

Intelis

Intelligent Advice

Mobil betaling @POS: Utfordringer og muligheter

Salvador Baille,

Finance World, 22.10.2014

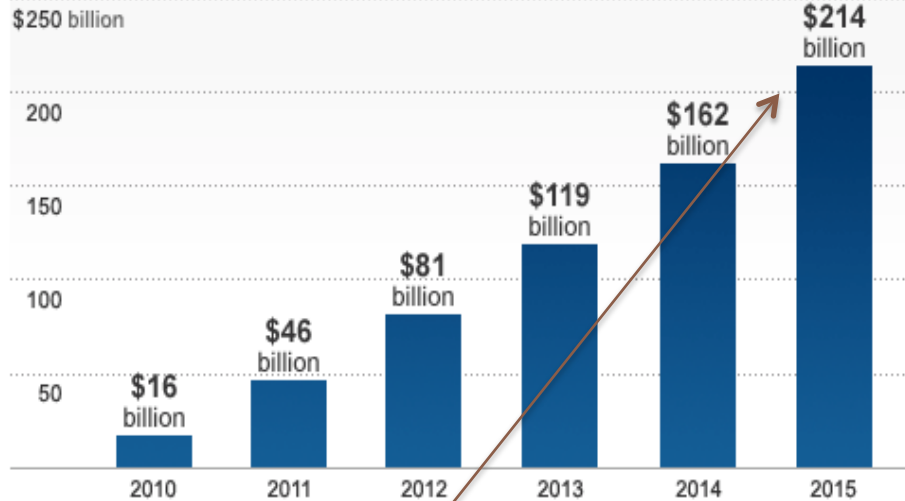
@ POS mobil betaling har ikke klart å matche forventningene ennå

Forventningene i 2010

Virkeligheten i Norge, Q1 2014*

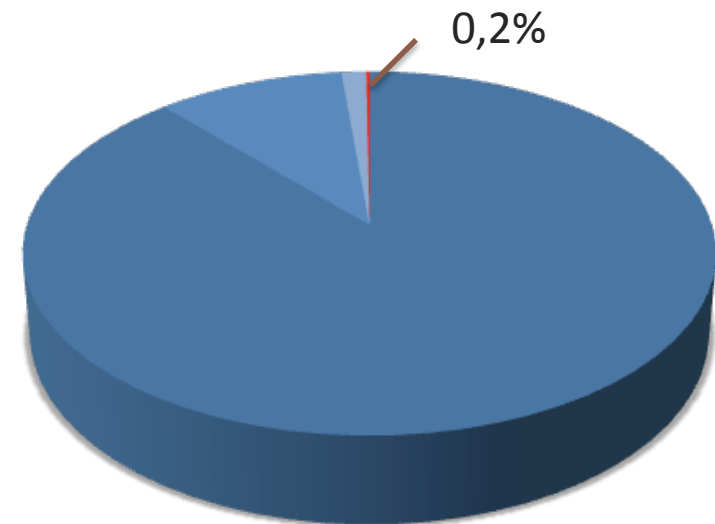
The end of credit cards is coming

SPENDING VIA SMARTPHONE



SOURCE: AITE GROUP

0,7% POS transaksjoner via mobil



Fysisk varehandel - butikk E-handel
M-handel nettbrett M-handel mobiltelefon

De aller fleste transaksjoner er på digitale varer

Hvordan er det mulig at så mange har prøvd uten å klare “mainstream adoption” eller økonomisk suksess?

Internasjonalt

Betalingsapplikasjoner



Brukersteder



Operatører



Norge/ Norden



Kanskje kan vi lære noe av suksessen bak betalingskort @POS?

Kort-suksessfaktor nr. 1: Customer education



Begynnelsen av 70-tallet



1977



1991

Mobile betalingsmetoder er derimot mange og må læres før transaksjonen skjer

Kort-suksessfaktor nr. 2: Convenience



Kortbetaling ved POS har sterke verdiforslag:

- Cash = hassle
- Cash = dyrt
- Cash = farlig
- Kort betaling er kjent
- Kort betaling er utbredt
- Kort betaling er standard og fungerer overalt

Mobile betalingsmetoder har inkrementelle fordeler og er vanskelige å prise

Kort-suksessfaktor nr. 3: Consistency



Bank- og betalingsnettverk har 100% kontroll over et konsistent og trygt nettverk

- 1 betalingsmåte å forholde seg til
- 1 sett med autorisert og lett gjenkjennbart utstyr som trigger for betaling
- 1 logistikk-kjede
- Det fantes ikke et alternativ under implementering

Mobil betaling er fragmentert i metoder, brukersteder og utstyr.
Verdikjeden mangler en dominerende aktør eller standard.

Det er ikke overraskende at mobil betaling @POS møter utfordringer



Customer education

“Sten på sten”

“Big Bang”

Convenience

Tydelig

Inkrementell og/ eller uklar

Consistency

Èn aktør dominerer med et standard system

Ingen klar leder i et fragmentert økosystem

Hvilke verktøy kan vi bruke for å forbedre disse nøkkelområdene?

Hvordan kan vi forbedre Customer education?



Å veilede brukeren ved kassa

- Initiér dialogen @POS
 - BLE, SMS, Betalingsterminal
- Tren POS-personalet
 - “Train the trainer”
 - Ikke glem å insentivere
- Ikke overselg!

Har vi ressurser nok?

Hvordan kan vi forbedre Convenience?



Å streamline prosessen

- Hvilken “pain” fjerner vi?
 - Tenk PIN
- Segmentér – ikke alt til alle
 - Spesielle behov?
 - Spesielle anledninger?
 - Konkrete brukergrupper?
 - Nye brukergrupper?

Hvilket er vårt Unique Selling Point, egentlig?

Hvordan kan vi forbedre Consistency?



Å bygge et økosystem

- Hvem trenger vi?
 - What's in it for them?
 - Hva kan vi tilby?
- Hvem trenger vi ikke?
- Bør vi selge eller kjøpe virksomheten?
- Hvem kan vi lobby sammen med?

Hvor mye tid har vi?

Og husk...



“Be patient for growth, but impatient for profits”

Clayton Christensen

Intelis

Intelligent Advice

salvador.baille@intelis.no