



Geld verdienen met mobiel

WHITEPAPER



Inleiding

M-commerce (het gebruik van smartphones en tablets om online te winkelen) groeit zo snel dat veel retailers – zowel kleine bedrijven als internationale ondernemingen – nu in de eerste plaats aan ‘mobiel’ denken bij al hun online activiteiten.

In 2017 verwerkte PayPal wereldwijd 155 miljard dollar aan mobiele betalingen. Volgens analistenbureau Forrester werd een derde (34%) van de online verkopen (reizen en retail) in de zeven grootste economieën van de Europese Unie (EU) gedaan via mobiele apparatuur.¹

Het percentage verschilt per land, maar overal groeit m-commerce. Met een online retailverkoop in de EU ter waarde van 530 miljard euro in 2016,² betekent dat een enorme kans voor mobielvriendelijke retailers – en een risico voor retailers die nauwelijks gebruikmaken van de mogelijkheden van het mobiele platform.

Het Centre for Retail Research schatte onlangs dat alleen al de retailers in het Verenigd Koninkrijk 7,5 miljard euro per jaar misliepen door het negeren van m-commerce.³

Maar de impact van mobiel reikt verder dan alleen het doen van aankopen. Consumenten gebruiken mobiele apparaten om informatie over producten op te zoeken, specificaties te bekijken en prijzen te vergelijken, terwijl ze gewoon thuis op de bank zitten, onderweg zijn naar hun werk of in de winkel staan. Geschat wordt dat mobiel-gestuurde uitgaven tegen 2024 bijna de helft van de totale retailomzet zullen uitmaken.⁴

Het is dan ook niet verwonderlijk dat Google en andere zoekmachines websites die zijn geoptimaliseerd voor mobiel gebruik bovenaan zetten in hun zoekresultaten.⁵

M-commerce stimuleert de verkoop, zowel online als in de winkel. Het hebben van een mobiele website moet niet langer worden gezien als optie, maar als noodzaak. We hebben deze korte handleiding samengesteld om u te helpen geld te verdienen met mobiel.

EEN KWART VAN DE EUROPEANEN DOET TWEE À DRIE KEER PER MAAND EEN AANKOOP MET EEN MOBIEL APPARAAT. 7% DOET DAT ELKE DAG.⁶



Goed om te weten

Belangrijke feiten*



* Zie tekst voor details en referenties.

Ontwerprichtlijnen

1

Denk 'mobiel'

Beschouw uw mobiele site als een apart project. Probeer niet simpelweg uw oude desktopsite te vertalen.

2

Vereenvoudig de navigatie

Beperk de hoeveelheid gegevens die moet worden ingevoerd, en zorg dat er zo min mogelijk moet worden geklikt en gezoomd. Gebruik grote knoppen, een groter lettertype en een vaste navigatiebalk.

3

Maak uw site geschikt voor uiteenlopende apparaten

Test uw mobiele site op allerlei apparaten, browsers en schermformaten; van een smartphonescherf van 4 inch (10,2 cm) tot de grootste tablet.

4

Toon altijd knoppen voor Toevoegen aan winkelwagentje en Betalen

Zorg ervoor dat deze altijd op het scherm te zien zijn, zodat klanten heel gemakkelijk iets kunnen kopen.

5

Voeg uw telefoonnummer toe

Plaats op meerdere pagina's uw telefoonnummer, en met name daar waar gebruikers problemen kunnen ondervinden. Denk aan pagina's met productinformatie en de pagina's die deel uitmaken van het betaalproces.

6

Een foto zegt meer dan duizend woorden

Foto's zijn belangrijk. Gebruik eenvoudige, duidelijke en professionele productfoto's om uw artikelen aan te prijzen.

7

Optimaliseer uw mobiele betaalprocedure

Stroomlijn uw betaalprocedure om het aantal afgebroken transacties te beperken. Sta afrekenen als gastgebruiker toe, beperk de hoeveelheid gegevens die moeten worden ingevoerd en gebruik een betaaloplossing die geoptimaliseerd is voor mobiel gebruik.

8

Overweeg een mobiele app voor trouwe, terugkerende klanten

Apps kunnen bijzonder effectief zijn bij het opbouwen en belonen van klantloyaliteit. Als ze goed ontworpen zijn, helpen ze om de relatie met de klant te versterken.

Verkopen in een smartphone-samenleving

We leven in een steeds mobieler wordende 'smartphone-samenleving' waarin mobiele apparaten goed zijn voor meer dan de helft van de tijd die mensen online doorbrengen⁷ en meer dan de helft van alle webpage views.⁸

In Europa gebruikt 62% van de smartphonegebruikers zijn toestel minimaal elke 30 minuten.⁹ Bijna de helft (46%) brengt meer dan drie uur per dag door op hun smartphone.¹⁰ Ze surfen op het internet, spelen games, kijken naar tv en films, bankieren en winkelen.



Uit gegevens van Eurostat blijkt dat:

- ✦ Smartphones nu het meest gebruikte apparaat zijn in de EU om toegang te krijgen tot het internet, en dat bijna 8 op de 10 internetgebruikers (79%) er gebruik van maakt.¹¹
- ✦ 94% van de jongeren tussen de 16 en 24 jaar een smartphone gebruikt om toegang te krijgen tot het internet.
- ✦ 93% van de internetgebruikers in Spanje een smartphone gebruikt om toegang te krijgen tot het internet, tegenover 55% in Tsjechië.
- ✦ 63% van de volwassen internetgebruikers in de EU social media gebruikt, waaronder 88% van de 16-24-jarigen en 32% van de 65-74-jarigen.¹²
- ✦ Social media het meest wordt gebruikt in Hongarije (83%) en het minst in Frankrijk (47%).

