

ROZMOWA

Płatności elektroniczne są po prostu wygodniejsze

Pandemia zmieniła sposób, w jaki płacimy za zakupy, online i stacjonarnie – mówi **Grzegorz Kucaba**, dyrektor sprzedaży e-commerce w First Data Polska S.A.

MATERIAŁ POWSTAŁ WE WSPÓŁPRACY Z FIRST DATA POLSKA S.A., NALEŻĄCĄ DO FISERV

Jak pandemia zmieniła sposób, w jaki płacimy za zakupy?

Pandemia była impulsem, który spowodował spektakularny wzrost zainteresowania płatnościami bezgotówkowymi w sklepach. Przyczyn było wiele – począwszy od zwiększenia liczby kas samoobsługowych po wiele zachęt stosowanych bezpośrednio przez sprzedawców do tego, aby płacić elektronicznie. Częściowo wynika to oczywiście ze strategii walki z koronawirusem. Niemniej nie można zapominać, że płacenie gotówką dla przedsiębiorców oznacza dodatkowe koszty związane z jej obsługą. Płatności elektroniczne są po prostu wygodniejsze, tańsze i bezpieczniejsze.

W e-commerce zmianę widać było w znacznie większej skali?

W momencie ogłoszenia pierwszego lockdownu natychmiast zauważyliśmy

znaczący wzrost zamówień w e-handlu. Wzrósł popyt głównie na multimedia, które okazały się niezbędne do pracy czy nauki zdalnej. Później nastąpiło pewne wypłaszczenie, ale wciąż na poziomie wyższym niż przed wybuchem pandemii. Żeby zaobserwować przeniesienie całego ruchu zakupów do internetu, musi upłynąć jeszcze trochę czasu, bo o ile jest to scenariusz możliwy, to jednak długotrwały. Zachowania i preferencje konsumentów kształtują się latami i zmieniają powoli.

Boom zauważalny był również w przypadku internetowych sklepów spożywczych. W niektórych nastąpiła kompletna blokada, ponieważ nie nadążały z realizacją zamówień.

W przypadku oferty spożywczej wygodą kupowania online nie jest tożsama ze zwyczajami handlu stacjonarnego. Wciąż istnieje grupa konsumentów, którzy muszą zobaczyć produkt i go dotknąć, zanim zdecydują się na zakup. Zauważyliśmy również wzrost popularności

zakupów w małych sklepach spożywczych, blisko domu.

Jakie inne sektory odczuły poważne zmiany?

Pandemia szczególnie dała się we znaki producentom dóbr luksusowych kupowanych okazjonalnie podczas wizyt w centrach handlowych. Spadki dotknęły jednak nie tylko sektor handlowy. Od lat jesteśmy mocno zaangażowani we współpracę z hotelami – co trzeci z nich to nasz klient – widzimy więc dobrze, że ten sektor został wyjątkowo mocno dotknięty skutkami pandemii. Niezależnie od kanału sprzedaży spadki były ogromne. Stabilne za to były wszelkie płatności za abonamenty i zlecenia stałe, tj. media i inne usługi.

Konsumenci stali się „bardziej internetowi”?

Ci najbardziej doświadczeni w świecie zakupów wirtualnych jeszcze intensywniej przeszli do tego kanału, co w skali kraju było oczywiście zauważalne. Widać także wyraźnie, że w przypadku metod regulowania płatności



waszym innym produktem, czyli Generatorem Linków?

To rozwiązanie stworzyliśmy głównie z myślą o potrzebach naszych klientów hotelowych. Gdy dokonywano rezerwacji pokoi – telefonicznie lub online, klienci często podawali numery kart płatniczych, za pomocą których pracownicy recepcji blokowali określone kwoty celem dokonania rezerwacji. Po jakimś czasie część tych rezerwacji była anulowana, a klienci zwracali się do hoteli z prośbą o zwrot środków nie na kartę, lecz na podany numer konta bankowego. Taki tryb postępowania okazywał się często działaniem oszustów. Podawane numery dotyczyły wymyślonych lub skradzionych kart płatniczych, a koszty pokrywania strat z tego tytułu były naprawdę duże.

Generator Linków, czyli rozwiązanie uszyte na miarę, spełniło oczekiwania naszych klientów. Każdy z nich otrzymuje własny system, w którym ma możliwość wygenerowania unikalnego linku umożliwiającego bezpieczną płatność. Taki jednorazowy link jest wysyłany na adres e-mailowy wskazany przez osobę dokonującą rezerwacji lub poprzez SMS z konkretną kwotą do uregulowania oraz ograniczonym czasem ważności linku. Osoba dokonująca rezerwacji po kliknięciu w link przenoszona jest do formatki płatności w ekranie zamówienia. Klient ma do wyboru kilka metod – płatności może dokonać kartą, e-transferem lub BLIK-iem. Rozwiązanie to doskonale sprawdza się nie

tylko w całym sektorze hotelowym, ale zdaje egzamin również w branży gastronomicznej czy zajmującej się wynajmem. Korzyści z zastosowania tego rozwiązania są zdumiewające. W przypadku zamówień składanych z wykorzystaniem Generatorki Linków poziom oszustw i wyłudzeń spadł do zera. W hotelach usługa wzbudziła ogromne zainteresowanie, czego efektem była znakomita frekwencja na organizowanych przez nas konferencjach dla tej branży. Ta usługa idealnie sprawdza się w obecnej sytuacji, również w innych branżach. Pozwala na szybką, bezpieczną i wygodną płatność online, nawet jeśli sklep nie ma wdrożonego systemu e-commerce lub działa wyłącznie stacjonarnie.

Czy w waszych systemach BLIK również zyskuje?

To zadziwiające, że forma płatności stworzona z myślą o stacjonarnych zakupach stała się tak popularna w świecie zakupów wirtualnych. Ale takie są fakty. Dziś wiemy, że wszystkie metody i sposoby płatności powinny być opracowywane tak, aby nie stanowiły bariery w podjęciu decyzji o zakupie. Klienci oczekują płatności niezauważalnych, doceniają ich szybkość, wygodę i bezpieczeństwo. A my wiemy, jak to robić. Mamy wiedzę i doświadczenie, które nieustannie wykorzystujemy, projektując i dostarczając naszym klientom najnowocześniejsze rozwiązania płatnicze. /©

MATI PRAS

za zakupy online spadła popularność gotówki na rzecz płatności bezgotówkowych, i nadal obserwujemy ten trend. Polacy przekonali się do płatności elektronicznych, uznają je za wygodniejsze i bezpieczniejsze. Rośnie również popularność płatności kartą u kuriera, dlatego nie ustajemy w dostarczaniu kurierom kolejnych urządzeń. Zmianę widać także w zakresie preferowanych metod odbioru zamówień – chodzi zwłaszcza o paczkomaty. Jeżeli zapewnimy klientowi bezpieczny i spokojny proces zakupowy, który wpłynie pozytywnie na jego doświadczenie, to będzie chciał go powtórzyć.

Czy pandemia oznaczała też wzrost zainteresowania