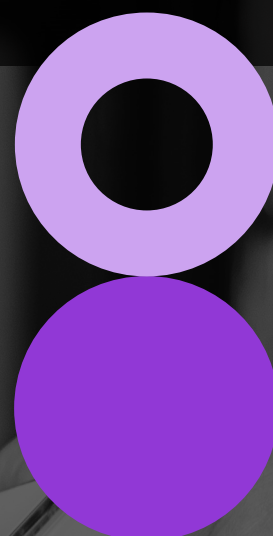




DE TOEKOMST VAN BETALEN

Michel Besselink | Tim Grunenberg | Herman Huijbens



VOORWOORD

Hoe lang duurt het nog voordat we met een aankoop de winkel uit kunnen lopen zonder dat we een betalingshandeling hoeven te doen? Hoe kunnen we online winkelen nóg leuker maken? En hoe kunnen we loyaliteit bij klanten in de winkel meer belonen?

In deze whitepaper nemen wij, Herman Huijbens (Business Development Director bij CCV), Tim Grunenberg (International Strategic Account Manager) en Michel Besselink (Webshop consultant CCV Shop), jou mee in de wereld van de toekomst van betalen.

Aan de hand van drie thema's behandelen we een aantal trends op het gebied van online en offline

winkelen. Wat zijn de nieuwste ontwikkelingen, wat is SoftPOS en waar moet je op letten in jouw online webshop? Wij nemen je mee en geven je een kijkje in de **toekomst van betalen**.

Wil je meer weten? Neem vrijblijvend contact met CCV op.

[Lees verder op onze website](#)

Tim Grunenberg
International Strategic
Account manager

Herman Huijbens
Business
Development
Director

Michel Besselink
Webshop Consultant



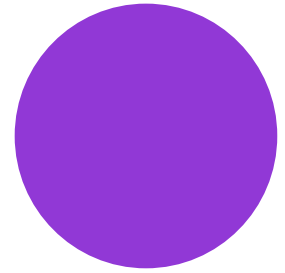


INHOUD

Innovatie van betalen	04
SoftPOS	08
Trends in e-commerce	11
Altijd op de hoogte van de laatste ontwikkelingen?	14



INNOVATIE VAN BETALEN



Achteraf betalen, Android apps op betaalautomaten, loyaltyprogramma's die steeds slimmer worden, QR-code betalingen en zelfservice worden steeds normaler en zie je tegenwoordig op steeds meer plekken. Innovaties op het gebied van betalen gaan ontzettend snel, maar wat houden deze trends precies in? We bespreken kort de meest actuele trends.

Trend 1 - Achteraf betalen, zowel online als in de winkel

Consumenten winkelen steeds meer vanuit huis. Bij online winkelen bestellen consumenten vaak meerdere artikelen om dezelfde shopervaring als in een fysieke winkel te beleven, zoals naar een winkel gaan om een product te bekijken, te passen en om te zien hoe het staat. Alleen dan thuis. Ze weten tijdens het bestellen nog niet wat ze terug gaan sturen. Bij Achteraf Betalen betaalt de consument alleen voor wat hij of zij houdt.

Achteraf Betalen groeit door. Wist je dat Achteraf Betalen op jaarbasis gemiddeld met 25% groeit?

Partijen die dit goed faciliteren zijn onder andere Klarna, Afterpay, Billing en Zinia. We zien dat kleinere, innovatieve spelers zich ook in razendsnel tempo ontwikkelen en interessante aanbiedingen doen op het gebied van Achteraf Betalen.

Achteraf Betalen is een dienst die vooral vanuit online gedreven is, maar bij CCV krijgen we steeds vaker de vraag vanuit ondernemers hoe Achteraf Betalen geïntegreerd kan worden in de fysieke winkel.

Wil je ook weten hoe we Achteraf Betalen kunnen integreren in jouw (online) onderneming?

Stuur ons vrijblijvend een e-mail

In de toekomst kan men in een fysieke winkel, net als bij online shoppen, kleding meenemen, thuis een selectie maken en alleen betalen wat men daadwerkelijk houdt. In principe lijkt dit op de creditcard betalingen van 'vroeger'.