Ander onderzoek toont aan hoe 'mobiel' onze samenleving aan het worden is:

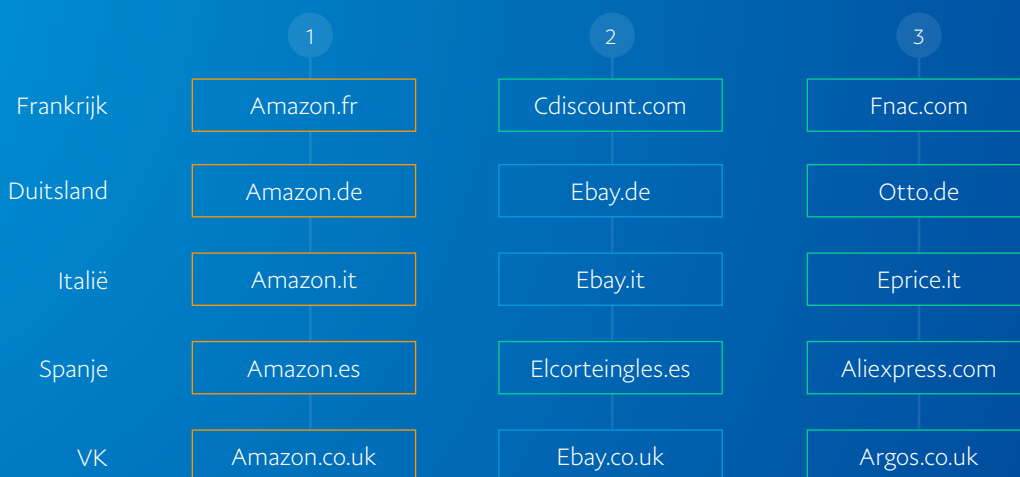
- ✦ 70% van de mensen in Europa heeft nu een smartphone.¹³
- ✦ Driekwart van de Europeanen heeft zijn mobiele telefoon gebruikt om aankopen te doen.¹⁴
- ✦ In Spanje gebruikt 37% van de online kopers uitsluitend een mobiel apparaat om toegang te krijgen tot webshops.¹⁵
- ✦ In Zweden zijn mobiele apparaten goed voor bijna twee derde (64%) van alle e-commercehandel.¹⁶
- ✦ In Turkije heeft 91% zijn mobiele apparaat gebruikt om online aankopen te doen.¹⁷
- ✦ 20% van de millennials gebruikt uitsluitend een mobiel apparaat en geen desktop.¹⁸
- ✦ 55% van de millennials zegt dat ze door een slechte ervaring met een mobiele app minder snel gebruik zullen maken van de producten of diensten van een bedrijf.¹⁹
- ✦ De gemiddelde iPhone-gebruiker gebruikt zijn telefoon om de 11 minuten en 15 seconden, 80 keer per dag.²⁰

Mobiel omvat uiteenlopende categorieën

M-commerce is niet langer beperkt tot specifieke categorieën. In de begindagen van de e-commerce vormden gestandaardiseerde en gemakkelijk te verzenden producten zoals boeken, cd's en videogames een belangrijke categorie.

Vandaag de dag wordt het online winkelen bepaald door een aantal belangrijke factoren, waaronder gemak, toegang tot een breed scala van goederen en de mogelijkheid om te zoeken naar de beste prijs. Hetzelfde geldt voor m-commerce.

comScore heeft onderzoek gedaan naar de belangrijkste webshops in de vijf grootste markten van de EU.²¹ De populairste winkels verkopen producten uit zeer verschillende categorieën:



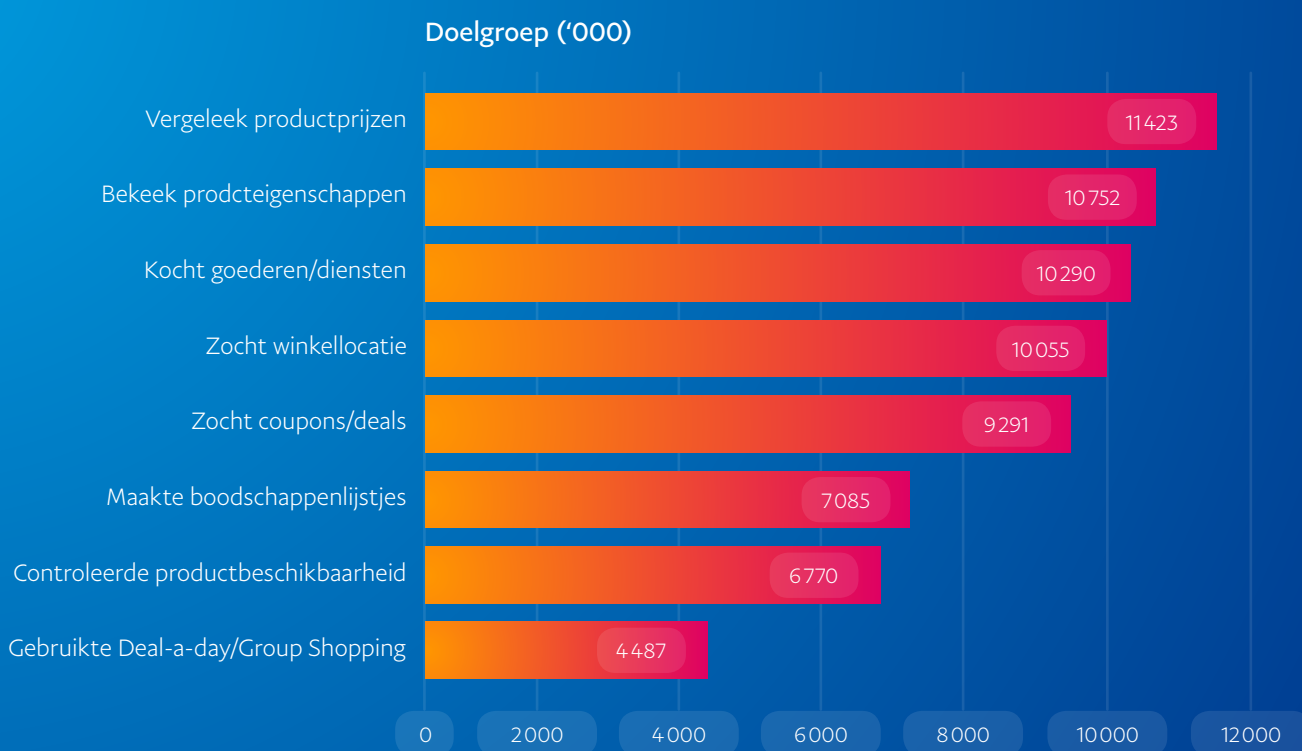
Afbeelding 1. Top drie webshops, op basis van bereik. Bron: comScore.

