

Najlepsze systemy płatności online

Właściciele sklepów internetowych wiedzą, że podstawą ich sukcesu jest wygoda klientów, dlatego starannie wybierają operatora płatności online. Czasem są to dwie firmy, których usługi się uzupełniają, szczególnie jeżeli w grę wchodzi eksport. Rynek zapewnia wiele możliwości, ale przed podjęciem decyzji należy zapoznać się z ofertami kilku pośredników i wybrać tego, który najlepiej wpasowuje się w Twój model biznesowy. Co należy brać pod uwagę przy takim wyborze?



Igor Podgórski

Na co zwracać uwagę przy wyborze operatora płatności online?

1. E-transfer automatyczny i półautomatyczny

W przypadku automa-

tycznego e-transferu kupujący przeniesiony jest do strony, gdzie wybiera bank, w którym ma konto. Loguje się na swoje konto bankowe i pozostaje mu już tylko zatwierdzić transakcję. Z kolei w przypadku coraz rzadziej spotykanego, bo trochę przestarzałego e-transferu półautomatycznego, należy samodzielnie wypełnić dane na karcie przelewu. Klienci oczekują błyskawicznej transakcji, dlatego posiadanie jak największej ilości automatycznych przelewów online ma wpływ na konwersję. Dopilnuj, aby płatności w Twoim sklepie internetowym opierały się na najnowszych i najwygodniejszych dla klienta rozwiązaniach.

2. Okres oczekiwania na przelew

Płatności online działają na zasadzie konta przejściowego, czyli pieniądze z zamówień najpierw lądują na koncie operatora. Ty, jako usługobiorca zlecasz wykonanie przelewu na swoje konto. Jeżeli Twój biznes wymaga płynności finansowej, bo np. prowadzisz sklep internetowy w modelu dropshipping, to ten element powinien być dla Ciebie bardzo ważny. Dlaczego? Niektórzy pośrednicy informują, że realizują przekaz pieniężny już na drugi dzień, a zdarza się, że trzeba czekać nawet kilkanaście dni po zleceniu takiej wypłaty. Oferta często odbiega od rzeczywistości, dlatego rozsądnie jest poszukać w internecie opinii użytkowników.

3. Liczba obsługiwanych banków

Usługodawcy mają w ofercie różną ilość banków. Między 20, a 100. Czasami klient nie widząc swojego, rezygnuje z zakupu, gdyż wie, że wykonanie przelewu tradycyjnego opóźni dostawę o jeden dzień. Dlatego opłaca się mieć obsługę najpopularniejszych banków. Pamiętaj jednak, że 20 banków może zaspokajać 90 proc. rynku. Przedkładaj jakość nad ilość.

4. Wysokość prowizji i opłat

Operatorzy chwają się bardzo niską prowizją. Owszem, jest niewielka, lecz nie dla wszystkich banków. Te popularne przeważnie są droższe. Wysokość prowizji waha się od 0,9 do 2,8 proc. za przelew. Ponadto w przypadku niektórych

usługodawców należy uiścić opłatę stałą w wysokości kilkudziesięciu groszy za przelew. Dlatego powinieneś patrzeć na koszty obsługi płatności jako na całościowy rachunek.

5. Płatności mobilne

M-commerce rozwija się z roku na rok i już 25 proc. transakcji w internecie wygenerowana jest za pośrednictwem urządzeń mobilnych. Jeżeli Twój sklep internetowy dostosowany jest do urządzeń mobilnych, to następstwem Twoich działań powinna być implementacja systemu płatności, który obsłuży ten rodzaj zamówień. Aby zrozumieć taki mechanizm, złóż testowe zamówienie za pomocą telefonu.

6. Bezpieczeństwo transakcji

Klienci są bardzo wyczuleni na kwestie bezpieczeństwa, tym bardziej jeżeli chodzi o ich pieniądze. Program Ochrony Kupujących, czyli gwarancja zwrotu pieniędzy przy nieotrzymaniu zamówionego produktu może mieć realny wpływ na sprzedaż. Dlatego przed podpisaniem umowy sprawdź, jakie

uprawnienia, certyfikaty i systemy bezpieczeństwa posiada dany dostawca płatności.

7. Integracje w Twoim systemie sprzedaży internetowej

Kolejnym elementem, na który musisz zwrócić uwagę jest fakt, czy Twój sklep internetowy posiada odpowiednią integrację dla określonych płatności online. Przed rozpoczęciem poszukiwania operatora, koniecznie sprawdź możliwości swojego sklepu.

