

Mastercard Részletfizetés

Kommunikációs Kézikönyv Kereskedőknek

Miről szól ez a dokumentum?



- A vásárlók egyszerű és gyors hitelezésre vágnak, azonban az áruhitel már nem elégíti ki ezt az igényt.
- A Mastercard Részletfizetés egy innovatív megoldás, amivel a hitelezés az ügyfelek zsebébe kerül és a kereskedők is előnyt kovácsolhatnak belőle.
- A kommunikációs kézikönyv célja, hogy segítséget nyújtson a kereskedőknek, hogy hatékonyan kommunikáljanak a Részletfizetésről.

- **Mit nyer a kereskedő a Részletfizetéssel?**
- **A siker kulcsa az emlékeztetés – így kommunikálj a Részletfizetésről**
- **Milyen élményre számíthatnak a vásárlók?**
- **Kitekintés: Részletfizetés a terminálon**



Mit nyer a kereskedő a Részletfizetéssel?

A fizetés is a vásárlási élmény része.

- Az e-kereskedelem teljes globális kereskedelmen belüli aránya évek óta növekszik és bővülése várhatóan tovább folytatódik. Ez számos új kihívást tartogat a kereskedők számára is. (Fizetési Élmény Riport, Frontira, 2020).
- Az e-kereskedelmi szereplők versenyben maradásához elengedhetetlen, hogy ügyfélbarát felületeket és jó élményt biztosítsanak a vásárlóknak, melynek a fizetés is szerves része.
- Bár a fizetési ökoszisztéma minden szereplője érintett abban, hogy az ügyfelek fizetéssel kapcsolatos elvárásait kielégítsék, a kereskedő felelőssége is, hogy megfelelő szolgáltatást nyújtson vásárlóinak.

Ösztönzően hat a vásárlásra



A Mastercard Részletfizetés több forgalmat eredményez.

- a vásárlók megvesznek olyan termékeket,
- amiket teljes összegben nem biztos, hogy megengedhetnek maguknak,
- az áruhitellel nem lefedett termékeket,
- szolgáltatásokat is meg tudják vásárolni,
- eseményekhez kapcsolódó sok, kisebb összegű vásárlásokat is össze tudnak vonni,
- a jellemzően áruhitellel nem lefedett (például 20-100 ezer forintig terjedő) sávban is tudják alkalmazni,
- magasabb értékű árucikkeket is elérhetővé tesz számukra ("product upgrade").

Egy felmérés szerint a Részletfizetés opciójának hatására 55%-al többet költenek a vásárlók.

(PYMNTS.com)

Az innovatív fizetési megoldások képesek növelni a vásárlók elégedettségét és hűségét.

- A jó digitális ügyfélmény ugrásszerűen növeli a vásárlói elégedettséget és a lojalitást. Az áruhitellel szemben egyszerű és gyors, nem szakítja meg a vásárlási folyamatot a dokumentumok beküldése vagy nem kényszeríti a vásárlót a boltokba.
- A vásárlók az üzletben is gyors és egyszerű módon juthatnak részletfizetéshez. A fizetés során pár gombnyomással a terminálon választhatják ki a Részletfizetés opciót és annak részleteit, a hosszú áruhiteles sorban állás és papírmunka helyett.

Adminisztrációs teher nélkül nyújt lehetőséget



Könnyen alkalmazható.

- Erőforráshiány, vagy nagy értékesítői fluktuáció esetében is egyszerű a működése mert nem igényel bevonódást a kereskedőtől a vásárlás pillanatában. A helyhiány sem probléma, mert nem szükséges külön adminisztrációs pont kialakítására.

Megszünteti az adminisztrációs terhet.

- Nem szükséges beépíteni a vásárlás folyamatába a vásárló hitelképességének elbírálását, hiszen minden a kártyán keresztül történik és az áru ellenértékét azonnal megkapja a kereskedő.