Trend 2 - Android apps op betaalautomaten

Behoren klassieke betaalautomaten tot het verleden door de komst van op Android bestuurbare betaalautomaten waarop je slimme apps kan installeren? Het lijkt een blijvende trend, maar deze sluit de klassieke betaalautomaten niet uit. Met Android kun je een betaalautomaat integreren met jouw kassa en wordt het in principe één systeem.

Meer over Android betaalautomaten

Vergelijk Android apps op betaalautomaten met een smartphone. Vroeger had je alleen een telefoon om te bellen. Door de komst van de smartphones komen er veel meer functies bij; je gebruikt het voor alles. Telefoneren is slechts nog één functie die er extra bijzit.

Bij Android apps op betaalautomaten werkt dit hetzelfde: betalen is slechts nog één functie van de vele. Andere voorbeelden van functies zijn het voorraadstelsel, personeelstelsel en administratie.



Trend 3 - Zelfservice in winkels

Een consument pakt een item uit jouw winkel, gaat in de rij staan, rekent af en gaat naar huis. Tot kort geleden was dit een logisch winkelbeeld, maar tegenwoordig wordt de zelfservice steeds meer omarmd door consumenten én ondernemers.

Consumenten waarderen zelfservice, ze vinden het fijn want er zijn minder rijen en ze kunnen alles zelf doen. Tegelijkertijd worden voor de ondernemer de kosten verlaagd, want er is minder personeel nodig. Een win-win-situatie.

Voordelen van zelfservice in winkels:

- » Je kunt jouw hele productportfolio aanbieden in een zuil: alle kleuren van jouw jassencollecties, of alle schroeven en bouten. De consument kan deze ter plekke bestellen.
- » Door zelfservice kun je als ondernemer de klant- of gastbeleving naar een hoger niveau tillen. Je hebt meer tijd over (door de afname van de kassahandelingen) en daardoor meer tijd om op jouw klant te focussen, hen te adviseren en te helpen.
- » Consumenten hoeven niet meer grote of onhandige producten mee te slepen, ze kunnen het in de winkel bestellen en thuis laten bezorgen.

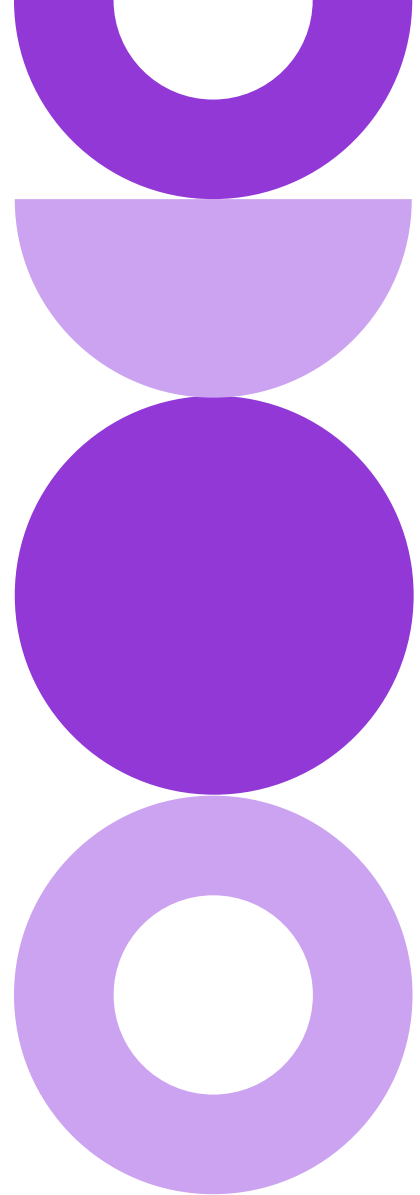


Trend 4 - Loyalty programma's

Gemiddeld heeft een consument meerdere klantenkaarten, wat onpraktisch is en niet handig. Met de komst van Card Link Loyalty combineren we het sparen van loyalty punten met de betaalkaart. Er wordt een bewerking gedaan van de betaalkaart, zodat het betaalgedeelte losstaat van het sparen en als de consument dan betaalt met de betaalkaart (of telefoon) draait het loyaliteitssysteem hier automatisch in mee.

