

Marius Galdikas, ConnectPay: Na rynku płatności trendy czasu rzeczywistego zyskują na popularności

data aktualizacji: 2020.11.12



Obecne okoliczności czyli pandemia, wymagały nowatorskich rozwiązań na rynku płatności, aby sprostać rosnącemu popytowi na opcje bezgotówkowe i elastyczność. Dostawcy usług płatniczych przygotowują ofertę coraz lepszych produktów, a Marius Galdikas, dyrektor generalny ConnectPay, przedstawia 5 najważniejszych trendów kształtujących obecnie rynek.

Dostawcy usług płatniczych wymyślają nowe sposoby pomocy konsumentowi dotkniętemu pandemią. Obecna sytuacja wymagała wprowadzenia nowatorskich rozwiązań na rynku płatności, aby sprostać rosnącemu popytowi na opcje bezgotówkowe, a także potrzebie elastyczności w walce z niepewnością wywołaną pandemią. Marius Galdikas, dyrektor generalny ConnectPay, podzielił się

swoimi spostrzeżeniami na temat nadchodzących trendów w branży.

Kup teraz, zapłać później

Opóźnione płatności to przyjazna dla budżetu opcja zakupów, która może się rozszerzyć, ponieważ COVID-19 zagraża bezpieczeństwu dochodów, stąd pojawienie się "Kup teraz, zapłać później" za usługi zakupowe. Umożliwienie konsumentom płacenia w miesięcznych ratach zmniejsza niepewność co do dużego jednorazowego wydatku, zmniejszając postrzegane ryzyko dla konsumenta.

Nowa usługa, znana jako PayPal in 3, umożliwia zakup towarów w cenie od 42 do 2000 funtów w trzech równych, nieoprocentowanych ratach, które są zautomatyzowane w trakcie zakupu. Oferta PayPal zbliża się do Pay in 4, odpowiednika usługi na rynku amerykańskim.

- Elastyczność jest obecnie kluczowa. Konsumentom nie ma pewności co do przyszłości, co zaowocowało zaostreniem budżetowania - w końcu priorytetem jest pokrycie bieżących wydatków. Płatności dwumiesięczne powodują mniejszą presję, ponieważ mniejsze raty są łatwiejsze do spłacenia i nie powodują jednego wielkiego spadku oszczędności. Myślę, że wkrótce więcej firm przyjmie takie podejście - przekonuje Marius Galdikas.

Płatności za pośrednictwem super aplikacji

Super aplikacja to aplikacja zbiorcza, która obejmuje wiele usług, od dostaw jedzenia po taksówki i tak dalej. Pandemia spowodowała, że aplikacje te jeszcze bardziej poszerzyły swoją wszechstronność, ponieważ zaczęły one integrować różne opcje płatności, na przykład oferując bezgotówkowe punkty zakupu dla wielu dostawców.

Super aplikacje, takie jak Alipay lub Grab, odniosły sukces ze względu na ich użyteczność. Ponieważ wygoda pozostaje najważniejsza, trend, który po raz pierwszy został zapoczątkowany w Chinach, rozszerza się teraz za granicą, dążąc do udostępnienia klientom usprawnionych opcji płatności.

- To doskonale ilustruje obecny trend w kierunku przyszłości "za jednym kliknięciem", gdzie każdy zakup, żądanie lub transakcja odbywa się przy pomocy jednego kliknięcia. Ponieważ klienci dążą do prostoty i wydajności, popularność takich aplikacji prawdopodobnie nadal będzie rosła - zauważa Marius Galdikas.

- Ponadto super aplikacje mogą pomóc zdefiniować nowe odłamy zachowań konsumentów, poszerzyć zasięg rynkowy dostawców usług płatniczych i przedstawić nowe kluczowe spostrzeżenia do refleksji - dodaje.