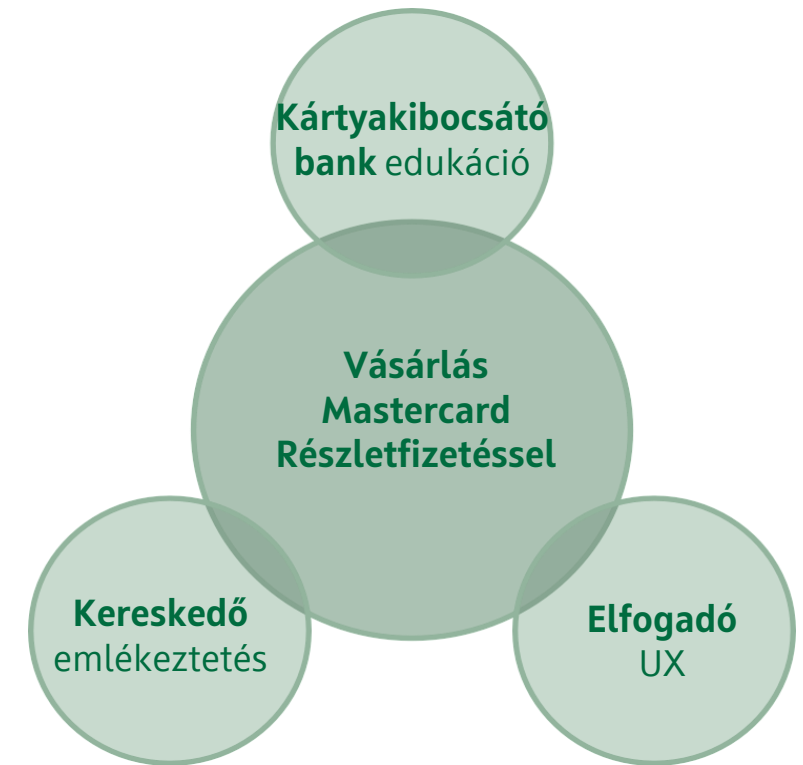


otpbank

A siker kulcsa az emlékeztetés

Az elterjesztés kulcsa a jó ügyfélművelés és az összehangolt kommunikáció

- A Mastercard Részletfizetés olyan megoldást kínál, ami még szokatlan a vásárlóknak. Legyen szó mobilos fizetésről vagy a kártyaadatok mentéséről - idő és gyakorlat, míg a vásárlók szokásainak részévé válik.
- A fizetési ökoszisztéma minden szereplőjének úttörő szerepe van abban, hogy végig kísérjek a vásárlókat ezen az úton és kiaknázzák a részletfizetésben rejlő üzleti potenciált.



Emlékeztess a vásárlókat a Részletfizetés lehetőségére



- A vásárlók elsődlegesen a kártyakibocsátó bankjuktól értesülnek a Mastercard Részletfizetés szolgáltatásáról.
- Ezenfelül a kereskedőnek nem feladata edukálni a vásárlókat. A kulcs az emlékeztetés és minden edukatív tartalomért a kártyakibocsátó bankhoz irányítani a vásárlókat.

A hatékony emlékeztetés 3 alappillére

1

Emlékeztess a vásárlókat
kiemelt promócióban és
állandóan

2

Használj olyan üzeneteket,
amik felkeltik a vásárlók
érdeklődését

3

Gondolkodj a vásárlók
fejével, vezesd őket végig
a vásárlási folyamatban

1. Emlékeztess a vásárlókat



Emlékeztess a vásárlókat kiemelt promóciós ajánlatok részeként

- Egy kártyakibocsátó bankkal közös promóció nem csak felhívja a vásárlók figyelmét a Részletfizetési szolgáltatásra, hanem lehetőséget ad arra, hogy a Részletfizetéshez kapcsolódó banki ajánlatot termékekhez, helyzetekhez, kereskedőhöz kössék a vásárlók.
- Ez nem csupán magasabb összegű termékekhez kapcsolható, hanem szezonális ajánlatokhoz, élethelyzetekhez, mint például karácsony, iskolakezdés, síszezon, lakásfelújítás, ami összességében nagyobb kiadással járhat sok kisebb összegű termék halmozásával.

Emlékeztess a vásárlókat állandóan

- A Részletfizetés még nem bevett szokás ezért az állandó kommunikáció célja a jogosult vásárlók folyamatos emlékeztetése és motiválása a Részletfizetés használatára a vásárlási folyamat elejétől.
- Mivel a vásárlók döntését - főleg nagyobb összegű vásárlás esetén - befolyásolhatja, hogy mennyiért, és milyen konstrukcióval tudják megvásárolni az adott terméket fontos, hogy ne csupán a fizetés pillanatában szembesüljenek a lehetőséggel hanem folyamatosan lássák, ha ez elérhető a kereskedőnél.

2. Használd olyan üzeneteket, amik felkeltik a vásárlók érdeklődését



Ügyintézés nélkül

- hitelbírálat és adminisztráció nélküli részletfizetés lehetősége

"Mintha áruhitelre vásárolna. Sőt! A futamidőt a fizetés közben kiválaszthatja és nincs szükség újabb hitelbírálatra és dokumentumok bemutatására sem."