Grote namen voeren dit al door, zoals KLM. Voor kleinere ondernemers is het vooralsnog praktischer om een standaard systeem te gebruiken. Voor grote ondernemers is de doorloopsnelheid van kassa's belangrijk. Kleine ondernemers moeten vooral trots zijn op hun business, bijvoorbeeld dus met een loyalty kaartje met hun eigen logo erop.

Vraag vrijblijvend naar de mogelijkheden bij CCV

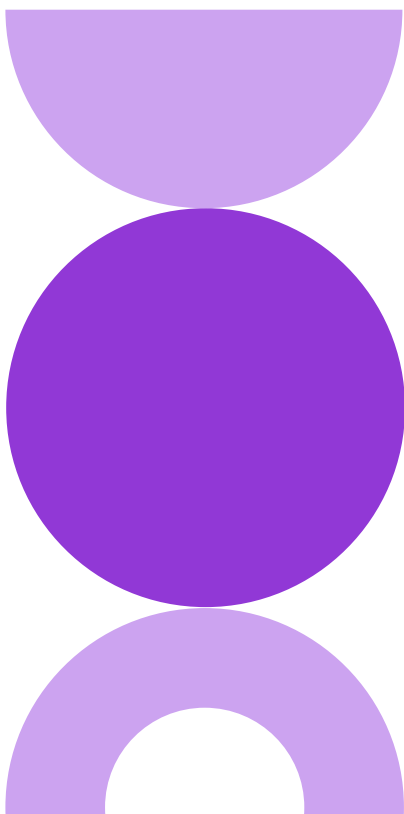


Trend 5 - QR-code payments

Betalen via een QR-code heeft door meerdere omstandigheden in de fysieke winkels (nog) niet waargemaakt wat ervan verwacht werd. Contactloze betaaltechnieken, zoals debetkaarten, de smartphone en Google en Apple Pay zijn toch makkelijker, sneller en veiliger in plaats van het scannen van een QR-code.

Wist je dat inmiddels 85% van de alle betalingen contactloos is?

Daarentegen heeft de QR-code zich in de online wereld wel degelijk bewezen. De code wordt opgenomen op facturen om het mogelijk te maken om eenvoudig te betalen, maar ook worden ze gedrukt op bijvoorbeeld parkeertickets waardoor een klant vanuit de auto een betaling kan doen en men niet meer in de rij hoeft te staan bij de betaalautomaten.





SOFTPOS

Naast de vijf trends en ontwikkelingen in het vorige hoofdstuk is er een belangrijke ontwikkeling die veel aandacht verdient, namelijk: SoftPOS.

Wat is SoftPOS?

Simpel gezegd is SoftPOS een betaalsysteem zonder hardware op een Android smartphone. Iedereen kent de betaalautomaat, het fysieke stuk hardware, waar klanten mee afrekenen. Door middel van SoftPOS gebruik je een Android smartphone als betaalautomaat. Er wordt een betaal-app op de smartphone gezet en een kassa-app. Hiermee creëer je een volwaardige betaaloplossing voor contactloze betalingen.

Hoe werkt het precies?

Op het device (telefoon of tablet) worden twee apps geplaatst:

1. De kassa-app van jouw vertrouwde kassaleverancier. In deze app staan de producten en de bedragen.
2. De SoftPOS app: deze doet de betaling.

De kassa-app is de primaire app welke de ondernemer gebruikt voor zijn verkoopproces. Wanneer in de kassa-app wordt gekozen voor elektronisch betalen, zal de SoftPOS app naar voren komen en vragen om een betaalkaart.



Prettige klantbeleving

Stel je voor, je hebt een klant in jouw winkel goed geadviseerd. Jullie zijn lang in gesprek geweest en de klant weet hierdoor wat hij of zij moet hebben. Natuurlijk wil je diezelfde klant niet naar de rij voor de kassa sturen. Met SoftPOS kun je jouw device erbij pakken en de klant direct bij jou laten betalen.

Voor wie is het geschikt?

