

Autor: **Kamil Adamski**

Sprzedaż online bez e-sklepu – jak dopasować płatności do swojej firmy

Nie zawsze wymagany jest sklep internetowy, aby przenieść sprzedaż do internetu. Nie potrzebujesz nawet strony internetowej, aby sprzedawać zdalnie. Możesz za to skorzystać z rozwiązania, które oryginalnie zostało zaprojektowane dla e-sklepów, ale sprawdzi się również jako uniwersalne narzędzie do zdalnego rozliczania się z klientami.

Z artykułu dowiesz się m.in.:

- jaką metodę płatności wybrać, gdy chcesz sprzedawać online bez zakładania e-sklepu,
- czym są linki do płatności i jak je wykorzystać w praktyce,
- na jakie kryteria zwrócić uwagę przy wyborze operatora płatności online.

Generator płatności online – dla jakich firm?

Istnieje wiele branż i biznesów, które mogą skorzystać na oferowaniu swoich usług i produktów w internecie, ale charakter lub skala ich działalności sprawiają, że uruchomienie sklepu internetowego byłoby dla nich zbyt dużym przedsięwzięciem. Oczywiście założenie e-sklepu niesie za sobą wiele dodatkowych korzyści, związanych choćby z budowaniem bazy klientów, możliwością kierowania do nich ofert czy wprowadzeniem automatyzacji. Można jednak zacząć szybciej i prościej, przy niewielkich zmianach w swoim biznesie.

Z generatora płatności online mogą przede wszystkim skorzystać firmy, które:

- oferują usługę zdalnie, np. w formie teleporady, spotkania wideo lub innego świadczenia online (medycyna, szkolenia, zajęcia taneczne, fitness, usługi IT),



- przyjmują zamówienia telefonicznie i dostarczają towar do domu klienta (gastronomia, lokalne sklepy stacjonarne),
- chcą się rozliczać w formie przedpłaty, zaliczki lub przyjmować płatność z góry, aby zniwelować ryzyko związane z niestawianiem się klientów w umówionym terminie (salony fryzjerskie, salony piękności, medycyna).

Przykłady firm, które już skorzystały z tej metody płatności i dzięki temu podczas pandemii utrzymały lub zwiększyły sprzedaż, znajdziesz w **ramce 1**.

Jeśli działasz stacjonarnie, wprowadzenie usług i płatności online może być sposobem na zwiększenie sprzedaży i dotarcie do nowych klientów, którzy wcześniej by do Ciebie ➔

RAMKA 1**Przykłady firm, które w czasie pandemii utrzymały lub zwiększyły sprzedaż dzięki zastosowaniu generatora płatności online****Przykład 1**

Wyzwanie: Firma prowadząca poradnię zdrowia psychicznego musiała po wybuchu pandemii zamknąć w jednym z regionów do odwołania siedem placówek. Wskutek tego spółka straciła sporą część swoich przychodów.

Rozwiązanie: Właściciele firmy postanowili uruchomić usługę telepsychiatrii i telepsychologii. Pracownicy działu obsługi klienta (rejestracji) w trakcie umawiania e-wizyty pobierają link do płatności i przekazują go pacjentowi drogą e-mailową lub SMS-ową. Po opłaceniu konsultacji telefonicznej ten otrzymuje potwierdzenie umówionej wizyty online. Spółka odrobiła straty już w pierwszym miesiącu korzystania z tego rozwiązania.

Przykład 2

Wyzwanie: Firma z branży spożywczej specjalizuje się w produkcji świeżych, głęboko mrożonych makaronów, przygotowywanych według włoskich receptur. Swoją ofertę kieruje głównie do gastronomii. Współpracuje z hotelami i restauracjami w Niemczech, Austrii, Holandii, Belgii, Szwajcarii oraz w Polsce. Odcięcie firmy od dotychczasowych odbiorców skłoniło właścicieli do uruchomienia sprzedaży do klientów detalicznych.

Rozwiązanie: Właściciele firmy zdecydowali się na wykorzystanie generatora linków do płatności. Pracownicy działu obsługi klienta przyjmują zamówienia telefonicznie i w trakcie rozmowy generują link do płatności, który następnie wysyłają kupującemu e-mailem lub SMS-em. Przed wysyłką zamówienia sprawdzają, czy zostało ono opłacone.

Przykład 3

Wyzwanie: Firma działająca w branży instalacyjnej nie ma sklepu internetowego. Monterzy świadczą usługi u klientów w domach. Zabierają ze sobą terminale płatnicze, ale zdarza się, że mają problem z pobraniem płatności, co jest dla nich dodatkowym obciążeniem.