A vásárlókat érdemes a vásárlás folyamatában emlékeztetni, hogy időt és energiát spórolhatnak és nincs szükség további hitelbírálatra. Ez könnyen érthető és kézzelfogható üzenet minden vásárló számára.



Kedvező díjak

- kedvező ajánlatok, feltételek vagy a hitelkártya kamatánál kedvezőbb konstrukció hangsúlyozása.

"Az azonnali Részletfizetéssel kedvező (a hitelkártya kamatánál kedvezőbb) kondícióval fizetheti vissza a vásárlás összegét."

Érdemes minél pontosabb információt feltüntetni az ajánlat mellett (THM, futamidő) – ahogyan az áruhitellel kapcsolatos kommunikációban is megszokhatták. Valóban kedvező feltételek esetében (10% THM alatt) széleskörűen kedvelt üzenet. Kevésbé kedvező feltételek esetében azt érdemes hangsúlyozni, hogy a személyre szabott ajánlatok változhatnak (akár 5% THM-től) valamint, hogy a hitelkártya kamatánál biztosan kedvezőbb.



Kiterjesztett lehetőségek

- helyzetek, szolgáltatások, kisebb összegű termékek együttes vásárlása, áruhitelen kívül eső termékek vásárlásának lehetősége.

"Vásároljon Részletfizetéssel egy tévét, foglaljon le egy nyaralást, rendezze be a lakását vagy lepje meg szeretteit."

A kiemelt promóciók lehetőséget adnak arra, hogy a vásárlók ne csak egy termékhez, hanem helyzethez, termékcsaládhoz, új szolgáltatáshoz kössék a Részletfizetést. Az iskolakezdés egy jó példa erre, amikor akár több gyereknek egyszerre kell megvenni a tanszereket.