Volgens Eurostat zijn kleding en sportartikelen de populairste online aankopen in de EU, gevolgd door reizen en vakanties, huishoudelijke artikelen en tickets voor evenementen.²²

**WAT U OOK VERKOOPT, MENSEN
KOMEN VAAK VIA HUN MOBIEL
BIJ U TERECHT.**

M-commerce gaat verder dan alleen kopen

M-commerce betekent natuurlijk meer dan alleen online kopen. Consumenten gebruiken hun mobiele apparaten in elke fase van het proces, van het zoeken naar een product tot het betalen en vervolgens controleren van de levering.



Tegen 2024 zal bijna de helft van alle retailverkoop worden beïnvloed door mobiel.²⁴

Afbeelding 2. Retailactiviteit op een smartphone. Bron: comScore.²³

Zoals blijkt uit bovenstaande grafiek, gebruiken smartphonegebruikers hun telefoon ook om snel informatie op te zoeken. Voor 6 van de 10 klanten is het grootste voordeel van winkelen op hun mobiele apparaat de 'directe beschikbaarheid'.²⁵

Bijna de helft van alle online kopers (44%) gebruikt hun mobiele telefoon ook als ze snel of op het laatste moment iets moeten kopen, of als ze in de winkelstraat niet kunnen vinden wat ze zoeken.²⁶

Gemak en eenvoud zijn essentieel. Zorg ervoor dat belangrijke informatie gemakkelijk te vinden is, zoals beschikbaarheid, prijs, leveringsvoorwaarden, adres en telefoonnummer.

ZORG ERVOOR DAT
BELANGRIJKE INFORMATIE
GEMAKKELIJK TE VINDEN IS.

Mobiel verandert het gedrag van consumenten

Mobiele apparaten zijn snel onderdeel geworden van het dagelijks leven, waardoor m-commerce voor de meeste consumenten een logische, 'standaard' keuze is geworden.

Sterker nog, 80% van de mobiele consumenten winkelt het liefst thuis tussen 18.00 en 22.00 uur.²⁷

Gebruiksgemak is van groot belang, waar de kopers zich ook bevinden. Het is echter niet verwonderlijk dat het gedrag van mobiele kopers verschilt afhankelijk van waar ze zich bevinden.



Mobiele kopers thuis

Hoewel de overgrote meerderheid van de m-commerce activiteiten thuis plaatsvindt, bevinden veel klanten zich nog in een vroeg stadium van het koopproces; ze zijn zich aan het oriënteren en nog niet bezig met de daadwerkelijke koop. Een derde is gewoon aan het surfen en 45% wil op korte termijn een aankoop doen, maar denkt nog na over de opties.²⁸

'Dual screening' of 'second-screening' – surfen terwijl je ook tv kijkt – is een groeiende trend in Europa. Meer consumenten winkelen tijdens het televisiekijken (58%) dan in welke andere locatie of situatie dan ook.²⁹ In dit stadium willen consumenten een weloverwogen beslissing nemen, dus u moet aantrekkelijke beelden ondersteunen met informatie over opties, productgegevens en prijzen.



Mobiele kopers onderweg

Onderweg winkelen is het populairst bij jongeren tussen de 25 en 34 jaar.³⁰ Eenmaal onderweg, zijn mobiele consumenten meer gefocust: 42% wil binnen een uur een aankoop doen en 66% wil een winkel vinden binnen 8 kilometer van hun huidige locatie.³¹ Een op de vijf van deze mobiele kopers is op zoek naar een specifiek adres.³² Ze willen snel en gemakkelijk de dichtstbijzijnde winkel vinden en informatie over de beschikbaarheid van het product.



M-Commerce

M-commerce kan een krachtige tool zijn voor lokale verkoop in de winkel. M-commerce en de ervaring in de fysieke winkel gaan hand in hand. Ongeveer de helft van de mobiele klanten bezoekt een fysieke winkel als onderdeel van het koopproces. 'Showrooming' – het vergelijken van productprijzen en functies en soms zelfs online kopen in een fysieke winkel – is een andere belangrijke trend. Iets meer dan een derde (36%) van de mobiele kopers doet zijn aankopen in de winkel.³³ Overweeg gratis wifi in uw winkel aan te bieden. Als klanten bezig zijn met 'showrooming', is het beter om ze in uw winkel te houden dan dat ze op straat proberen een openbaar netwerk te vinden, en misschien een winkel van de concurrent.

Voor surfers thuis heeft u duidelijke, aantrekkelijke beelden nodig. Voor gerichte zoekers dient u heldere, gemakkelijk te vinden informatie op te nemen. Realiseer u in welk stadium van het aankoopproces de consument zich bevindt en pas dat deel van uw site en gebruikerservaring daarop aan.

UW SITE MOET VOLDOEN AAN DE WENSEN VAN CONSUMENTEN DIE VANUIT HUIS SHOPPEN ÉN AAN DIE VAN MENSEN DIE LIEVER ONDERWEG SHOPPEN.

Social media en in-context commerce

Bijna twee derde (63%) van de volwassen internetgebruikers in de EU (en 88% van de jongeren tussen de 16 en 24) heeft een profiel op social media.³⁴ Mensen met een social media-account maken hier regelmatig gebruik van: driekwart van de Facebook-gebruikers gebruikt deze service minimaal één keer per dag.³⁵

Het is dan ook niet verwonderlijk dat social media een belangrijk kanaal voor m-commerce aan het worden zijn. Volgens We Are Social zijn er nu in heel Europa (en niet alleen in de EU) 376 miljoen mensen die social media op hun telefoon gebruiken, wat neerkomt op een penetratiegraad van 45% en een jaarlijkse groei van 8%.³⁶

In de EU maakt 46% van de bedrijven al gebruik van social media. Per land varieert dit van 74% in Malta tot 27% in Polen.³⁷

Twitter, Facebook, Instagram en Pinterest hebben allemaal koopknoppen gelanceerd op hun sites en veel marktleiders beschouwen deze in-context commerce als de volgende grote trend in e-commerce.

M-commerce groeit niet alleen snel, maar ontwikkelt zich ook. Succesvolle bedrijven maken hun mobiele strategieën toekomstbestendig door gebruik te maken van platformafhankelijke technologieën.



