

Betalen in de winkel: wat staat ons te wachten?

05-10-2016 11:53

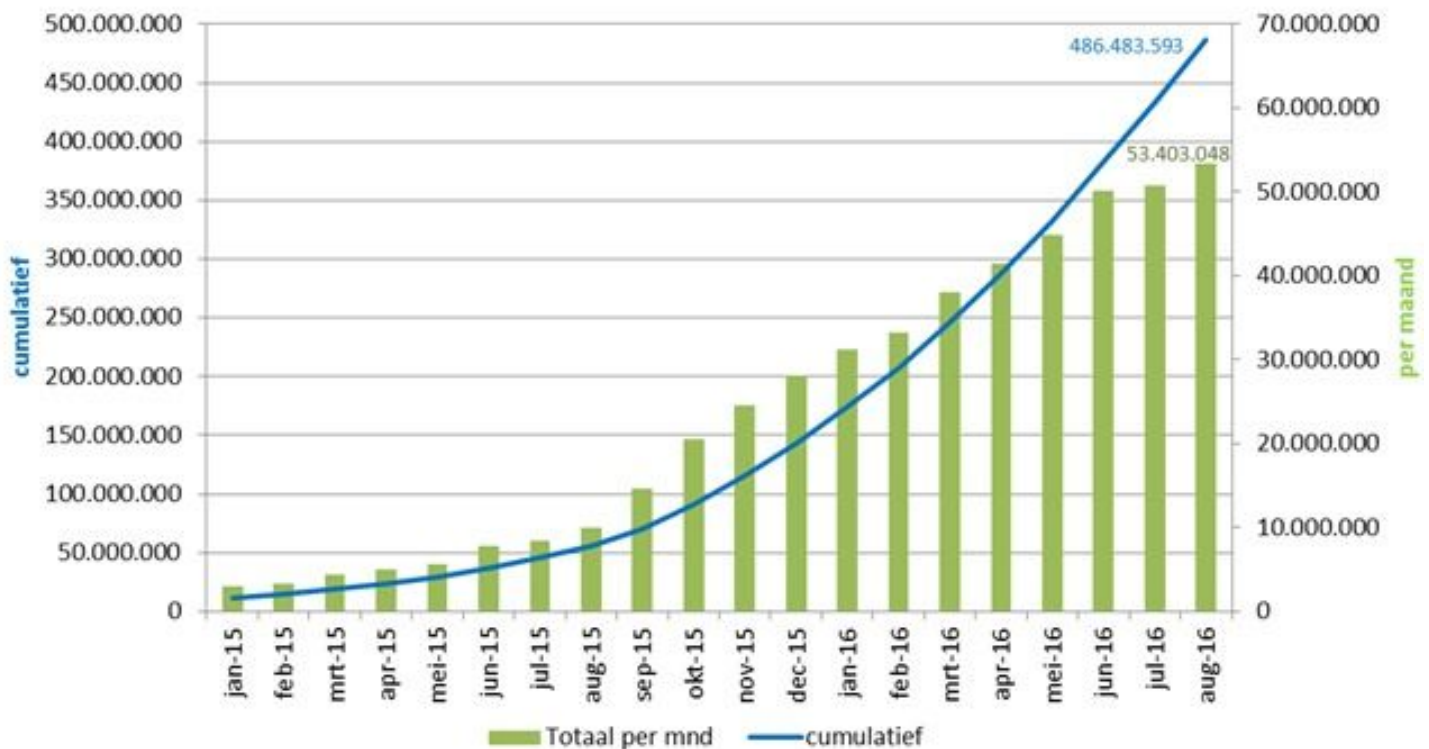


Door Max Geerling van Betaalvereniging Nederland en Eus Peters, directeur van de Raad Nederlandse Detailhandel

We gaan in onze vrije tijd steeds vaker recreatief de stad in. Nieuwe sokken kopen of een boek zoeken doen we op internet. In winkels zoeken we naar prikkels om inspiratie op te doen, om te proeven en te proberen. Beleving is het sleutelwoord bij ondernemers in detailhandel en horeca. Als we dan iets kopen in de stad dan moet het moment van betalen steeds minder zichtbaar zijn binnen die beleving. We zijn immers niet gekomen om te betalen. Het is de ‘drempeel’; om het pand te mogen verlaten.

