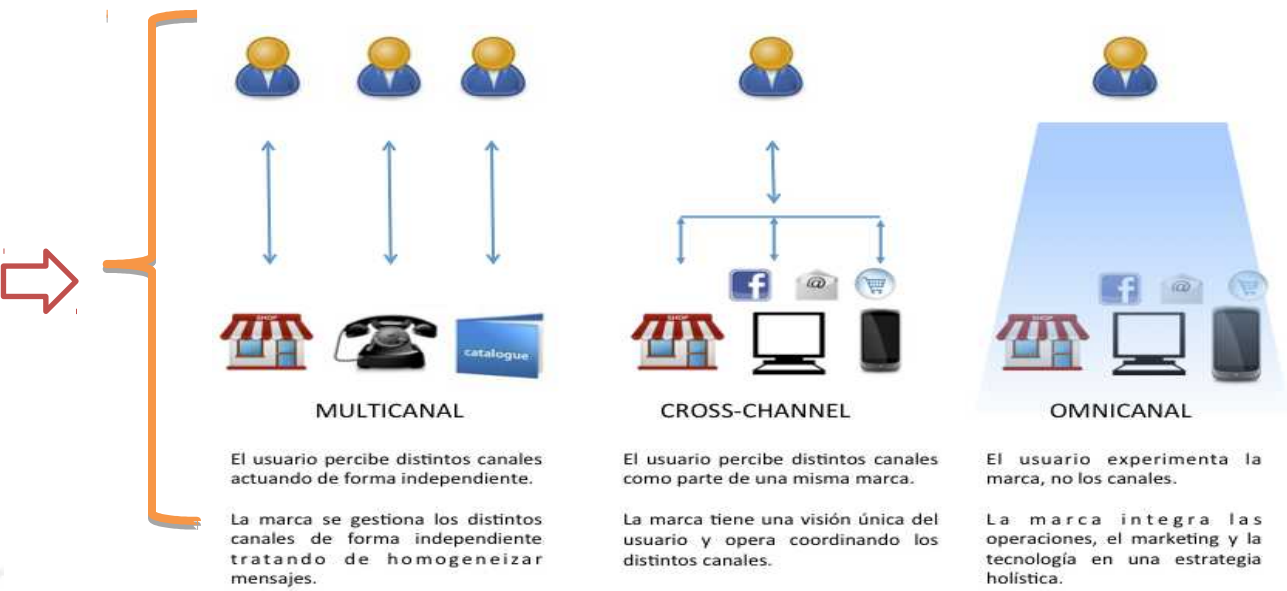


La Omnicanalidad y los Medios de Pago

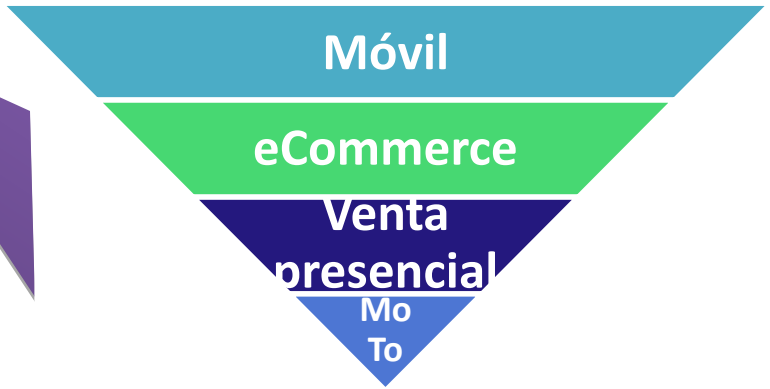
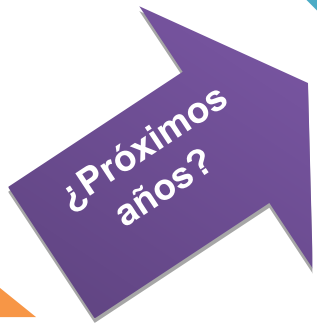
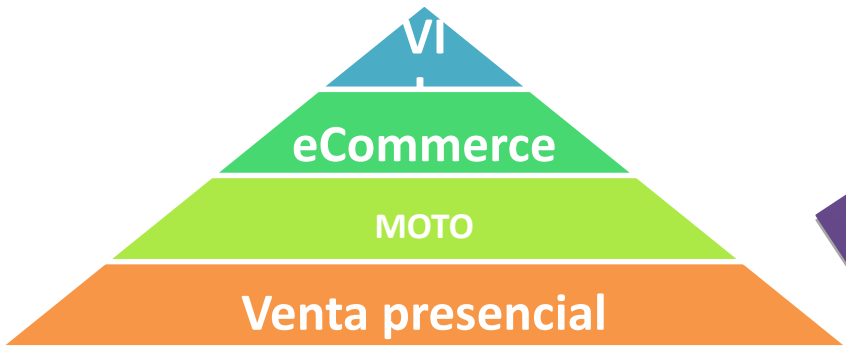
“Paga donde quieras y como quieras”

Cristina Izquierdo González
Director de Negocio de TPV y eCommerce

Evolución del Retail



Evolución Canales de venta



Evolución del Consumidor

Millennials y Generación Z

Hiperconectados

Multidispositivos

No canal único de compra

Racionales

Inconformistas

Exigentes

Internacionales

Con principios

Infieles y promiscuos

Experiencias Personalizadas



Evolución de los medios de pago



¿Es relevante la gestión
de los pagos en
eCommerce?



Gestión de Pagos en eCommerce

Pilares de un Negocio Online



Estrategia



Aspectos legales



Tecnología



Marketing



Analítica



Logística



Medios de Pago

Pagos presenciales vs virtuales

Comercio presencial

Cliente conocido. Ratio fraude bajo.

Cliente nacional + "turistas".

Pago con tarjeta o cash.

Tipo pagos: directo o pre-autorización.

Horario comercial.

Reclamaciones presenciales.

Entrega mercancía inmediata.

No hay abandono en el pago.

Alto porcentaje de pagos con tarjeta aprobados.

Los pagos con tarjeta se procesan por un banco.

Comercio virtual

Cliente desconocido. Vigilar ratio fraude.

Posible concentración de clientes internacionales.

Múltiples sistemas de pago (tarjeta, transferencia, contra-reembolso, prepago, Paypal, pagos alternativos, ...).

Múltiples sistemas de pago (directo, pre-autorización, micropagos, suscripciones, ...).

24 horas.

Necesario servicio a distancia de atención al comprador.

Entrega mercancía diferida.

Vigilar ratios de abandono.

Vigilar ratios de conversión de pagos.

Adicionalmente a un banco, existen otras empresas proveedoras de soluciones de pago (IPSPs).

Como ayudarte en la toma de decisiones de tu negocio

Kelvin Retail



“Lo que se puede medir, se puede mejorar

<http://www.kelvinretail.com>

B Sabadell

Estar donde estés