SoftPOS is voor drie groepen ondernemers zeer geschikt, namelijk:

1. **Kleine ondernemers:** je wilt aan kaartacceptatie doen, maar je hebt weinig transacties. Dit is ook de reden waarom je nog niet eerder een betaalautomaat hebt aangeschaft. Perfect voor de glazenwasser, de thuiskapper, de thuismasseur etc.
2. **Thuisbezorgd services:** wanneer jouw product of dienst thuisbezorgd wordt bij jouw klant. Je hebt jouw device op zak en kunt deze direct gebruiken als betaalautomaat. Ook retourpinnen behoort tot de mogelijkheden wanneer je iets ophaalt bij een klant.
3. **Retailers en supermarkten:** bij de zelfservice kassa's ontstaat soms ongewild toch een rij. Jouw collega's in de winkel met de juiste devices kunnen ondersteunen door deze in te zetten als extra mobiele kassa.

Voor- en nadelen van SoftPOS

Nieuwe ontwikkelingen brengen voor- en nadelen met zich mee. Maar welke zijn te onderscheiden voor de inzet van SoftPOS?

Voordelen:	Nadelen:
<ul style="list-style-type: none">✓ Als ondernemer betaal je geen opstartkosten✓ Alles overzichtelijk op een rij✓ Geen extra hardware meer nodig✓ Winkelruimte kan beter worden gemanaged	<ul style="list-style-type: none">✗ Het is nog vrij onbekend. Technisch is SoftPOS goed ontwikkeld, qua veiligheid is SoftPOS ook goed. Alleen de acceptatie van de consument is net zo belangrijk. Het moet omarmd worden.

SoftPOS in de nabije toekomst

Vanuit CCV verwachten we dat de acceptatie van SoftPOS steeds groter wordt. Er zullen geen spectaculaire vernieuwingen zijn, want in de basis is het gewoon een betaalautomaat. De uitdaging in de toekomst zit met name in de acceptatie van SoftPOS. Maar ook daar hebben we vertrouwen in. Zo zagen we in het verleden dat bij dezelfde soort uitdagingen zoals de introductie van contactloos betalen of nog verder terug bij de introductie van elektronisch betalen, consumenten uiteindelijk toch vertrouwen krijgen en de betaalmethode gaan gebruiken.



TRENDS IN E-COMMERCE

Naast ontwikkelingen in de fysieke (retail)wereld maken betalingen online ook een grote innovatie door. Zo worden mobiel betalingen, maar ook cross-border betalingen steeds belangrijker.

Trends in e-commerce

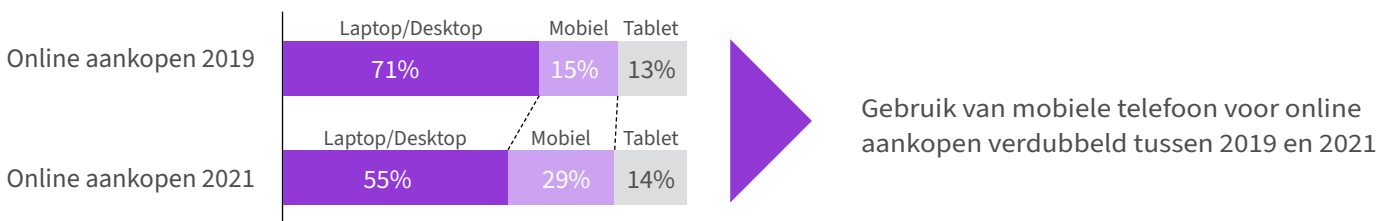
Welke trends zijn belangrijk en opvallend in de online wereld? Wij formuleren er vier:

Trend 1 - Mobiel betalen

Sinds 2019 zien we een verschuiving in de manieren van betalen op het gebied van e-commerce. Mobiel betalen betekent dat de consument afrekenet via zijn of haar mobiele telefoon. In 2021 was het aantal mobiele betalingen verdubbeld ten opzichte van 2019. Dit gaat ten koste van het aantal betalingen via de computer.

