

Hoe je kunt inspelen op de doorbraak van mobiel betalen

02-11-2017 13:10



Door Daniel van Delft
Country manager Nederland bij Visa

De manier waarop Nederlandse consumenten hun geldzaken doen, verandert. Het gebruik van mobiele toepassingen voor geldzaken zit stevig in de lift. Elk jaar laten wij onderzoeksbureau Populus namens Visa de Digital Payment Study uitvoeren in Europa. Een onderzoek dat ons inzicht geeft in de houding en het gedrag van consumenten ten opzichte van nieuwe betaalmethoden. Onlangs werden de resultaten van de studie voor 2017 gelanceerd. En wat blijkt? Mobiele devices vormen voor consumenten steeds meer het zenuwcentrum van hun contacten met dienstverleners, transacties en andere communicatie. 75 procent van de Nederlanders gebruikt al een smartphone, tablet of wearable voor geldzaken en 84 procent verwacht dat binnen nu en drie jaar te doen.

Het gebruik van mobiele toepassingen voor geldzaken is een relevant onderwerp in het snel veranderende Retail landschap. Naast de saldocheck of het regelen van bankzaken zijn namelijk ook online aankopen via een mobile device populair. Bijna de helft van de Nederlandse consumenten betaalt zijn of haar online aankopen met behulp van een smartphone, tablet of wearable. Maar ook offline betalen steeds meer consumenten met hun smartphone of wearable.

De groep die vooroploopt bij het doen van geldzaken via hun smartphone, tablet of wearable zijn millennials.

Maar liefst 94 procent van de millennials maakt gebruik van mobiele toepassingen bij het verrichten van transacties of het beheren van hun financiën. Samen met tieners en jonge kinderen zien deze digital natives hun smartphone als het belangrijkste device voor het regelen van allerlei diensten, waaronder het doen van transacties.

Gemak en veiligheid

Maar hoe speel je als retailer zowel online als offline in op de doorbraak van mobiel betalen? Voor de Nederlandse consument zijn gemak en veiligheid de belangrijkste aspecten bij mobiel betalen. Consumenten staan ervoor open om het gemak dat veel nieuwe mobiele betaalmogelijkheden bieden, te omarmen. Als e-retailer vergroot je het betaalgemak van klanten en voorkom je dat een klant vroegtijdig afhaakt in het koopproces door hen de mogelijkheid te geven om via webbased services te betalen. Door card-on file services toe te passen, worden de creditcardgegevens van een klant versleuteld opgeslagen om de betaling nog soepeler te laten verlopen.

Ook offline kun je als retailer het betaalgemak van klanten vergroten door ervoor te zorgen dat je betaalterminal is uitgerust met NFC (Near Field Communication). Zo kunnen klanten wiens smartphone of wearable over NFC en een geschikte mobile wallet/betaal app beschikt, mobiel contactloos betalen door enkel hun device tegen de betaalterminal te houden. Veel Nederlandse retailers staan al in de startblokken om aan de slag te gaan met mobiel betalen. Meer dan twee derde van de POS-terminals in Nederland zijn uitgerust met NFC. En ook bieden de meeste banken in ons land inmiddels applicaties aan waarmee contactloos betaald kan worden met je mobiel. Door integratie van 'tokenization' in webbased services, card-on file services en online mobiele toepassingen zoals mobile wallets, kunnen financiële instellingen het doen van transacties nog veiliger maken voor retailers en consumenten.

Tokenization

Tokenization is een technologie die privacygevoelige gegevens beschermt. Persoonlijke kaartdata worden vervangen door cijfercombinaties, zogenaamde tokens, die nietszeggend zijn voor buitenstaanders. Een token neemt dus de plaats in van de kaartgegevens van de eindgebruiker. Alleen deze cijfercombinatie wordt geraadpleegd voor de transactie. De tokens zijn gebonden aan het apparaat dat je gebruikt. Met tokenization kan de consument op een eenvoudige manier zijn of haar betaalkaart koppelen aan diensten voor digitale betalingen. Daarnaast kunnen er tokens gemaakt worden voor betalingen aan specifieke retailers. Als de consument dan aan een bepaald bedrijf betaalt, gaat dat via een aparte token. Retailers doen daar hun voordeel mee doordat loyalty-toepassingen – uiteraard met instemming van de klant – direct gekoppeld kunnen worden aan betalingen.

Als we kijken naar de veiligheid van het verrichten van transacties aan de hand van mobiele toepassingen vormen biometrische identificatiemiddelen de toekomst. Uit het onderzoek blijkt dat consumenten nieuwe vormen van authenticatie zoals een irisscan of scan van de vingerafdruk veiliger vinden dan traditionele methoden, zoals wachtwoorden, handtekeningen, pincodes en beveiligingsvragen. Het merendeel van de Nederlanders heeft de voorkeur om in de toekomst gebruik te maken van tenminste één vorm van biometrische authenticatie bij het doen van een betaling. Veel financiële instellingen zijn dan ook al gereed of bezig met de ontwikkeling van technologie die het mogelijk maakt om je betaling met je vingerafdruk te authenticeren.

Segmentatie en educatie

Bij de doorbraak van een nieuwe betaalmethode zoals mobiel betalen is het voor de hand liggend om te focussen op de groep die open staat voor innovatie, in dit geval millennials. Zij zijn de 'early adopters' die de betaalmethode snel eigen maken, waarna de grote meerderheid hun voorbeeld vroeg of laat zal volgen. Tegelijkertijd wordt ook verwacht dat een aanzienlijk deel van de consumenten, met name ouderen, niet over

zal gaan op mobiel betalen. Voor hen is het belangrijk dat infrastructuur en POS-mogelijkheden voor de meer traditionele betaalmogelijkheden goed onderhouden blijven.

De overstap van traditioneel betalen met een pas naar contactloos betalen met een pas is kleiner dan de overstap van contactloos betalen met een pas naar contactloos betalen met een smartphone of wearable. De reden hiervoor: het is een ander device, een device waarvan nog niet alle consumenten gebruik maken bij het doen van een POS-transactie. Educatie is hierbij essentieel. Educatie over de veiligheid en authenticatiemiddelen van deze betaalmethode, maar ook over het gemak van het thuis kunnen laten van je pinpas of creditcard wanneer je gaat winkelen. Maar alleen educatie aan consumenten is niet genoeg. Ook banken, de aanbieders van mobiele toepassingen zoals smartphone providers en de retailers vormen een belangrijke schakel bij het aansturen van innovatieve betaalmethoden. Een multi-track aanpak, waarbij alle doelgroepen uitleg krijgen over mobiel betalen, de voordelen van deze methode en mobile devices als zenuwcentrum voor allerlei diensten is daarom vereist. Want alleen dan kan de overstap naar mobiel betalen een succes worden en zijn we klaar voor de toekomst.

Daniel van Delft