Boom na kody QR

Korzystanie z fizycznego kodu 2D jest dość łatwe i wszechstronne, ponieważ może ułatwić darowizny, mikropłatności lub inne narzędzia do zakupu. Dlatego właśnie kody QR stały się jednym z najpopularniejszych narzędzi w ciągu ostatnich kilku miesięcy pandemii, kiedy konsumenci i firmy zobaczyli portfele mobilne w nowym świetle.

Jak dotąd integracja drukowanych fizycznie kodów i e-portfeli przejęła rynki Azji Południowo-Wschodniej. Jednak dostawcy z USA nie nadążają za trendem. Jednak ta technologia istnieje od ponad dekady, czekając tylko na obecny przypadek zakupów bezgotówkowych.

- Kod QR jest łatwym dodatkiem, który rozszerza wykorzystanie portfeli elektronicznych na fizyczną przestrzeń sklepów lub miejsc. Główną jego zaletą jest to, że integracja jest mniej skomplikowana, co sprawia, że jest to idealne rozwiązanie dla drobnych dostawców, którzy chcą przejść na trend

płatności bezgotówkowych i zaoferować swoim klientom bezpieczniejszą opcję rozliczania zakupów - tłumaczy ekspert.

Mobilny punkt sprzedaży

Wraz ze spadkiem popularności gotówki zyskują na popularności substytuty, takie jak mobilny punkt sprzedaży lub mPOS. Narzędzia mPOS działają zamiast płatności kartą i wykorzystują już dobrze przyjęte portfele mobilne. Dobrym przykładem może być powszechność ApplePay, powszechnego trendu wśród zachodnich konsumentów, którzy używają tej aplikacji do zastępowania kart kredytowych. Pandemia jeszcze bardziej zwiększyła ich wykorzystanie, ponieważ terminale POS w supermarketach już pokazują 59% wzrost wykorzystania ApplePay od maja 2020 r.

- Większe bezpieczeństwo i wygoda przyczyniają się do potencjalnego wzrostu portfela Apple lub, w rzeczywistości, każdego innego wykorzystania mPOS. Płatności bezgotówkowe nadal odgrywają kluczową rolę w ograniczaniu narażenia na zagrożenia koronawirusem. Zatem korzystanie z mPOS oznacza spędzanie mniej czasu w sklepie, co zwiększa jego ogólną użyteczność - wyjaśnia prezes Galdikas.

Bezpieczeństwo wspomagane biometrią

Ponieważ płatności elektroniczne rosną zarówno pod względem wielkości, jak i złożoności, dochodzi do oszustw. Dlatego monitorowanie tożsamości konsumentów, przelewów transgranicznych, automatyzacja, a także różne opcje punktów zakupu stają się coraz większym wyzwaniem. Tutaj biometria wkracza jako dodatkowa warstwa bezpieczeństwa w zwalczaniu potencjalnych oszustw zajmujących się nadużyciami tożsamości. Wykorzystanie unikalnych cech konsumentów lub danych o lokalizacji w czasie rzeczywistym umożliwia weryfikację tożsamości cyfrowej użytkownika, zapobieganie oszustwom lub przejęciu konta.

- Biometria została uznana za kluczowy element bezpieczeństwa na wszystkich poziomach. Odnosząc się do ustawy SCA, określającej obowiązkowe uwierzytelnianie dwuskładnikowe dla wszystkich transakcji online i płatności zbliżeniowych w UE, dane biometryczne są przedstawiane jako jedno z kluczowych zabezpieczeń autoryzacji. Wraz ze wzrostem zaawansowania technologicznego powszechnych zagrożeń, poleganie na danych biometrycznych będzie nadal rosnąć - przewiduje ekspert.

ConnectPay to dostawca usług bankowości internetowej dla firm internetowych, oferujący szeroką gamę rozwiązań płatniczych, w tym płatności SEPA i SWIFT, rachunki wielowalutowe IBAN, karty firmowe i rachunki handlowe.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/marius-galdikas-connectpay-na-rynku-platnosci-tren,66355>