

Is het einde van de pinautomaat in zicht?

13-07-2021 12:54



Retailers weten het als geen ander: alles draait om de klantervaring. Deze ervaring strekt zich uit van de oriëntatie tot de aankoop en de betaling. Hierbij wordt zowel online als in de winkel ieder deel van het proces geoptimaliseerd om het gemak zo groot mogelijk te maken. Toch hebben, sinds eind jaren 80 het 'pinnen' zijn intrede deed, POS (Point-of-Sale)-betalingen weinig echte innovatie gekend. We zijn natuurlijk contactloos gaan betalen en steeds vaker met een horloge of smartphone, maar er liggen meer kansen voor een optimale klantervaring.

Verreweg de meeste POS-betalingen vinden plaats met een kaarttransactie en een pinautomaat. Rond de feestdagen is het aantal transacties zelfs een bekende graadmeter voor het succes van retailers. Het gemak en de snelheid zijn belangrijke factoren van pinnen waarmee we afkoersen op een cashloze maatschappij. Maar waarom zouden we überhaupt nog een POS-transactie via kaart of contactloos doen? De aanschaf en het onderhoud van de hardware is nog altijd kostbaar. Bovendien zijn er al verschillende inspirerende voorbeelden die laten zien hoe het slimmer kan.

Meer dan een derde van de POS-betalingen vindt plaats in supermarkten. Om de klant op dit gebied beter van dienst te zijn heeft Lidl onder meer in Duitsland Lidl-pay geïntroduceerd. Klanten kunnen hiermee direct vanuit de Lidl Plus-app hun boodschappen betalen. Met de app wordt een QR-code op de telefoon bij de kassa gescand, de betaling wordt (op de eigen telefoon) bevestigd met een pincode, vingerafdruk of gezichtsherkenning. Ook worden dan direct eventuele kortingen van coupons en persoonlijke aanbiedingen

verrekend. De openstaande betaling wordt automatisch geïncasseerd van je rekening. Lidl maakt hiermee nog slimmer gebruik van de eigen app en kan nog beter inspelen op het gedrag van de klant.

Bestellen en betalen in de horeca

Bij horecagelegenheden zie je dat de pandemie ook een impuls heeft gegeven aan contactloos bestellen en betalen. Hierdoor hebben ook nieuwe oplossingen, bijvoorbeeld betalen met een iDEAL QR-code een vlucht genomen. Geen gedoe met de pinautomaat, maar eenvoudig de QR-code scannen met je smartphone.

Ook het sturen van een betaallink is een makkelijk alternatief voor de POS-betaling. Zo kunnen klanten van Haco, een grote woonwinkelketen, binnenkort via een betaallink in een online omgeving voorafgaand of tijdens de bezorging afrekenen. Bezorgers zijn hierbij niet langer afhankelijk van fysieke hardware van het pinapparaat, of deze wel of niet is opgeladen of er bereik is en aan welke fysieke winkel het apparaat gekoppeld is. En de koper kan zich volledig focussen op de nieuwe aanwinst.

Verder zie je dat veel retailers van fietsenwinkel tot autogarage online portals bieden waar zowel de bestelling, levering, betaling als garantie binnen een persoonlijke klantomgeving worden afgehandeld. Naast het gemak, biedt dit ook veel transparantie over de aankoop, betaling en de support. Bovendien biedt het voor retailers kansen om continu contact te houden met de klant en de relatie te versterken.

De ontwikkelingen gaan snel en je ziet in de retail al mooie alternatieven voor POS-betalingen die een waardevolle bijdrage leveren aan de klantervaring. Ik hoop dan ook dat andere ondernemers geïnspireerd raken en op zoek gaan naar innovatieve manieren om betalingen slimmer te integreren waarmee voor de consument een optimale, naadloze ervaring ontstaat.

Maurice Jongmans, ceo Online Payment Platform