

'Wallet nodig voor one-click-buy ervaring'

05-03-2014 00:00

Binnen retail moeten producten als een wallet worden geïntroduceerd die alle diensten van online betalen in één setting aanbieden. Daarmee is de betaling naadloos te integreren in het online koopproces, stelt Thuiswinkel.org in de position paper Online betalen in Nederland 2014.

Als een shopper inlogt, is in een dergelijke situatie zijn identiteit, betaalvoorkeur en afleveradres en bekend. Met één keer inloggen kan hij diverse aankopen doen. Daarmee ontstaat een one-click-buy ervaring, aldus de brancheorganisatie.

Amazon doet dit met het concept Login and pay. Klanten kunnen met hun Amazon-account betalen bij verschillende webwinkels. De e-commercegigant slaat de identiteits- en betalingsgegevens van de shopper op, maar deelt ze niet met de aangesloten winkels.

Deze service is nodig door de sterke groei van m-commerce, aldus Thuiswinkel.org. Consumenten krijgen een steeds grotere behoefte aan een vereenvoudigd bestelproces. Dat houdt in dat shoppers zo min mogelijk gegevens moeten invoeren op het scherm van hun mobiele device, in combinatie met behoud van veiligheid en vertrouwen. Er moet worden toegewerkt naar een one-click-buy-ervaring, stelt de brancheorganisatie.

[Download de position paper hier.](#)