Contactloos

Contactloos betalen met de pinpas sluit aan bij deze trend. Engelsen zeggen niet voor niets ‘tap-and-go’. Contactloos betalen heeft het afgelopen jaar een enorme groei doorgemaakt. Het gemiddelde aandeel contactloze transacties op het totale aantal pinbetalingen ligt momenteel op bijna een vijfde en is daarmee voorbij het ‘tipping point’. Het punt waarna de groei zichzelf naar verwachting in stand houdt. De groei is vooral te zien in sectoren waar het snelheidsvoordeel van contactloos het grootst is, zoals in kantines, de horeca, bij automaten, in supermarkten en op de markt.



Groei aantal contactloze pinbetalingen in 2015 en 2016

Nieuwe betaalapps

Hoe eenvoudig was het voorheen; slechts munten en briefgeld als voornaamste betaalmiddel voor consumenten en ondernemers. One size fits all. Gepast betalen zonder de investering in kostbare apparatuur. Gloort er aan de horizon een digitale innovatie met hetzelfde gebruiksgemak en breed bereik van contant geld?

We zien nu een grote verscheidenheid aan nieuwe betaalapps; PayPal, iDEAL QR-code, Tikkie, TWYP en Florin zijn hier enkele voorbeelden van. Wellicht handig voor de consument, maar ook onoverzichtelijk. Voor de ondernemer zijn er allerlei vragen: hoe moet hij dit soort nieuwe technologieën inpassen in zijn kassaomgeving? En wat zijn de kosten? Is het veilig? Toch kunnen dit soort alternatieven voor (contactloze) pinbetalingen interessant zijn voor ondernemers.

Consument

De generatie die nu opgroeit, verwacht dat geld overmaken net zo eenvoudig is als een WhatsApp-berichtje sturen. De ontwikkelaars van nieuwe betaalapps creëren een beleving die bij deze verwachting past. Het verschil tussen betalen aan vrienden en betalen aan een winkelier zal verdwijnen. Deze apps scoren alleen nog niet fantastisch op gebruiksgemak in de winkelomgeving. De lat ligt ook hoog, 'tappen' met een contactloze pas is nog altijd gemakkelijker voor de consument en is door de ondernemer optimaal in te passen in zijn kassaomgeving. Een kansrijke technologie waar momenteel ervaring mee wordt opgedaan is de QR-code. Een voorbeeld is de SEQR-app (spreek uit als 'secure') waarmee je bij enkele vestigingen van Dirk van den Broek met een QR-code betaalt. Ook iDEAL heeft een eigen app om met QR-codes betalingen in een fysieke omgeving te doen. Met deze app worden pilots gedaan voor goede doelen-collectes in winkels en bij horecaondernemingen.

Ondernemer

Maar hoe ga je als ondernemer om met deze nieuwe technieken? Snel betalen aan de voorkant vraagt om

snelheid aan de achterkant. Banken bieden ondernemers nu al weekendbijschrijving van pinomzetten in aanloop naar 'instant payments'. De doelstelling is dat in 2019 bankoverboekingen altijd binnen vijf seconden kunnen worden bijgeschreven zijn op de rekening van de begunstigde. Gelijk oversteken, net als met contant geld in het verleden.

Vooralsnog blijft de technische integratie van de nieuwe betaalapps met de kassa een uitdaging. Ook is de versnippering nog te groot voor grootschalig gebruik. Voor een breed bereik onder zijn klanten moet een ondernemer contracten sluiten met ontwikkelaars van al deze varianten, of daar weer een aparte dienstverlener voor in de arm nemen in de vorm van een PSP (payment serviceprovider). Maar daarvoor is het nog te vroeg, het is nu tijd om met kleinschalige toepassingen te kijken wat waarde toevoegt voor klanten en voor ondernemers.

