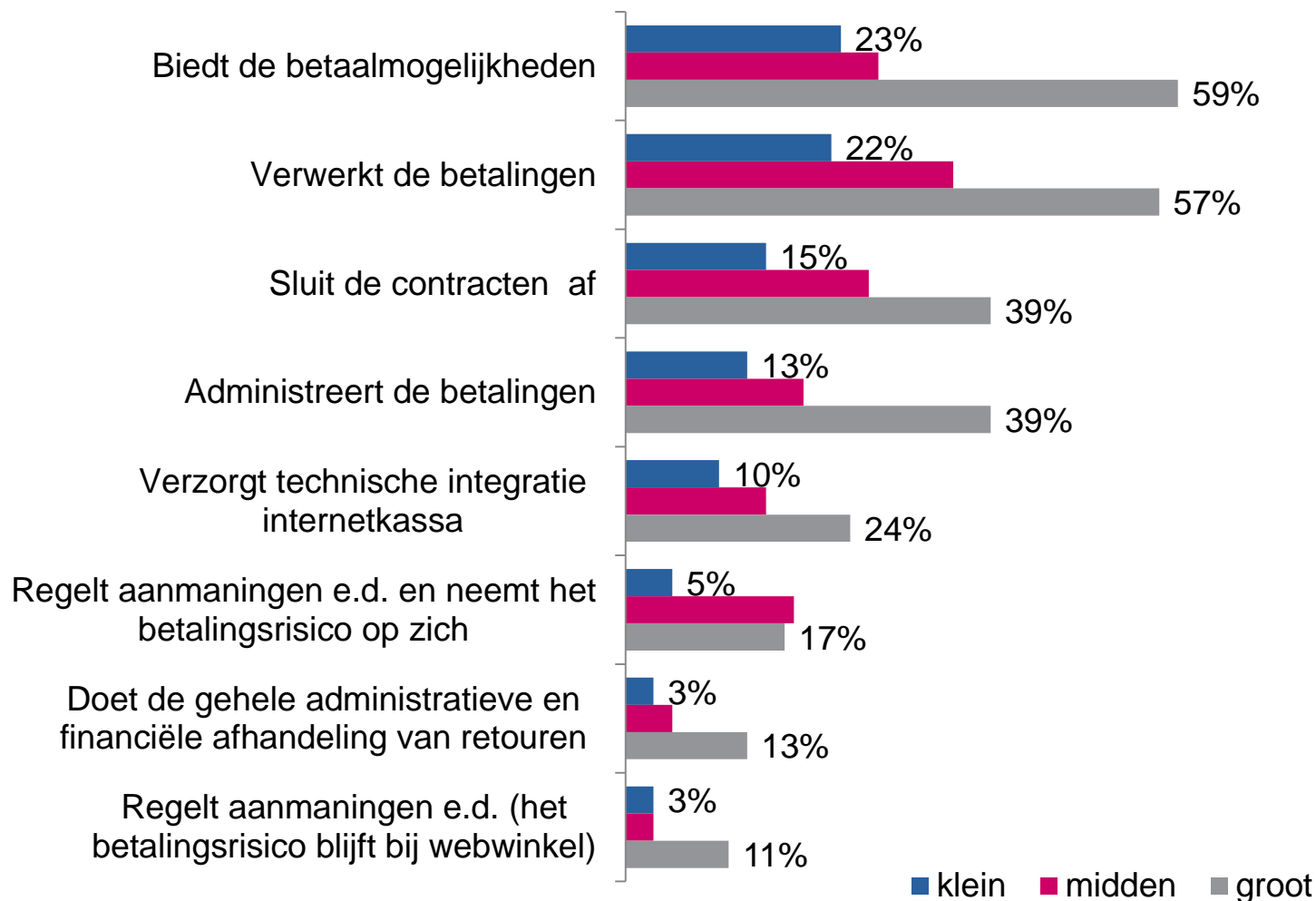
Basis: webwinkels die niet gebruik maken van een PSP

- ▶ Kostenperceptie voornaamste reden webwinkelier om geen gebruik te maken van PSP
- ▶ Opvallend: aanzienlijk deel lijkt nog niet te hebben nagedacht over deze optie