3. Gondolkodj a vásárlók fejével, vezesd őket végig a vásárlási folyamaton

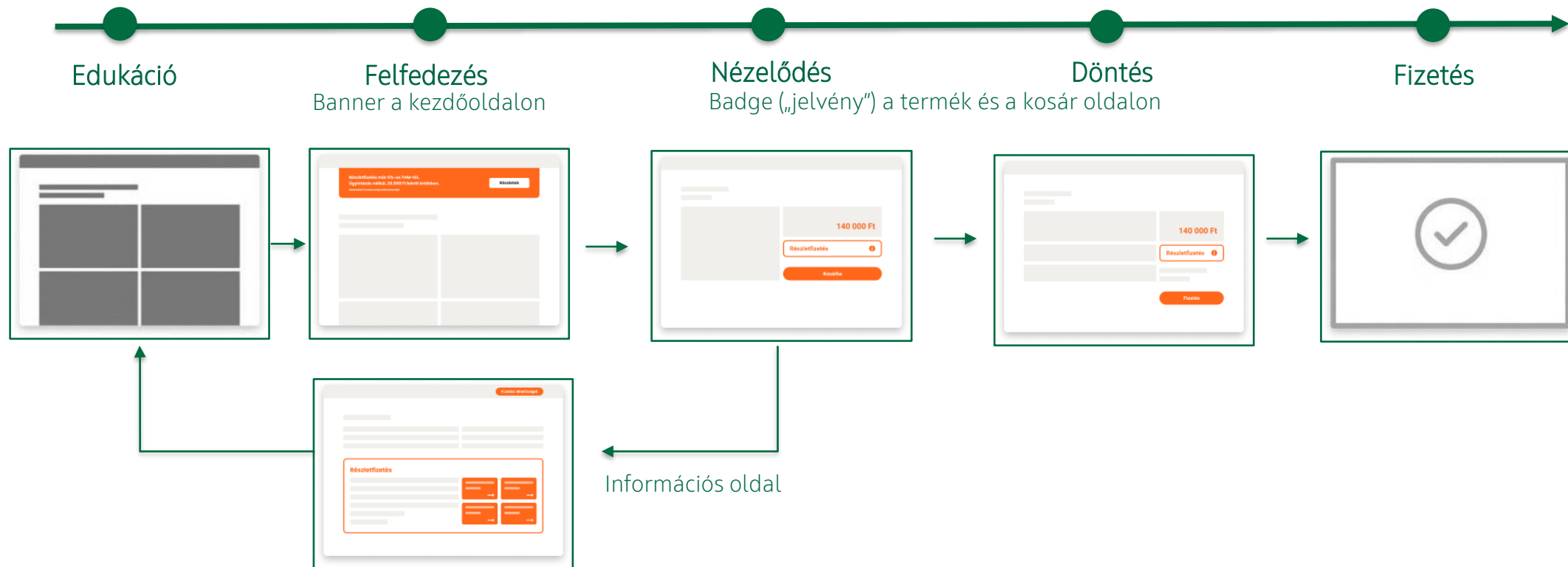


- Mivel a Mastercard lehetővé teszi, hogy a Részletfizetés lehetősége a vásárlási folyamat szerves részeként történhessen, ezért az erre való emlékeztetést is a vásárlási folyamat egészében érdemes vizsgálni.
- A kereskedőnek nem az a feladata, hogy sok információt adjon a Részletfizetésről, hanem az, hogy a megfelelőt adja a megfelelő pillanatban, a vásárlás elejétől egészen a vásárlás végéig online és offline egyaránt.

*A vásárlási journey valójában nem az üzletben kezdődik és sokszor a fizetés pillanatában sem ér véget. Ezért lényeges, hogy miként lehet a teljes vásárlási folyamat során javítani az élményen.**

**Kereskedelmi ügyfélélmény kutatás 2019. Frontira*

A vásárlási journey fázisai és a kommunikációs eszközök



A vásárlási út fázisai és a kommunikációs eszközök



Hívd fel a vásárlók figyelmét a kiemelt promóciós ajánlatokra a webshopon Bannerrel a kezdőoldalon

- Ne használj általános üzeneteket.
- Egészítsd ki az ajánlatot termékekkel és pontosabb információkkal a fizetési lehetőségekkel kapcsolatban.
- Például: Már 20.000 Ft felett, ügyintézés nélkül; Ön választhatja ki a megfelelő futamidőt, akár 3, 5, vagy 10 hónap

Biztosíts leírást az "Információk" vagy „Fizetési konstrukciók” menüpontban az alapvető tudnivalókról az Információs aloldalon

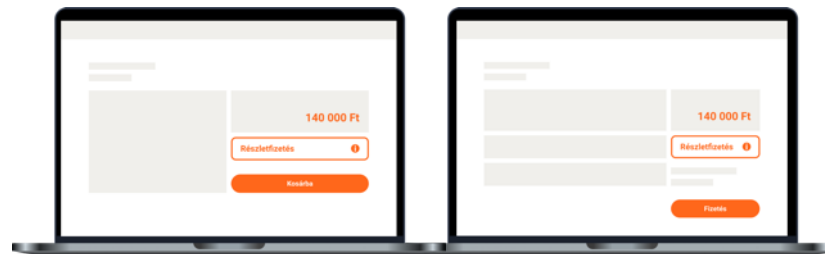
- Tedd egyértelművé, hogy milyen feltételek mentén jogosult a vásárló a Részletfizetésre, de részletes információért tereld a megfelelő kártyakibocsátó bankhoz.
- Például: 20.000 Ft feletti vásárlásokat akár havi részletekben is lehet fizetni. Választott futamidővel, fix törlesztőrészlettel

A vásárlási út fázisai és a kommunikációs eszközök



Tedd egyértelművé a Részletfizetés lehetőségét és építsd a vásárlási folyamatba az emlékeztető jelzéseket badge-el („jelvénnnyel”) a termék oldalon.

Partneri megállapodásban a kártyakibocsátó bank logója, vagy a Mastercard Részletfizetés logója növeli a bizalmat a vásárlókban. Ezen kívül ebben az esetben is érdemes az alacsonyabb árakat, akár konkrét ajánlatot hangsúlyozni.



Badge Design – általános kommunikáció



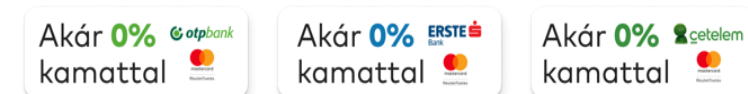
TERMÉKOLDALON:

- A termék árához közel elhelyezve emlékeztessd a vásárlókat, hogy igénybe vehetik a részletfizetési opciót. A legfontosabb információkért tereld az információs oldalra.

A KOSÁR OLDALON:

- Biztosítsd a részletfizetésre jogosult vásárlót, hogy a fizetés gombra kattintva valóban meg fog jelenni a részletfizetési opció.

Badge Design – Kártyakibocsátó bank specifikus kommunikáció





otpbank

Milyen élményre számíthatnak a vásárlók?