Inspelen op de smartphone-samenleving

M-commerce wordt steeds belangrijker, maar nog niet alle bedrijven spelen in op deze trend. Het Centre for Retail Research schatte onlangs dat alleen al de retailers in het Verenigd Koninkrijk 7,5 miljard euro per jaar misliepen door het negeren van m-commerce.³⁸

Ook klanten hebben grenzen. Velen vinden het gebruik van mobiele sites gewoon te lastig. Recent onderzoek door PayPal³⁹ heeft uitgewezen dat mobiele kopers vooral tegen de volgende problemen aanlopen:

- Websites die niet mobielvriendelijk zijn (36%).
- “Het scherm is te klein” (35%).

Kopers verliezen snel hun geduld wanneer ze veel moeten inzoomen en klikken. Vaak is de oorzaak een te klein en te vol scherm.

Andere belangrijke frustraties zijn onder andere het moeten invoeren van te veel contactgegevens (18%), het moeten onthouden van inloggegevens (17%) en een ingewikkeld betaalproces (13%). Wanneer kopers een klein scherm gebruiken, moet de hele ervaring zo eenvoudig mogelijk zijn.

Met name jongere klanten zijn zeer kritisch. Het gebrek aan weboptimalisatie is de belangrijkste frustratie voor 50% van de jongeren tussen de 16 en 24 jaar.

Ondanks de snelle groei van mobiele betalingen blijft veiligheid een punt van zorg.

Vier op de tien (40%) online kopers zegt dat ze “items/diensten zouden kopen van merken of websites waar ze nog niet eerder van hebben gehoord”, maar bijna twee derde (65%) zegt dat ze “alleen zouden kopen van een website die gebruikmaakt van een online betaalmethode die ze kennen, zoals PayPal of WorldPay”.⁴⁰

De behoefte aan een bekend betaalmek was met ruim driekwart (77%) nog groter bij mobiele klanten.



**ONDANKS DE SNELLE GROEI
VAN MOBIELE BETALINGEN
BLIJFT VEILIGHEID EEN
PUNT VAN ZORG.**

TER INFORMATIE

Het opnemen van trust-signs, zoals DigiCert www.digicert.com, Trusted Shops www.trustedshops.be/nl en het PayPal-logo, helpt om het vertrouwen van de gebruiker in de beveiliging van uw site te vergroten.

Is uw website mobiel?

M-commerce is iets waar we niet meer omheen kunnen. Het groeit snel en heeft de potentie om zowel de online verkoop als de verkoop in de winkel te verhogen.

Een mobiele website is niet langer 'leuk om te hebben' – het is een essentiële bedrijfsstrategie. De eerste stap is om na te gaan of u al over een site beschikt die is geoptimaliseerd voor mobiel gebruik. Uw website ziet er wellicht geweldig uit op een desktop, maar op een mobiel apparaat kan het effect compleet anders zijn. Dus pak uw telefoon en controleer hoe uw site eruitziet.

Het is handig om uw site te bekijken op een aantal verschillende apparaten: tablets en smartphones,

Android en Apple. Zelfs als uw site lijkt te werken, is het goed om na te gaan hoeveel moeite het kost om iets te vinden. Wees uw eigen mystery shopper of kijk hoe iemand anders op uw site navigeert. Let daarbij goed op eventuele fricties en irritaties die maken dat klanten afhaken in het bestelproces. U kunt ook uw webadres invoeren in deze handige Mobile-Friendly Test van Google Developers: www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/

ONTWIKKELMOGELIJKHEDEN VOOR EEN MOBIELVRIENDELIJKE SITE

Als u nog maar net begint en op zoek bent naar een kant-en-klare oplossing voor al uw e-commerce-activiteiten, zorg er dan voor dat de provider beschikt over sjablonen die zijn geoptimaliseerd voor mobiel gebruik (tegenwoordig is dit meestal het geval). Zoek naar zinnen als 'geoptimaliseerd voor mobiel' en 'responsief design voor mobiel'.

Als u een compleet nieuwe site bouwt, dient u bij uw ontwerp uit te gaan van een gebruik op uiteenlopende apparaten, in plaats van aparte richtlijnen te volgen voor desktop en mobiel.

Er zijn drie manieren om een site te ontwikkelen die goed werkt voor mobiele gebruikers:

1

Responsief design

Dit is de eenvoudigste aanpak, bespaart middelen en kosten, en is het beste voor aangepaste sites. Het zorgt voor één website die werkt, ongeacht het apparaat of scherm waarop deze wordt bekeken. Vloeiende pagina-indelingen, aanpasbare afbeeldingen en responsieve stijlgeregels passen site-elementen aan elk apparaat aan.

2

Dynamische weergave

Deze methode maakt gebruik van verschillende codesets (in wezen twee verschillende websites), afhankelijk van het feit of de aanvraag afkomstig is van een desktop of mobiel apparaat. Uw domeinnaam (URL) blijft hetzelfde.

3

Aparte mobiele website

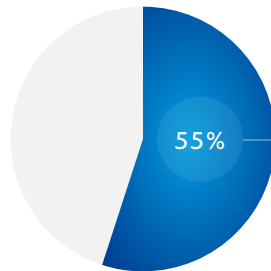
Deze optie gebruikt een andere domeinnaam (en code, enz.) voor mobiele apparaten. Een URL zoals 'm.domain.com' geeft een mobiele site aan. Dergelijke sites kunnen via mobiele apps worden geopend.

GA NA HOE GEMAKKELIJK HET IS OM IETS TE VINDEN. WEES UW EIGEN MYSTERY SHOPPER.

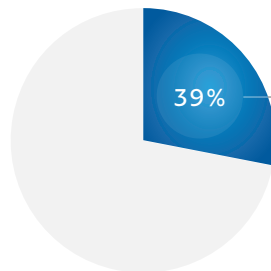
En hoe zit het met een app?

