

Få dine kunders betalingsdata til å gjøre nytte for deg

FINANCIAL SOLUTIONS



BETALINGSDATA

Forretningsregel nummer en er å kjenne dine kunder. Dataene som samles inn gjennom betaling-etter-levering kan hjelpe deg med å gjøre nettopp dette. Ved å analysere informasjon som er samlet inn under betalingsprosessen vil du få en bedre forståelse av både hvem kundene dine er og hvordan du holder dem lojale og lønnsomme.

Ettersom stadig flere kjøp foretas online er lojalitet et av de heteste emnene innen e-handel akkurat nå. Å beholde kundene dine er ikke bare et spørsmål om fortjeneste og tap, men snarere om hvordan du overlever i dagens hyperkonkurrerende markeder. Men hvordan får du kundene til å komme tilbake? I denne rapporten fra Arvato Financial Solutions får du innsikt i hvordan dine betalingsdata kan skape inntekter for din online-virksomhet.

Lojale kunder betyr mer enn noen gang

Spesielt for små og mellomstore online-butikker er mangel på tilbakevendende kunder dårlige nyheter: det betyr at de kontinuerlig må tiltrekke seg nye kunder for å være lønnsomme. Og dette betyr ekstra utgifter i form av betalte mediekampanjer, rabatter for nye registreringer og andre kostbare tiltak. I motsetning til dette har de mest suksessrike online-butikkene kompensert for kostnadene ved å skaffe nye kunder med nye strategier som får kundene til å komme tilbake uke etter uke, måned etter måned. Men hvordan gjør de det?

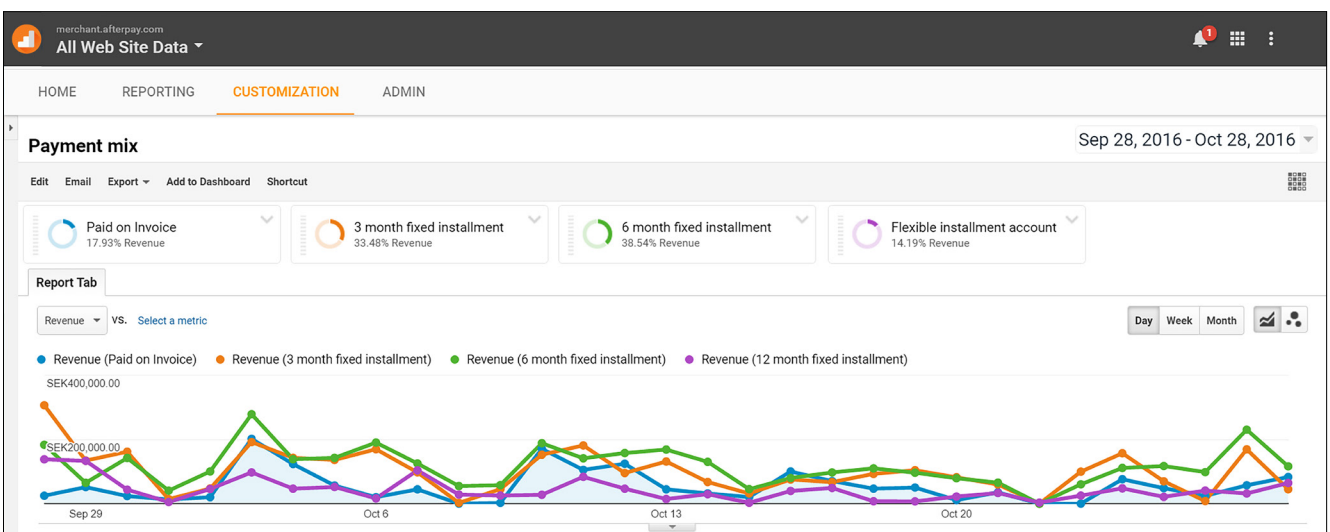
Kort sagt utnytter de dataene som samles inn i løpet av tiden kundene bruker på deres nettsider, som kundenes betalingsvalg og atferd. I tillegg kommer kjøpshistorikk, med varer som er bestilt og de som blir returnert. De bruker denne informasjonen til å forstå ikke bare hvordan man skal få kunder til å komme tilbake med attraktive tilbud, men også hvordan man skal kommunisere med dem.

Dra nytte av verdien av betalingsdataene dine

Når det gjelder betalingsprosessen gir kunder som betaler via faktura deg ekstra muligheter til å forstå dem og styrke deres forhold til merkevaren din. Hvis du har gjort markedsføring mot et spesielt kundesegment med høy retur-rate kan du kanskje bruke pengene dine bedre andre steder. I motsetning til kredittkort-betalinger, som gir deg lite informasjon om kunden, kan betaling-etter-leveranse gi deg verdifull innsikt om dine kunder, salg og virksomhet:

- Hvordan de velger å betale fakturaen sin: direkte eller avdrag;
- Antall månedlige avdrag de velger: 3, 6, 12, 24 eller 36;
- Hvilke varer de bestiller og hvilke de returnerer;
- Totalt antall varer de har kjøpt fra butikken din;
- Kundens totale verdi for bedriften din.

Det er viktig at denne informasjonen ikke bare blir gjort tilgjengelig for deg (ikke alle betal-etter-leveranse-leverandører deler disse dataene), men også at den er tilpasset ditt digitale økosystem. Når du bruker Google Analytics leverer nettstedet ditt data som trafikk og annen informasjon om besøkende: IP adresse, tid brukt på nettstedet ditt, og hvilke sider de besøker. Ideelt sett ville betalings-leverandøren legge inn tilleggsdataene som er skissert ovenfor direkte i ditt Google Dashboard - ikke, som stort sett er tilfellet i dag, i en rapport i slutten av måneden når det allerede er gamle nyheter.