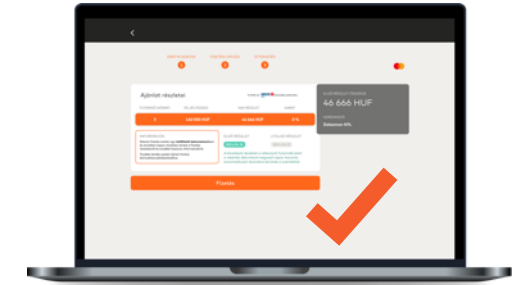
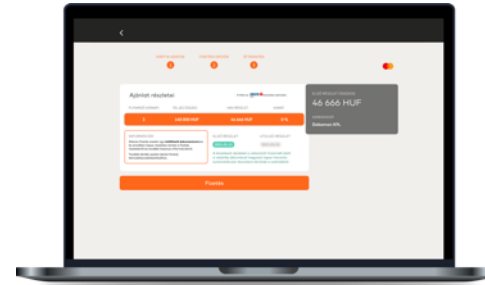
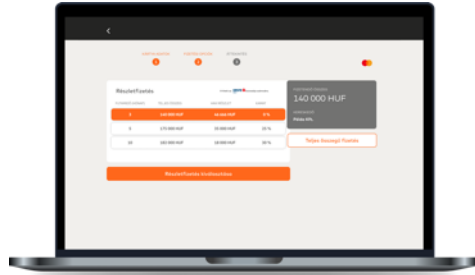
Gyors és gördülékeny Részletfizetés online



A Mastercard Részletfizetés szolgáltatás 20 000 Ft összeghatár feletti tranzakcióknál megjelenik az arra jogosultaknál a fizetési folyamat során. A részletfizetési opciót tartalmazó fizetési folyamat az elfogadó oldalon a következőképpen néz ki:



Fizetési folyamat



1 A kártyaadatok megadását követően a vásárló egyszerű és átlátható formában választhat a részletfizetés különböző konstrukciói közül, valamint a teljes összegű vásárlást is

2 A Részletfizetési opció választása esetében fizetés előtt a vásárlók megkapják az első és utolsó részletre vonatkozó információkat, valamint, hogy további részletek a kártyakibocsátó banknál elérhetőek.

3 A megerősítés során látható a választott hónapok száma és a teljes fizetendő összeg (a vásárlási összeg és a kártyakibocsátó bank által felszámított kamat és/vagy díjak összege).



Kitekintés: Részletfizetés a terminálon

Hogyan kommunikáld a Mastercard Részletfizetést az üzletekben?



Emlékeztess a vásárlókat

- A kereskedő fő feladata a boltban is a vásárlók emlékeztetése a Részletfizetés opciójára.
- Használd az "ügyintézés nélkül" és a "kedvező díjak" üzeneteket, mert ezeket a konkrét és kézzelfogható előnyöket értékesnek gondolják a vásárlók.
- Állandó kommunikációban a kasszazónán kívül a termékek, ezen belül is az ár mellett a Részletfizetési Badge át tudja billenteni a vásárlót a döntésben.
- Kiemelt promócióban a bolt bejáratánál a részletfizetési emlékeztető bevezetheti a vásárlókat a kereskedőhöz.

Készítsd fel a vásárlókat még a fizetés előtt

- Annak érdekében, hogy a kasszánál is jó élményt biztosítson a kereskedő még jóval a fizetés pillanata előtt kell emlékeztetni a vásárlókat arra, hogy van részletfizetési opció. Így a vásárló sorban állás előtt/közben felkészülhet a számára megfelelő megoldás kiválasztására
- Részletfizetés Badge alkalmazása kiemelt helyen, a bolt fizikai elrendezésétől függően olyan részek mellé, ami a vásárlók tekintetét vonzza, pl. promóciós wobblers, sor jelzéshez, szétszórva az üzletben.

Részletfizetés választása a terminálon



A Mastercard Részletfizetés szolgáltatás 20 000 Ft összeghatár feletti tranzakcióknál megjelenik az arra jogosultaknál a terminálon.

1. A PIN-kód megadását követően a terminál felajánlja a részletfizetés opciót. A vásárló kiválaszthatja: IGEN/NEM.
2. Amennyiben a vásárló az igent választotta, a kártyakibocsátó bank ajánlatának megfelelően megjelennek a választható hónapok számai. A kívánt konstrukció kiválasztását követően megnyomja az OK gombot.
3. A megerősítés során látható a választott hónapok száma és a teljes fizetendő összeg (a vásárlási összeg és a kártyakibocsátó bank által felszámított kamat és/vagy díjak összege).

A kutatást a  **mastercard[®]** megbízásából a **frontira** készítette.

Minden jog fenntartva.