Het ontwikkelen van een speciale 'native' app voor mobiele apparaten kan voor sommige bedrijven goed werken. Meer dan 80% van de tijd die een gebruiker op een mobiel apparaat doorbrengt, wordt immers in apps doorgebracht in plaats van op het web.⁴¹

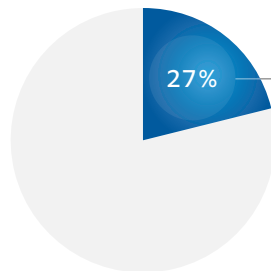
Apps kunnen bijzonder effectief zijn bij het opbouwen en belonen van klantloyaliteit. Ze bieden een platform om een relatie met de gebruiker tot stand te brengen en te versterken. Een app moet echter wel meerwaarde bieden. Het moet een duidelijk doel hebben en soepel werken. Een app die een slechte klantervaring of functionaliteit biedt, kan vaak een negatieve impact hebben op een bedrijf. Uit een onderzoek van Oracle naar millennials en mobiliteit⁴² bleek dat, hoewel 74% van de millennials in de afgelopen twee maanden een app had gebruikt om iets te kopen en 72% "de mogelijkheid waardeert" om te kopen met behulp van een mobiele app, de gebruikers de app-ervaring duidelijk in verband brengen met de kwaliteit van het merk erachter:



55% van de millennials zegt dat ze door een slechte ervaring met een app mllinder snel gebruik zullen maken van de producten of diensten van een bedrijf.



39% zal minder geneigd zijn de producten van een bedrijf aan te bevelen.



27% zou een negatief beeld hebben van de producten van de organisatie.

Houd er rekening mee dat gebruikers meer dan 95% van hun 'app-tijd' doorbrengen in hun top 10 apps. De gebruikers zijn vooral bezig met social media en instant messaging. Op de Europese markten nemen retail-apps doorgaans slechts 1-2% van de totale app-minuten van de gebruiker in beslag.⁴³

De voordelen van een app

Het is belangrijk om te bedenken welke voordelen een app heeft voor de klant. Denk na over eventuele incentives, zoals 15% korting op de eerste app-order of gratis levering. Houd er rekening mee dat het moeilijk is om de aandacht van gebruikers te trekken en vast te houden.



De meeste mensen hebben minder dan 10 apps op hun smartphone en volgens AppsFlyer wordt slechts 25-29% van de gedownloadde apps zelfs maar één volledige dag bewaard. Slechts 3% wordt langer dan 30 dagen bewaard.⁴⁴

Het ontwikkelen en onderhouden van native apps kan duur zijn. Er zijn aparte versies nodig voor Apple, Android en Windows apparaten, en uw website moet werken voor nieuwe, mobiele bezoekers.

Een goed begin is vaak om een site te maken die is geoptimaliseerd voor mobiel gebruik. Daarna kunt u nagaan welk deel van uw klantenbestand bestaat uit terugkerende bezoekers die een specifieke app van uw bedrijf zouden waarderen. Als u besluit een app te ontwikkelen, moet u dit goed doen – anders brengt u de reputatie van uw merk in gevaar.

APPS KUNNEN EFFECTIEF ZIJN BIJ HET OPBOUWEN EN BELONEN VAN KLANTLOYALITEIT.

Richtlijnen voor mobiel design

Bij het ontwerpen van een site voor mobiel gebruik, moet uw streven zijn om bezoekers zo soepel mogelijk hun doel te laten bereiken. Dit betekent dat de informatie die ze nodig hebben altijd beschikbaar moet zijn.



Maak uw site geschikt voor uiteenlopende apparaten

Test uw mobiele site op allerlei apparaten en schermformaten; van een smartphonescherm van 4 inch (10,2 cm) tot de grootste tablet. Controleer ook of de site goed werkt op de belangrijkste mobiele browsers en besturingssystemen: iOS en Safari, Android

en Chrome, Windows en Internet Explorer of Microsoft Edge. In Google Developers' Web Fundamentals zijn een aantal nuttige tips opgenomen: developers.google.com



Toon altijd knoppen voor Toevoegen aan winkelwagentje en Betalen

Als deze functies zich niet in een vaste navigatiebalk bevinden, moet u ervoor zorgen dat ze altijd op het scherm staan. Dit maakt het gemakkelijk voor klanten om te kopen en is een subtiele aansporing tot actie. De website van

Apple (apple.com) is hier een goed voorbeeld van, met een eenvoudige, blauwe koop-knop die altijd rechtsboven op het scherm staat terwijl je door de producten bladert.



Een foto zegt meer dan duizend woorden

Foto's werken vaak goed, vooral op de beperkte ruimte van een smartphonescherm, dus vertel je verhaal met overtuigende beelden. Gebruik eenvoudige, duidelijke en professionele productfoto's om uw artikelen aan de man te brengen. Plaats de afbeeldingen in het midden van het scherm en beperk de tekst op de productpagina's tot een minimum.

Modewinkels als Mr Porter (MrPorter.com) en ETQ (etq-amsterdam.com) doen dit erg goed.

Geef waar mogelijk afbeeldingen van het product vanuit verschillende hoeken (Kurt Geiger, kurtgeiger.com, is een goed voorbeeld hiervan). En als het product in verschillende kleuren wordt geleverd, gebruik dan echte afbeeldingen van elke optie.



Denk mobiel

Om succesvol te zijn, moet u uw mobiele site benaderen als een apart project. Probeer niet simpelweg uw oude desktopsite om te zetten naar een kleiner scherm.



Vereenvoudig de navigatie

Beperk de hoeveelheid gegevens die moet worden ingevoerd, en zorg dat er zo min mogelijk moet worden geklikt en gezoomd. De keuzemenu's en filters die desktopgebruikers helpen om door uw website te navigeren, kunnen de voortgang op een kleiner smartphonescherf juist belemmeren. Vereenvoudig zo veel mogelijk de navigatie op uw mobiele site met behulp van een klein aantal grote, afzonderlijke knoppen en vermijd lastige hyperlinks. Grotere knoppen (Apple adviseert een minimumformaat van 44 x 44 pixels⁴⁵) voorkomen dat gebruikers per ongeluk op de verkeerde plaats belanden en hierdoor geïrriteerd raken.

- ✦ Gebruik grotere lettertypen die gemakkelijk te lezen zijn op een kleiner scherm.
- ✦ Een vaste navigatiebalk zorgt ervoor dat belangrijke informatie en acties, zoals 'Toevoegen aan winkelwagentje', altijd gemakkelijk te vinden zijn.
- ✦ De mobiele sites van John Lewis (m.johnlewis.com) en Booking.com zijn goede voorbeelden uit verschillende sectoren. Deze sites maken gebruik van een eenvoudige navigatie om de mobiele koper snel en soepel naar de juiste plek te brengen.