Mobiel betalen groeit voor online aankopen

Mobiel gebruik voor online aankopen verdubbeld tussen 2019 en 2021



Bron: Thuiswinkel marktmonitor

Trend 2 - Cross-border betalingen

De wereld is voor online ondernemers veel groter dan bij een lokale, fysieke winkel. Het bereik is groter en zelfs internationale verkopen behoort tot de mogelijkheden. Wanneer een consument betaalt vanuit een ander land dan waar de ondernemer is gevestigd spreken we over cross-border betalingen. We gaan de grens over met de betaling. Door de groei in e-commerce zien we ook dat deze trend steeds meer aanwezig is.

Waar moet ik, als ondernemer, op letten bij het aanbieden van cross-border betalingen?

- ✓ Kies welke betaalmethode je wilt accepteren: welke betaalvoorkeur heeft de lokale klant (creditcard, achteraf betalen of lokale mogelijkheden zoals iDEAL)?
- ✓ Kies in welke valuta je wilt verwerken en denk na over hoe je dit verwerkt in jouw eigen systemen (bijvoorbeeld van dollar naar euro, houd rekening met wisselkoersen etc.)
- ✓ Houd rekening met btw-tarieven en lokale regel- en wetgeving

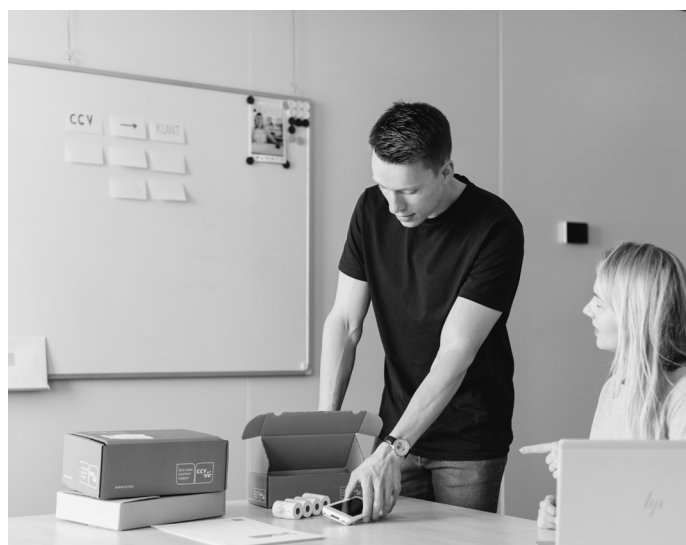
CCV biedt ondernemers de kans om internationaal te gaan

Vraag naar de mogelijkheden



Trend 3 - Platform betalingen

Naast jouw eigen webshop kun je ook jouw artikelen aanbieden via e-commerce platformen zoals Bol.com. Als ondernemer is het belangrijk om te bedenken hoe je hiermee om wilt gaan. Er zitten restricties aan de verkoop, daarnaast draag je (vaak) een bepaald percentage af, maar je bereik is wel ontzettend groot door de populariteit van deze platformen.



Trend 4 - Achteraf betalingen

Buy now, pay later - een bekende trend in de wereld van e-commerce. We bespraken het eerder in deze whitepaper en we zien dat deze trend een ontzettende groei heeft gemaakt in e-commerce. Afterpay en Klarna zijn grote spelers in de internationale markt, daarnaast zien we steeds meer payment providers die dezelfde functionaliteit aanbieden. Het is een kwestie van activeren en hiermee creëer je, als ondernemer, direct een conversieverhogend betaalmiddel.

Wil je dat CCV meekijkt hoe je dit het beste kunt inrichten?

Neem vrijblijvend contact met ons op

In de praktijk

Klantcase Dormio - geautomatiseerde online betalingen

Dormio bestaat al 20 jaar en biedt ultieme vakantie aanbiedingen. Zij zijn uniek door de ligging van de resorts en de hoge kwaliteit die zij bieden.

De rol van online betalingen is binnen deze organisatie enorm gegroeid. Een aantal jaren geleden werden bankbetalingen handmatig ingeboekt en nu is alles geautomatiseerd.