8. Popularność usługodawcy

Opatrzony logotyp wpływa na popularność danego operatora, a ta przekłada się na zaufanie klientów. Zastanów się nad wyborem usługodawcy, który jest znany na rynku. Umowy nie zabraniają posiadania płatności różnych operatorów jednocześnie, więc aby uniknąć utraty pozyskanych leadów, zainstaluj popularną usługę zaraz obok niszowej, która jest znacznie tańsza. Pamiętaj też, że za granicą przodują pośrednicy inni niż w Polsce, co poniekąd wymusza na Tobie instalację dodatkowego systemu w przypadku, gdy podstawą Twojego biznesu jest eksport.

Wciel się w klienta, bo przecież również nim jesteś

Czynników wpływających na wybór systemu płatności internetowych jest kilka. Zapewne kupujesz w internecie i wiesz, czym się kierujesz, dobierając formę zapłaty. Przy kolejnych zakupach zwróć uwagę na ten aspekt. Ta wiedza pozwoli Ci lepiej zrozumieć klienta i optymalizować Twój sklep. Pamiętaj, że starsza osoba z reguły wybiera płatność przy odbiorze. Duże zamówienia opłacane są przelewem tradycyjnym. Produkty wirtualne mają być na skrzynce mailowej klienta w ciągu kilku minut, więc w tym przypadku szybka płatność online sprawdzi się idealnie. Zadbaj o to, aby system płatności dostosować do swojej grupy docelowej i specyfiki branży, w której działa Twój sklep internetowy.

Autor pracuje jako marketing manager w IAI SA



Kantory internetowe podbijają finansowy sektor e-commerce w Polsce

Systemy płatności internetowych, banki internetowe, pożyczki społecznościowe online, transfery pieniężne online czy wreszcie kantory internetowe pojawiły się w ostatnich latach na polskim rynku e-commerce i zdobywają coraz większą popularność. Na szczególną uwagę zasługują właśnie platformy wymiany walut, które są swoistym krajowym wynalazkiem. W zeszłym roku wymieniły 25 mld zł!



Katarzyna Moszko-Stachowska

W kwietniu 2010 r., uruchomiony został pierwszy internetowy kantor w Polsce. Starsza od niego jest tylko platforma wymiany walut między użytkownikami – Walutomat.pl, która była pierwszą tego typu platformą na świecie. Od tego czasu możemy mówić o swoistej walutowej rewolucji w kraju.

W tym roku obrót na rynku

Biznes skali

Kantory internetowe oferują maksymalnie kilkugroszowe spready na walutach, a kantory stacjonarne i banki – nawet kilkudziesięciogroszowe. Platformy wymiany walut między użytkownikami w ogóle nie mają spreadu. Użytkownicy sami ustalają kursy. Operator pobiera tylko niewielką prowizję od ich transakcji.

Rynek wymiany walut online rośnie z roku na rok. Jak szacuje Currency One SA, w zeszłym roku dokonano w Polsce wymiany waluty poprzez serwisy internetowe na kwotę ok. 25 mld zł. W tym roku obrót na rynku

ma przekroczyć 30 mld zł. Sumując, od momentu pojawienia się ich na rynku Polacy wymienili online już 60 mld zł!

Frankowicze

Prawdziwy boom na kantory internetowe zaczął się wraz z wprowadzeniem w życie tzw. Ustawy antyspreadowej. Kilkaset tysięcy kredytobiorców może dzięki temu zaoszczędzić nawet 1 tys. zł rocznie, co w przeciągu 30 lat spłacania kredytu daje 30 tys. zł oszczędności. Obok takiej sumy nie można przejść obojętnie.

Po styczniowym załamaniu kursu CHF kantory internetowe przeżyły prawdziwe obłędzenie. Kredytobiorcy frankowi, których liczbę szacuje się na pół miliona, poszukują teraz jeszcze intensywniej sposobów na obniżenie miesięcznej raty. Dlatego po raz kolejny przyrzekli się kantorom internetowym, gdzie kursy franka, nawet wobec tych obniżonych w niektórych bankach, wciąż są konkurencyjne.

Ponadto kantory oferują zniżki, programy punktowe, które umożliwiają stałym klientom zakupy waluty nawet po kursie średnim.

Magnes dla firm

Biznes wymienia w sieci bardzo dużo i bardzo duże sumy. Największe jednorazowe transakcje przekraczają tu 1 mln zł. Główną walutą sprzedawaną i kupowaną przez przedsiębiorców jest euro. W kantorach i platformach wymiany peer-to-peer wymieniają głównie małe i średnie firmy, które nie mają tak silnej pozycji w negocjacjach z bankami.

Rynek internetowych giełd walut i kantorów internetowych rozwija się z roku na rok. Funkcjonuje tu 50 podmiotów, ale dużych graczy jest zaledwie kilku. I to nie tylko w Polsce, bo krajowe firmy otwierają już swoje filie zagranicą (np. w Czechach).

Autorka pracuje jako PR manager w Currency One SA – operatorze serwisów InternetowyKantor.pl i Walutomat.pl