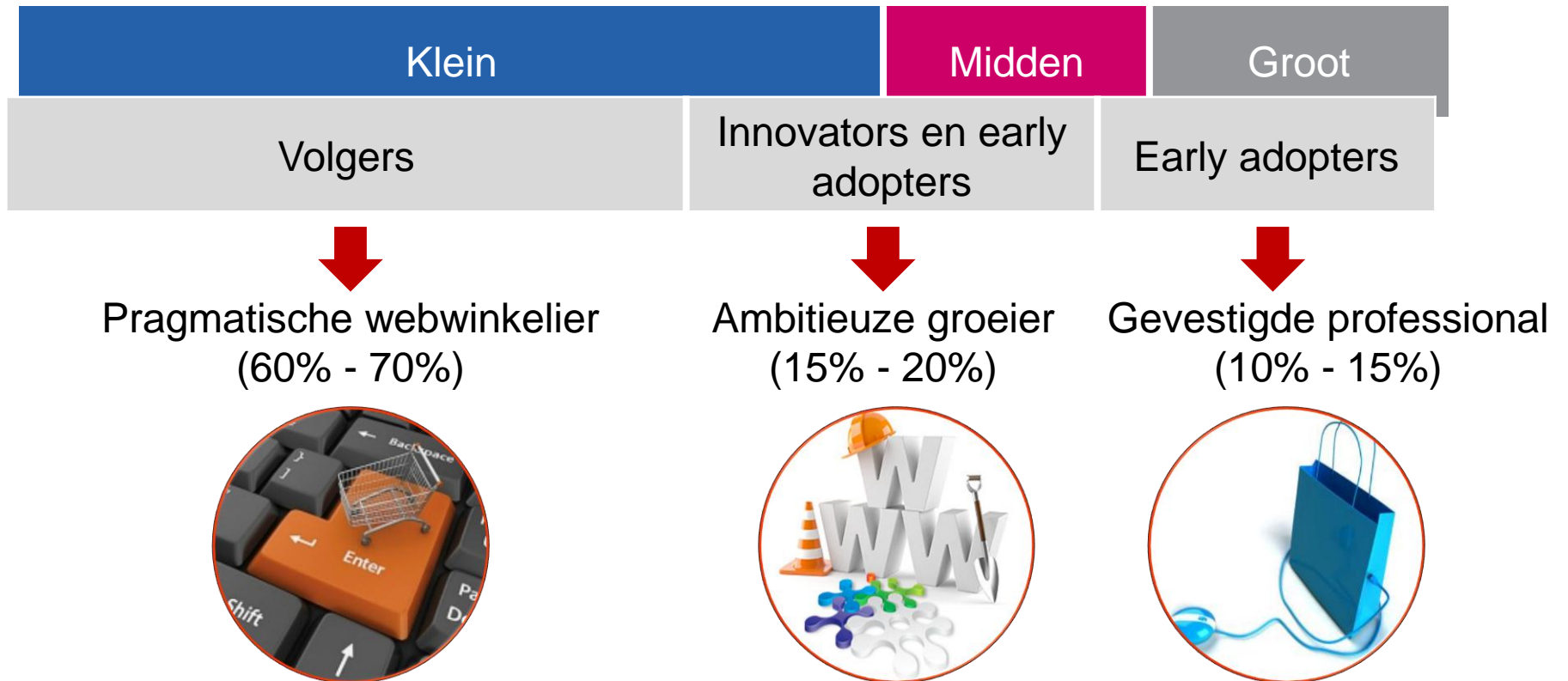
CURRENCE

Kleine webwinkels besteden één of twee activiteiten uit, grote meerdere



Ondernemersmentaliteit bepalend voor inrichting internetkassa

- ▶ De inrichting van de internetkassa wordt sterk beïnvloed door bedrijfskenmerken, zoals aantal transacties
- ▶ Bedrijfskenmerken zijn onvoldoende verklarend: ondernemersmentaliteit van doorslaggevende betekenis



Inrichting internetkassa verschilt naar type webwinkel

Pragmatische webwinkelier



Ambitieuze groeier



Gevestigde professional



Aanbod relatief beperkt

Uitgebreider aanbod

Meest uitgebreide aanbod

iDEAL en overschrijving meest aangeboden, maar aanbod iDEAL relatief laag

iDEAL meest aangeboden. Verder relatief veel PayPal

iDEAL 100% en relatief veel creditcard

Nauwelijks achteraf betalen mogelijk

Achteraf betalen zeer beperkt mogelijk. Indien aangeboden zijn het vooral nieuwe methoden

Vindt aanbieden achteraf betalen belangrijk. Focus ligt hierbij op Acceptgiro



Adviezen ter verbetering van de internetkassa

- ▶ Stem aanbod betaalmogelijkheden af op voorkeur kopers
 - ▶ Achteraf betalen biedt klanten zekerheid
 - ▶ iDEAL biedt mogelijkheid van snelle levering
- ▶ Let bij selectie van aanbieder op de mate waarin diensten afzonderlijk of als pakket worden aangeboden
- ▶ Houdt bij selectie van diensten en aanbieders rekening met eigen groei in aantal transacties

Aandachtspunten

- Positionering iDEAL voor achteraf betalen
- FiNBOX als betaalmethode voor webwinkels