Na het uitzoeken van de vakantie komt de consument in een online betaalomgeving waar hij of zij per iDEAL of Creditcard een betaling kan doen. Van alle processen die daarna volgen, heeft de consument geen weet. CCV speelt hierin een belangrijke rol.

Daarnaast is CCV een belangrijke kennispartner voor Dormio. Door de expertise van de markt bereidt CCV Dormio voor op een goede, veilige toekomst.

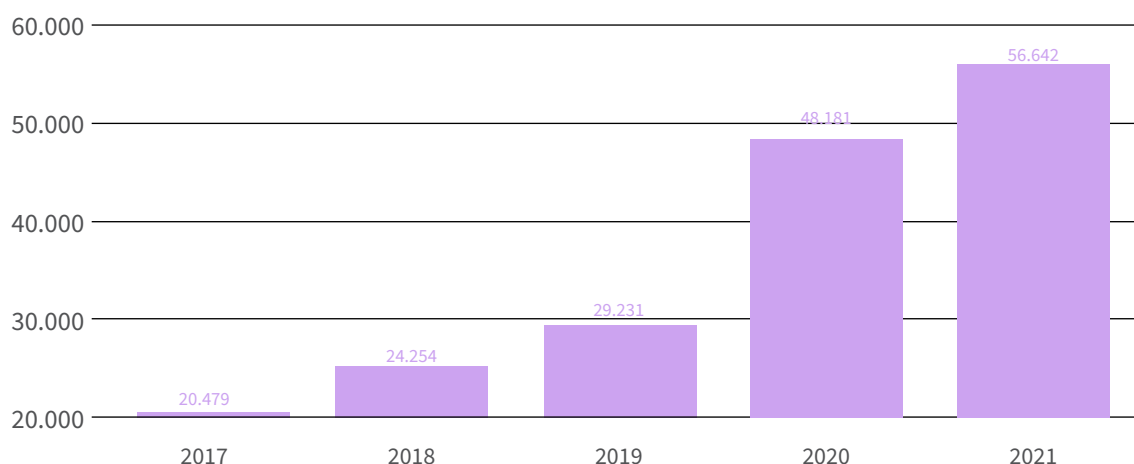
Bekijk hier de video van Dormio



INVLOED COVID-19 OP ONTWIKKELING AANTAL WEBWINKELS

Het bekende beeld van de diverse lockdowns tijdens COVID-19: winkels dicht, winkelstraten uitgestorven en steeds meer consumenten winkelen online. We zien een sterke groei in het aantal webshops ontstaan.

Ontwikkeling aantal webwinkels NL



Toen de lockdown-maatregelen versoepeld werden, kwamen consumenten steeds meer naar de winkel om hun bestelling op te halen, maar grotendeels zagen we dat er nog wel online afgerekend werd. Een mooie ontwikkeling waarbij on- en offline steeds meer geïntegreerd worden. Enorm future proof!

Ondernemersvraag

“Ik heb de afgelopen 2 jaar al mijn ziel en zaligheid in mijn webshop gestopt. Moet ik hier nu mee doorgaan of mij weer focussen op mijn fysieke winkel?”

CCV adviseert om een combinatie te maken van beiden. Het is fijn dat de klant weer naar de winkel kan komen, maar door jouw online webshop kun je een breder publiek bereiken en bestellingen laten doen. Ook kunnen er buiten de openingstijden bestellingen geplaatst worden.

We denken dat Click & Collect niet meer verdwijnt en dat dit een mooie aanvulling is op een fysieke winkel. Wanneer iemand iets online bestelt en vervolgens ophaalt in de winkel is dit de perfecte gelegenheid om aan cross- en upsell te doen. Succes!

