

¿Cuáles son las ventajas que traen los pagos digitales para las empresas de retail?

La adopción de la tecnología móvil en México sumado al crecimiento en las soluciones de pago digitales representan un reto y, al mismo tiempo, una gran oportunidad de obtener ventajas para las empresas de retail del país.

Primero, porque México es un país en el que los compradores en línea aumentaron de 10.1 millones a 21.1 millones entre 2014 y 2019 y en el que el 19% de los consumidores compran online al menos una vez al mes, de acuerdo con un estudio encomendado por Adyen.

Junto con ello, es importante mencionar que alrededor de dos terceras partes de la población mexicana no tienen acceso a una cuenta bancaria, pero sí a un teléfono celular. En el país existen un total de 106.8 millones de smartphones registrados según la Conducef y el 18% del tráfico de internet que se genera proviene de teléfonos móviles, el porcentaje más alto en Latinoamérica.

Por eso es importante para el canal retail implementar una estrategia de pagos más allá de las tarjetas de crédito y débito. Es decir, la adopción de nuevas modalidades de pago como las carteras digitales, por mencionar un ejemplo, es crucial si se quiere obtener una ventaja sobre la competencia como a las que a continuación enlistamos.

1. Lograr la omnicanalidad

La primera ventaja de implementar nuevas modalidades de pago digital será conectar las diferentes plataformas con las que la compañía opera, consiguiendo así la omnicanalidad. En otras palabras, que tanto las tiendas físicas como el ecommerce de una empresa funcionen en sincronía y se pueda dar seguimiento a una operación desde cualquier parte.

Un ejemplo de una firma que logró integrar la gestión de los pagos online y en tienda física en una misma plataforma es Camper. Gracias a esa implementación tecnológica, la compañía comercializadora de calzado incrementó, en 5 años, un 30% sus ventas online. Además, actualmente sus ventas en kioscos digitales en sucursal representan más del 5% de la venta en tienda.

2. Operaciones más seguras, para empresas y consumidores



La segunda ventaja de adoptar soluciones como las de Adyen, que proveen experiencia y tecnología de punta para ayudar a los clientes a crecer y beneficiar la experiencia de compra del cliente, radica en la seguridad que ofrece tanto a los negocios como a los clientes.

Sus soluciones realizan un seguimiento de usuarios sospechosos en el área de pago con análisis del comportamiento en tiempo real para impedir ataques y analizar patrones que ayudan a identificar el fraude electrónico. La tecnología utiliza el machine learning para adaptarse y prevenir futuros casos.

Lo anterior es muy importante si consideramos que, según el informe de Retail 2019 de Adyen, durante la segunda mitad del año pasado 2 de cada 5 consumidores abandonaron una compra porque su tarjeta fue rechazada erróneamente por sospechas de fraude.

3. Beneficios económicos para el retail

Otra de las ventajas de implementar nuevas modalidades de pago digital radica en los beneficios económicos que conlleva al retail.

Además de permitir tarjetas de crédito y débito Visa y MasterCard, las empresas que cuenten con un aliado para optimizar su estrategia de pagos podrían aceptar pagos con carteras digitales, las cuales representan el 12% del comercio electrónico desde móviles del país y para las que no se requiere tener una cuenta bancaria.

Contar con esa y otras opciones de pago digital es crucial para los retail si consideramos que el 53% de los compradores que abandonaron una compra durante los últimos seis meses, lo hicieron por no poder pagar con su medio de pago favorito, de acuerdo con Adyen.

4. Pagos digitales, los favoritos de los millennial

Finalmente, la implementación de nuevas soluciones digitales para una empresa de retail le ayudará a llegar a una generación que ama comprar en línea: los millennial.

Se estima que una tercera parte de la población del país pertenece a esa generación y que el 88% de las compras que ellos hacen en línea son a través del smartphone.

En conclusión, los pagos son un elemento clave para mejorar la experiencia de compra de los usuarios y priorizar ese proceso es crucial para generar lealtad, tomando en cuenta que el 52% de los consumidores afirma que un proceso de pago en un clic aumentaría su fidelidad a una marca, según Adyen.



###

Acerca de Adyen

Adyen (AMS: ADYEN) es la plataforma de pagos preferida por las compañías de mayor crecimiento alrededor del mundo, ofrece una moderna infraestructura de punta a punta que elimina fronteras y entrega la mejor experiencia de compra para los consumidores, sin importar el lugar o momento tiempo. Adyen integra los servicios de entrada, software anti fraude y adquirente, abriendo así la "caja negra" con los insights que las empresas necesitan para alcanzar una mayor tasa de conversión.

Con oficinas alrededor del mundo Adyen cuenta con clientes como Uber, eBay, Spotify y Cabify, entre otras, impactando a millones de consumidores a lo largo del mundo y más de xxx tan solo en el mercado mexicano.

Contacto para prensa:

Another Company

Ana Cureño / Ejecutiva de cuenta

Cel: (+52 1) 55 3570 4790

Cel: (+52 1) 55 4521 0834

ana.cureno@another.co

Salvador Sánchez/ Ejecutivo de cuenta

Cel: (+52 1) 55 4582 7151

salvador.sanchez@another.co