Optimaliseer uw mobiele betaalprocedure

De twee grootste zorgen van mobiele klanten hebben te maken met het betaalproces. Gebruikers raken gemakkelijk gefrustreerd als ze hun gegevens moeten invullen op een klein touchscreen, en ze maken zich zorgen over de veiligheid van deze gegevens wanneer ze eenmaal zijn ingevoerd.

Zelfs in traditionele fysieke winkels brengen de momenten vóór de betaling het grootste risico met zich mee dat klanten van gedachten veranderen. Stroomlijn de betaalprocedure om het aantal afgebroken transacties tot een minimum te beperken.

U dient het betalen sneller, veiliger en eenvoudiger te maken.

En vergeet niet:

- ✦ Bied altijd een optie om als gast te betalen. U kunt nieuwe klanten vragen om zich te registreren nadat ze hun aankoop hebben voltooid in plaats van ze op het kritieke betaalmoment af te leiden met meer frustrerende gegevensinvoer.
- ✦ Beperk de hoeveelheid gegevens die moeten worden ingevoerd. Vraag alleen naar informatie die u echt nodig heeft; dus alleen gebruikersnaam en wachtwoord voor terugkerende klanten.
- ✦ Bied afrekenen op de productpagina aan. Hou het simpel en laat drukbezette klanten snel en gemakkelijk van product naar betaling gaan.
- ✦ Overweeg betaalmethoden die zijn geoptimaliseerd voor mobiel gebruik. PayPal Express Checkout bijvoorbeeld laat klanten in slechts drie klikken afrekenen, en zou kunnen helpen om de conversie te verhogen met 27,2%.⁴⁶

Hoe PayPal helpt met m-commerce

In 2017 verwerkte PayPal wereldwijd 155 miljard dollar aan mobiele betalingen. We kunnen uw overstap naar m-commerce op verschillende manieren ondersteunen.

Met 19 miljoen zakelijke klanten wereldwijd, hebben we een goed inzicht in wat verkopers en hun klanten waarderen en we werken onze producten voortdurend bij om beter aan deze behoeften te voldoen. We bieden mensen betere manieren om hun geld te beheren en te verplaatsen door ze opties en flexibiliteit te bieden bij het overmaken en ontvangen van geld, en bij het betalen. We bieden een open en technologie-onafhankelijk betaalplatform dat bedrijven gebruiken om online, in winkels en in toenemende mate op mobiele apparaten, betalingen van klanten te verwerken.

De kracht van PayPal

Als PayPal-webwinkel kunt u het PayPal-logo opnemen op prominente plaatsen op uw website, zoals in de header en op productpagina's.

Meer dan driekwart (77%) van de mobiele klanten koopt alleen via een site met een online betaalmethode of een merk dat ze kennen.⁴⁷ Alleen al het feit dat u PayPal accepteert, helpt consumenten gerust te stellen dat hun betalingstransactie veiliger zal worden afgehandeld. Sterker nog, 87% van de ondervraagde consumenten zegt PayPal te vertrouwen wanneer ze online of met hun mobiel iets kopen.⁴⁸





PayPal voor een positieve ROI

PayPal biedt betaaloplossingen die zijn ontworpen voor mobiel gebruik. Deze vereenvoudigen het betaalproces, helpen fouten te verminderen en verhogen het conversiepercentage. In een studie van Forrester Consulting, uitgevoerd in opdracht van PayPal, kwam naar voren dat de integratie van PayPal als betaalmethode in de mobiele website en apps van een bedrijf een rendement op investering (ROI) zou kunnen genereren van 406% met een terugverdientijd van minder dan zes maanden.⁴⁹

Laat klanten betalen in drie klikken

Express Checkout biedt uw klanten de mogelijkheid om direct vanaf het begin van het winkelmandje-proces, of zelfs vanaf de productpagina, snel te betalen. Express Checkout stelt kopers in staat om een aankoop te voltooien zonder handmatig informatie in te voeren die de retailer kan ontvangen van PayPal. Ze controleren simpelweg de betaalgegevens en bevestigen de aankoop; het verzendadres, e-mailadres en telefoonnummer van de koper worden automatisch verstrekt door PayPal. Als webwinkel kunt u er ook voor kiezen om de koper de mogelijkheid te bieden om een account aan te maken voor uw site door een formulier te gebruiken waarop de gegevens die zijn verkregen van PayPal al zijn opgenomen. Express Checkout is eenvoudig en voorkomt dat uw klant moet jongleren met zijn creditcard en telefoon – soms in een openbare ruimte – terwijl hij probeert een 16-cijferig nummer in te voeren op een piepklein touchscreen. In een recente studie in opdracht van PayPal meldden webwinkels die Express Checkout gebruiken een stijging van het conversiepercentage met 27,2%, plus een stijging van het aantal kopers met 11,1%.⁵⁰

Verander 16 cijfers in One Touch™

Een van producten die we hebben geïntroduceerd en het snelst door consumenten is omarmd, is **One Touch™**. Klanten kunnen hierbij de PayPal-inlogfase overslaan en gaan zo direct van de PayPal-knop op uw site naar de knop 'Bevestigen' op PayPal. Dit maakt het afrekenen heel eenvoudig en gemakkelijk.

One Touch™ werkt op elk apparaat afzonderlijk, zodat gebruikers er bijvoorbeeld voor kunnen kiezen om het op hun mobiele telefoon te activeren, maar niet op een gedeelde pc. De inloggegevens van de gebruiker worden versleuteld op elk apparaat en gebruikers komen nog steeds in aanmerking voor PayPal Aankoopbescherming.

"[Wanneer een klant] begint met winkelen op zijn mobiele telefoon, wordt in 65%-74% van de gevallen een transactie afgebroken omdat het scherm zo klein is. Het is lastig om de betaalinformatie goed in te voeren. Met One Touch hebben we een conversiepercentage van 87% op mobiele telefoons." – Dan Schulman, PayPal CEO.⁵¹

Meer dan vijf miljoen webwinkels bieden One Touch™ nu aan meer dan 40 miljoen klanten aan.