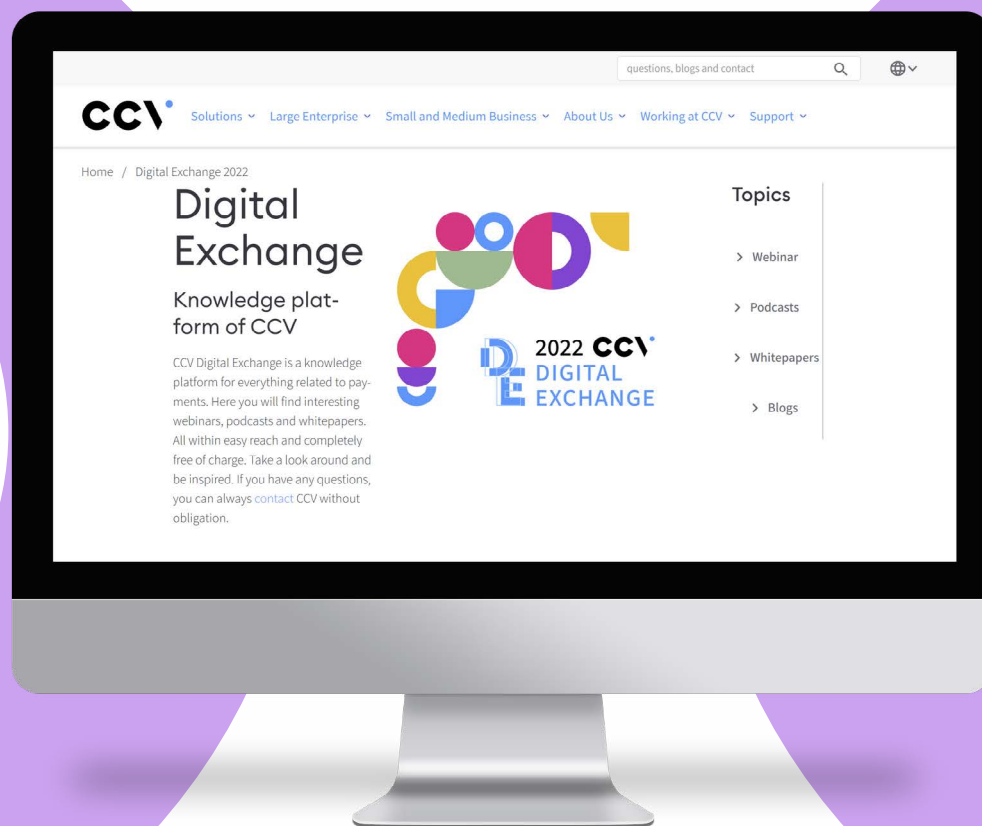
Stel jouw vraag aan onze CCV-experts

Neem vrijblijvend contact op met CCV

ALTIJD OP DE HOOGTE VAN DE LAATSTE ONTWIKKELINGEN?

Wil jij op de hoogte blijven van alle ontwikkelingen rondom betalen? Bekijk dan het CCV Digital Exchange hét kennisplatform over alles rondom betalen. Hier vind je interessante webinars, podcast en whitepapers. Alles binnen handbereik én helemaal gratis.

Bekijk meer



Empowering payment!

CCV is een familiebedrijf met een hart voor ondernemerschap en innovatie. Wij begrijpen jouw ambitie en zijn in de perfecte positie om jou te helpen slagen. We ondersteunen meer dan 600.000 klanten in Europa met onze betrouwbare, toekomstbestendige end-to-end betaaloplossingen. Met meer dan 60 jaar ervaring in de betaalsector en actieve aanwezigheid in meer dan 15 landen, is ons succes gebaseerd op toewijding aan onze klanten: hoe klein of groot ook.

ABOUT US

Our offices in Europe

Belgium

Kortrijk, Ypres, Hasselt

Germany

Au in der Hallertau,
Moers, Berlin, Hamburg

The Netherlands

Arnhem, Hengelo, Velp



Facts & figures



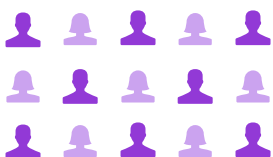
750 000
payment terminals in use



1 000 000
token transactions



We handle approx **1 billion**
in-store payment transactions
per year



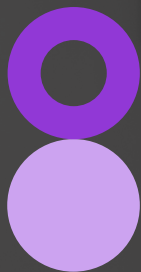
150 000+ clients
across Europe



Annual turnover
€170 000 000



We handle approx **350 000**
online payment transactions
per month



Let's stay in touch

+31 88 228 9870

www.ccv.eu