Å se hvordan kundene betaler med faktura bygger opp enda et verdifullt lag med informasjon til din Google Analytics. Du kan bruke disse dataene til å identifisere og utføre mer målrettet markedsføring mot dine mest lønnsomme kunder. Ytteligere innsikt omfatter nettoomsætning, beløp det er bestilt for og kundens totale forbruk.

For at dette skal fungere problemfritt må data leveres i sanntid og sikkert. Alle data er samlet inn med kundenes samtykke og er beskyttet av EUs Personvernforordning (GDPR). For sin del er Google Analytics godkjent av EU og USA som en datasikker tjeneste - selv i Tyskland, som har noen av verdens strengeste personvernlover.

Hva kan du bruke dine betalingsdata til

Dine betalingsdata er en potensiell gullgrube for virksomheten din hvis du bruker dem til å bygge sterke relasjoner med kundene dine. Dagens kunder forventer i økende grad en sterkere personalisering i kommunikasjonen med utvalgte merkevarer og forhandlere. Tiden da kundene var passive mottakere av smarte markedsføringsmeldinger er over: de vil ha individualisert, personlig kommunikasjon. For å levere den typen interaksjon må du være godt informert - noe som gjør all data du kan samle inn om kundene dine viktigere enn noensinne.

Remarketingverktøy (også kjent som publikumbyggere) - bygget på segmentering innen alder, kjønn, betalingsvalg og andre parametere - gir deg den nødvendige innsikten til at kundene dine følger seg verdsatt og sett. Slike verktøy omfatter:

- Målrettede e-postkampanjer og webbaner som anbefaler de mest relevante produktene til kunder i sanntid basert på deres atferd;
- Spesialtilbud og engangsrabatter optimalisert for ulike målgrupper for å redusere antallet kunder som forlater nettstedet ditt tomhendt;
- Automatiserte e-poster med personlig innhold som oppmuntrer kundene til å komme tilbake igjen og igjen.

Du kan til og med bruke innsikten du har samlet inn fra andre kunder for å tiltrekke nye kunder med automatiserte produkt-

“Betaling-etter-leveranse (betaling på konto) er det mest lønnsomme betalingsalternativet i Tyskland”

EHI Retail Institute, 2017

nivå-annonser på sosiale medier som Facebook. Når du retter målet mot nye registreringer og planlegger annonseringskostnadene kan du målrette markedsføringen din for å tiltrekke meget lønnsomme kunder (de som bestiller mye og returnerer lite) ved å basere vurderingene dine på reell kundeatferd.

Annonsering basert på kundeatferdsdata kan føre til betydelig økning i avkastningen på annonseringskostnadene, beregningssmetoden som måler effekten av digitale markedsføringskampanjer.

Dine betalingsdata kan gjøre forskjellen

Ved å bygge på kapitalen du allerede har investert i et sterkt merkevareforhold til kundene dine kan fleksibilitet i markedsføringen være et viktig verktøy for å sikre fremtidig vekst. Data fra betal-etter-leveranse-prosessen gir deg mulighet til å ta informerte beslutninger og måle hvorvidt du lykkes ved å tilpasse parametere i sanntid.

Betaling-etter-leveranse genererer langt mer data enn enkle kredittkortbetalinger, men for å få mest mulig ut av dem må du sørge for at de gjør nytte for deg. Du trenger enkel tilgang til disse dataene slik at du kan bruke de til å gjøre markedsføringen din relevant og personlig overfor dine mest lønnsomme kunder. Med konkurransen som stadig blir tøffere er det ingen enkel prestasjon å få merkevaren din til å skille seg ut. Dine betalingsdata kan gi deg denne fordelene.

Bare sett det på fakturaen: støtte til abonnementsøkonomien

Ved å bruke magasin- og avisbransjen som inspirasjon utforsker stadig flere bedrifter abonnementsbaserte forretningsmodeller. Amazon Prime tilbyr automatiserte fornyelser av alt fra vitaminer til bleier og den abonnementsbaserte oppstartbedriften Dollar Shave Club ble nylig kjøpt opp av Unilever for 1 milliard dollar. Med undersøkelser som viser at det koster minst fem ganger mer å skaffe seg en ny kunde enn å beholde en eksisterende vil nettbutikker med dagligvarer, skjønnhets- og bildelingstjenester søke

etter bedre måter for å beholde eksisterende kunder og lavere kostnader for å tiltrekke seg nye.

“[Abonnementsmodeller] i et forretningsperspektiv fyller mange behov – spesielt for mindre bedrifter. Det er garantert trafikk – noe som gjør det adskillig enklere for dem å prognostisere inntektene på månedlig basis. Men jeg synes generelt at hele ideen er at en bedrift virkelig kan fokusere på å sikre at de bygger opp en god kundeopplevelse i stedet for å løse

problemet med å få kunder inn døren hver dag.”

Jerry Jao, CEO i dataanalyseelskapet Retention Science

Den rette betalingsleverandøren kan støtte nye forretningsmodeller som abonnementer og gjentakende betalinger med avdragsplaner og kontoløsninger som holder kundene nær deg og oppfordrer dem til å komme tilbake etter mer.

Vil du vite mer?

Finn ut hvordan du kan få fatt på dine kunders betalingsdata:
arvato.com/no-no/afterpay.html

Arvato Financial Solutions – Convenience in every transaction

arvato
BERTELSMANN