Technische standaarden zijn uiteindelijk nodig voor het reduceren van de versnippering. Voorbeelden van zulke standaarden zijn QR-codes en nfc voor contactloos en mobiel betalen. Bij de meeste banken kunnen rekeninghouders met een geschikt Android-toestel inmiddels gebruik maken van nfc mobiel contactloos betalen. Met de iPhone kun je in Nederland nog niet simpel contactloos betalen. Ook niet met de modellen met nfc.

De versnippering wordt in stand gehouden door de complexe samenhang tussen alle onderdelen in de mobiele betaalketen: app, toestel, telecomprovider en betaalautomaat. Om integratieproblemen van nieuwe mobiele betaalmogelijkheden zo vroeg mogelijk te ontdekken heeft Betaalvereniging Nederland voor marktpartijen een mobiel testcentrum ingericht, waarin de meest voorkomende mobiele telefoons en betaalautomaten klaarstaan om de betaalapps mee te testen zodat in een vroeg stadium de laatste rimpels eruit gestreken kunnen worden.

Online en fysieke kassa

We gaan de stad in voor de beleving. En waar de consument geen toegevoegde waarde ziet in beleving, neemt online verkoop steeds meer de plaats in van fysieke selectie en verkoop. We zien consumenten voortdurend van online naar fysiek springen en weer terug, bij het oriënteren, kopen, betalen en tot slot eventueel ruilen. De consument houdt het betalen graag overzichtelijk: een klein aantal elektronische betaalmiddelen 'veilig, maar met zo min mogelijk pincodes' en alle betalingen overzichtelijk bij elkaar. Dit laatste is nog een uitdaging. De uitdaging is voor ondernemers nog groter: het is in zijn boekhouding nu vaak een heisa om alle informatie bij elkaar te houden over bestellingen, betalingen en leveringen in de winkel en van de website. Hoe eenvoudig zou het zijn als u de klant die bijvoorbeeld iets online met iDEAL betaald heeft het retourbedrag via de infrastructuur van instant payments of via retourpinnen kan terugbetalen als de klant een artikel komt terugbrengen in de winkel?

Ken je klant

Door de nieuwe technologische ontwikkelingen op betaalgebied ontstaat de mogelijkheid om contact te leggen met de winkelende consument die zijn eigen 'device' meeneemt. Een kans om de klant nog beter te bedienen. Maar niet alle klanten zitten te wachten op iemand die virtueel meekijkt bij het shoppen. Relevante contacten leggen met de klant wordt dus een mooie uitdaging voor de ondernemer. Een goede identificatie van die klant is hierbij de eerste stap. Wie komt er eigenlijk binnen? Waarmee kun je de klant nog meer van dienst zijn? Het is de kunst om veiligheid en privacy zo goed te regelen dat consumenten een veilig gevoel behouden bij het (online) winkelen en betalen.

Identificatie van de klant direct na binnenkomst 'in de fysieke of virtuele winkel' opent de weg naar nieuwe manieren van betalen. Als de klant zich immers al geïdentificeerd heeft, volstaat een eenvoudige bevestiging van het bedrag zonder het intoetsen van ingewikkelde codes.

Horizon

De mobiele telefoon blijft een cruciale rol spelen. De techniek staat voor niets anno 2016. Betaalapps voorzien ondernemers van de identificatie van hun klanten en van een naadloze inpassing van het betaalmoment in het primaire koopproces. De klant verwacht steeds meer service en kennis van zijn wensen. Door de beschikbaarheid van steeds meer gegevens over betalingen, klanten en voorraden kan die service op maat in principe geboden worden, waarbij de veiligheids- en privacyaspecten vooraf goed bekeken worden. De oplossingen en systemen die momenteel beschikbaar komen, kennen nog een grote diversiteit. Innovatie gaat immers vÃ³r standaardisatie uit. Wat blijft, zijn klanten die met hun mobiele apparaat wisselend in het online en fysieke kanaal zich zullen identificeren en betalen.