**"PAYPAL IS ZEER MOBIEL
GEORIËNTEERD.
PAYPAL IS EEN VAN DE
LEIDERS OP DIT GEBIED."**

Michael Cowan, Ecommerce Director,
Chain Reaction Cycles

Conclusie

Aangezien 34% van de online verkopen al via een mobiel apparaat verloopt⁵² en mobiele apparaten binnen enkele jaren de helft van alle winkelverkopen zullen beïnvloeden⁵³, is 'mobiel denken' cruciaal voor Europese retailers.

Een voor mobiel geoptimaliseerde site is een noodzakelijke eerste stap voor kleinere retailers. Dit kan relatief gemakkelijk worden bereikt door tegemoet te komen aan de unieke behoeften van gebruikers met een klein scherm, ongeacht waar zij zich bevinden.

Kopers vanuit huis browsen over het algemeen veel en bekijken meerdere opties. Ze hebben behoefte aan duidelijke beelden en gemakkelijk te vinden specificaties. Mobiele kopers onderweg zijn meer gefocust en willen snel en gemakkelijk een aankoop doen. Vaak zijn ze op zoek naar een adres en nauwkeurige informatie over beschikbaarheid. Ondanks de enorme groei van de m-commerce blijven er in beide gevallen zorgen bestaan met betrekking tot gebruiksgemak en veiligheid. U kunt het vertrouwen van de gebruiker vergroten en het winkelen stimuleren door middel van een eenvoudige, intuïtieve navigatie en het tonen van zogenaamde 'trust signs'. PayPal accepteren en het PayPal-logo prominent laten zien, is een geweldige manier om het vertrouwen te vergroten.

De oplossingen van PayPal zijn ontworpen voor mobiele betalingen. Door Express Checkout toe te voegen, kunt u het conversiepercentage verhogen met 27,2%, One Touch™ kan de conversie drastisch verhogen tot 87% en de integratie van PayPal in uw mobiele betalingsverkeer kan een ROI opleveren van 406%.⁵⁴

Meer informatie over hoe PayPal u kan helpen geld te verdienen met mobiel vindt u op www.paypal.com/be/webapps/mpp/accept-payments-online.



Referenties

- ¹ Forrester (2017), Mobile and Tablet Commerce Forecast, 2016 to 2021 (EU-7), <https://www.forrester.com/report/Forrester+Data+Mobile+And+Tablet+Commerce+Forecast+2016+To+2021+EU7+Q3+2017+Update/-/E-RES139892>. De EU-7 bestaat uit: Frankrijk, Duitsland, Italië, Nederland, Spanje, Zweden en het Verenigd Koninkrijk.
- ² Ecommerce Foundation (2017), European Ecommerce Report 2017, <http://www.ecommercefoundation.org/full-reports#!/European-Ecommerce-Report-2017>
- ³ Centre for Retail Research en VoucherCodes.co.uk (2015) Retailers missing out on £6.6 Billion a year by not going mobile, <https://www.vouchercodes.co.uk/press/release/report-retailers-missing-out-on-6-6-billion-a-year-by-not-going-mobile-377.html>
- ⁴ Conlumino for Barclays plc (2015) The future of mobile commerce. Genoemd op <https://www.mobilepaymentstoday.com/news/barclays-expects-huge-gains-in-uk-spending-on-mobile-devices/>
- ⁵ Leberman, D. (2015) 'Four tips to optimize your Website for Google's mobile-search update', 22 april, <https://www.paypal.com/stories/us/four-tips-to-optimize-your-website-for-googles-mobilesearch-update>
- ⁶ Ecommerce Foundation (2017), European Ecommerce Report 2017.
- ⁷ comScore (2017), The Global Mobile Report, <https://www.comscore.com/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2017/The-Global-Mobile-Report>
- ⁸ Statista (2018), Percentage of all global web pages served to mobile phones from 2009 to 2018, <https://www.statista.com/statistics/241462/global-mobile-phone-website-traffic-share/>
- ⁹ Interactive Advertising Bureau (IAB) (2017), Always On – A Global Perspective of Mobile Consumer Experience, <https://www.iab.com/wp-content/uploads/2017/06/2017-IAB-Global-Mobile-Experience-Study.pdf>
- ¹⁰ Interactive Advertising Bureau (IAB) (2017), Always On – A Global Perspective of Mobile Consumer Experience.
- ¹¹ Eurostat (2016), News release: Almost 8 out of 10 internet users in the EU surfed via a mobile or smart phone in 2016, <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7771139/9-20122016-BP-EN.pdf/f023d81a-dce2-4959-93e3-8cc7082b6edd>
- ¹² Eurostat (2017), Are you using social networks?
- ¹³ GSMA (2018), The Mobile Economy 2018, <https://www.gsma.com/mobileeconomy/wp-content/uploads/2018/05/The-Mobile-Economy-2018.pdf>
- ¹⁴ Ecommerce Foundation (2017), European Ecommerce Report 2017.
- ¹⁵ comScore (2018), EU5 Retail in Charts – Top 10 findings in Online Retail, <https://www.comscore.com/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2018/Top-10-Findings-in-Online-Retail-EU5>. De EU-5 bestaat uit: Frankrijk, Duitsland, Italië, Spanje en het Verenigd Koninkrijk.
- ¹⁶ Ecommerce News (2018), Mobile accounts for 64% of Swedish ecommerce traffic, <https://ecommercenews.eu/mobile-accounts-for-64-of-swedish-ecommerce-traffic/>
- ¹⁷ Ecommerce Foundation (2017), European Ecommerce Report 2017.
- ¹⁸ comScore (2016) 2016 U.S. Cross-platform future in focus, <http://www.comscore.com/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2016/2016-US-Cross-Platform-Future-in-Focus>. In dit onderzoek verstaat comScore onder 'millennials' jongeren tussen de 18 en 34 jaar.
- ¹⁹ Oracle (2014) Millennials and mobility: how business can tap into the app generation, <https://www.oracle.com/se/corporate/pressrelease/millennials-and-mobility-survey-20150427.html>
- ²⁰ Yahoo! Tech News (2016) This is how many times we unlock our phones each day, <https://www.yahoo.com/tech/guess-how-many-times-we-unlock-our-phones-in-a-day-093355015.html>
- ²¹ comScore (2018), EU5 Retail in Charts – Top 10 findings in Online Retail.
- ²² Eurostat (2017), Digital economy & society in the EU, 2017 edition, <http://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/ict/index.html>

