

E-commerçants : pensez aux nouveaux usages en matière de paiement

Info

Posté par : JerryG

Publié le : 17/9/2013 15:00:00

En quelques années, avec l'arrivée de nouveaux terminaux d'accès à Internet (Smartphone, tablette, et même la télévision), le secteur du e-commerce a connu une formidable croissance à l'échelle mondiale.

Les offres se sont industrialisées au point qu'acheter en ligne est devenu un acte banal pour la majorité des entreprises et des consommateurs, **Jean-Philippe Sarraut**, Directeur Général de Limonetik nous en dit plus.

La dernière étude de l'ACSEL révèle ainsi que la pratique de l'achat en ligne se stabilise autour de 90% des internautes alors que l'usage du e-commerce est quasiment généralisé et concerne tous types de population. Ces performances s'expliquent par de nombreuses données : maturité des offres, catalogues de produits étendus, logistique et services clients adaptés; Mais ce n'est pas tout, l'acte de paiement, sa simplification et sa sécurisation ont aussi joué un rôle-clé. Et il en sera de même pour la multiplication des moyens de paiements.

A priori évident, on constate pour autant que nombre de commerçants n'ont pas encore pris la mesure de s'appuyer sur des plateformes leur permettant de pouvoir traiter aisément tous les modes de paiement (cartes cadeaux, points fidélité, chèques papier, wallet, remises en ligne, cash back, cash front etc.).

Souvent présenté comme annexe, le paiement est pourtant une donnée essentielle de l'équation et doit être pris en compte dans les roadmaps des e-marchands. En effet, le paiement est désormais « multiple » et proposer une plateforme prenant en compte cette spécificité est un axe stratégique.

Dans une industrie où le time to market est fondamental, ne pas prendre en compte l'évolution des usages en matière de paiement est une erreur qui peut impacter la performance des e-commerçants. Il est donc nécessaire de s'appuyer sur des outils permettant de connecter tous types de moyens de paiement à tous sites marchands sans intervention du site ou du moyen de paiement. L'identité centrale est d'ouvrir rapidement le choix des moyens de paiement sans avoir à réaliser des développements lourds et complexes pour chaque nouveau moyen.

Grâce à de telles plateformes, il devient enfin possible de transformer les différents flux de paiement en paiements standards, dont l'usage est compatible avec toutes les passerelles de paiement existantes en Europe. Une seule connexion est alors suffisante pour que n'importe quel moyen de paiement soit instantanément « compatible » avec toutes les enseignes du web.

Créer un moyen de paiement prépayé utilisable par les sites marchands (carte cadeau mono ou multi enseignes, carte prépayée, pots communs, liste de mariage, etc.) devient enfin une réalité et peut être mis en œuvre rapidement. En prenant en compte ces éléments, les e-commerçants pourront acquérir de nouveaux clients et améliorer les taux de transformation.

Anticiper les moyens de paiement de demain est une nécessité. Disposer d'une plateforme ouverte pour connecter et ajouter différents moyens de paiement sans intervention technique lourde permet de gagner en performance. Il est donc utile de s'appuyer sur des technologies de nouvelle génération. Cette tendance devrait continuer de se diffuser dans le secteur du commerce en ligne pour devenir un prérequis incontournable.