Referenties (vervolg)

- ²³ comScore (2018), EU5 Retail in Charts – Top 10 findings in Online Retail. De grafiek toont de retailactiviteiten van Duitse klanten die in november 2017 minstens één keer op een smartphone werden uitgevoerd.
- ²⁴ Conlumino for Barclays plc (2015) The future of mobile commerce.
- ²⁵ PayPal (2017), The mobile shopping boom. Primair onderzoek uitgevoerd door Censurwide voor PayPal VK. Beschikbaar op: <https://www.paypal.com/uk/webapps/mpp/uk-shopping-habits>
- ²⁶ PayPal (2017), The mobile shopping boom.
- ²⁷ PayPal (2017), The mobile shopping boom.
- ²⁸ xAd (2015) Mobile path to purchase - reaching a moving consumer. In 2017 veranderde xAd zijn naam in GroundTruth: <https://www.groundtruth.com/>
- ²⁹ Conlumino for Barclays plc (2015), The future of mobile commerce.
- ³⁰ PayPal (2017), The mobile shopping boom.
- ³¹ xAd (2015) Mobile path to purchase - reaching a moving consumer.
- ³² xAd (2015) Mobile path to purchase - reaching a moving consumer.
- ³³ xAd (2015) Mobile path to purchase - reaching a moving consumer.
- ³⁴ Eurostat (2017), Are you using social networks?
- ³⁵ Pew Research Center (2018), Social Media Use in 2018, <http://www.pewinternet.org/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>
- ³⁶ We Are Social (2018), Digital in 2018 Global Overview, (slide 18) <https://wearesocial.com/blog/2018/04/social-media-use-jumps-in-q1-despite-privacy-fears>
- ³⁷ Eurostat (2017), Digital economy & society in the EU, 2017 edition.
- ³⁸ Centre for Retail Research and VoucherCodes.co.uk (2015) Retailers missing out on £6.6 Billion a year by not going mobile.
- ³⁹ PayPal (2017), The mobile shopping boom.
- ⁴⁰ PayPal (2017), The mobile shopping boom.
- ⁴¹ comScore (2017), The Global Mobile Report.
- ⁴² Oracle (2014) Millennials and mobility: how business can tap into the app generation.
- ⁴³ comScore (2017), The Global Mobile Report.
- ⁴⁴ eMarketer Inc. (2015), How many Apps do Smartphone owners use? <http://www.emarketer.com/Article/How-Many-Apps-Do-Smartphone-Owners-Use/1013309>. In het artikel wordt verwezen naar onderzoek van Research Now, Pew Research Center en AppsFlyer.
- ⁴⁵ Apple Inc. (2016), iOS Human Interface Guidelines, https://developer.apple.com/library/ios/documentation/UserExperience/Conceptual/MobileHIG/index.html#//apple_ref/doc/uid/
- ⁴⁶ comScore (2014), studie in opdracht van PayPal, onderzoek uitgevoerd door ComScore in juli 2014. Op basis van acht retailers in het Verenigd Koninkrijk.
- ⁴⁷ PayPal (2017), The mobile shopping boom.
- ⁴⁸ SurveyMonkey Brand Pulse, januari 2015. Enquête uitgevoerd gedurende een periode van twee weken bij 1316 consumenten die gebruik hebben gemaakt van een online betaalwebsite of app.
- ⁴⁹ Forrester research Inc. (2016), The Total Economic Impact of PayPal on Mobile. Een in opdracht van PayPal door Forrester Consulting uitgevoerde studie (april 2016).
- ⁵⁰ comScore (2014), studie in opdracht van PayPal, onderzoek uitgevoerd door ComScore in juli 2014.
- ⁵¹ Dan Schulman, PayPal CEO (2017), Q4 2016 Earnings Call. Geciteerd in gesprekstranscript: <https://seekingalpha.com/article/4039989-paypal-holdings-pypl-ceo-dan-schulman-q4-2016-results-earnings-call-transcript?page=10>
- ⁵² Forrester (2017), Mobile and Tablet Commerce Forecast, 2016 to 2021 (EU-7).
- ⁵³ Conlumino for Barclays plc (2015), The future of mobile commerce.
- ⁵⁴ Forrester research Inc. (2016), The Total Economic Impact of PayPal on Mobile. Een in opdracht van PayPal door Forrester Consulting uitgevoerde studie (april 2016).

ONTDEK HOE PAYPAL UW BEDRIJF KAN
ONDERSTEUNEN. GA NAAR [PAYPAL.BE](https://www.paypal.be) OF
NEEM CONTACT MET ONS OP VIA 0800 50855.*

Ter informatie:

- ✦ Hoewel we ernaar streven om in deze artikelen de beste adviezen, tips, tools en technieken te bieden, kunnen we niet garanderen dat alles volledig klopt. Houd er dus rekening mee dat u de informatie in deze artikelen op eigen risico gebruikt en dat wij niet aansprakelijkheid kunnen worden gesteld als er iets fout gaat.
- ✦ Uit deze artikelen mag niet worden afgeleid dat PayPal enigerlei product of service van derden steunt of aanbeveelt.
- ✦ De informatie in deze artikelen bevat geen financieel, zakelijk of beleggingsadvies en is geen vervanging van advies van professionele aard. Verricht hiernaast altijd uw eigen onderzoek en win zelf professioneel advies in indien u zeker wilt weten dat u in uw specifieke geval het juiste doet.
- ✦ Wanneer we links naar andere websites weergeven, kunnen we niet verantwoordelijk worden gehouden voor de desbetreffende content.



* Gratis nummer vanaf een Belgische vaste lijn. Kosten voor het gebruik van een mobiele telefoon kunnen van toepassing zijn. Dit is afhankelijk van de overeenkomst tussen u en uw netwerkprovider. Gebruik het volgende telefoonnummer als u belt vanuit het buitenland: 00353 1 436 9033 (internationale kosten kunnen van toepassing zijn).