Rozwiązanie: Firma wprowadziła szybką metodę pobierania płatności online po przyjęciu od klientów zamówienia, ale przed wysłaniem do nich monterów. Pracownicy działu obsługi generują linki do płatności i rozliczają się z klientami przed wykonaniem usługi. Dzięki temu udało się wyeliminować sytuacje, w których pracownik przejeżdża dużą odległość, a na miejscu napotyka problem z wyegzekwowaniem płatności.

nie przyszli, bo np. mieszkają za daleko. A stali klienci mogą zyskać dodatkową szansę skorzystania z Twojej oferty przez internet. W niepewnym czasie pandemii nie tylko odgórne decyzje administracyjne, lecz także osobiste preferencje mogą skłonić ich do wybierania opcji online.

Proste rozwiązanie i dla sprzedającego, i dla klienta

Linki płatnicze to metoda doskonale znana kupującym w internecie. Twój klient po kliknięciu w otrzymany od Ciebie unikatowy link trafia na stronę płatności, na której

wybiera sposób zapłaty – BLIK, przelew natychmiastowy, kartę, a w przypadku bramki imoje także opcję „Kup teraz, zapłać później z Twisto”. Nie musi wpisywać żadnych informacji o zamówieniu ani własnych danych – płatność zostanie bezpośrednio powiązana ze złożonym przez niego zamówieniem.

Po stronie sprzedającego obsługa jest również prosta. Dostęp do panelu, w którym generowane są linki, możesz dać dowolnym osobom w firmie, przyjmującym zamówienia, umawiającym terminy wizyt i pobierającym płatności – pracownikom recepcji, contact centre, handlowcom itd. ➔



Wskazówka

Jak można udostępnić klientowi link do płatności:

- SMS-em,
- e-mailem,
- przez komunikator typu Messenger czy WhatsApp.

Wszystkie procesy potwierdzane są za pośrednictwem e-maili transakcyjnych – jak podczas typowych zakupów internetowych. Kupujący dostaje do skrzynki dowód transakcji, a sprzedający widzi informację o płatności dokonanej przez klienta w tym samym panelu administracyjnym, z którego pobrał link do płatności (ramka 2).



Kamil Adamski

e-commerce manager w zespole Innovation LAB w ING Banku, odpowiedzialny za stworzenie i rozwój płatności internetowych imoje i Twisto (imoje.pl); ma kilkuletnie doświadczenie w kierowaniu projektami łączącymi innowacje z technologiami IT; praktyk sprzedaży B2B; prywatnie pasjonat pływania i jazdy na rowerze MTB

Napisz do autora:

kamil.adamski@ing.pl

RAMKA 2

Jak krok po kroku pobrać link do płatności imoje

- 1 Gdy już masz podpisaną umowę na korzystanie z bramki płatniczej, logujesz się do serwisu imoje.ingbank.pl za pomocą indywidualnego loginu oraz ustalonego hasła.
- 2 Wybierasz zakładkę „Wygeneruj link do płatności” i uzupełniasz obowiązkowe pola formularza. Na koniec klikasz „Zapisz”.
- 3 Link jest gotowy. Teraz musisz go skopiować i wysłać do klienta.

Linki płatności

Wyszukaj

2020.06.27 00:00 - 2020.06.25 23:59:59

Wygeneruj link do płatności

4. Wypełniamy obowiązkowe pola: KWOTA, NUMER ZAMÓWIENIA, IMIĘ, NAZWISKO, EMAIL - płatnika i klikamy ZAPISZ.

Wygeneruj link płatności

Dane podstawowe

Sklep *

Testy Polish APH

Kwota *

100.00

Waluta *

PLN - Złoty Polski

Numer zamówienia *

Zamówienie numer 1

Tytuł

Poduszki

Bliźniacza metoda płatności

Przelew online
Płatności kartą
Płatności BLIK

3. Inne metody obowiązkowe uzupełniamy wszystkich dostępnych metod na bramce płatności.

Płatnik

Imię *

Nazwisko *

John

Doe

Email *

Testowy@mail.pl

Telefon

791791791

Adresy powrotu

Adres płatności z powodzeniem

np. <https://example.com/uccess>

Adres błędny płatności

Anuluj Zapisz

Linki płatności

Wyszukaj

2020.06.04 0:00:00 - 2020.06.02 23:59:59

Wyszukaj po nr zamówienia, nr linku płatności lub danych płatnika

Przebieg

Wygeneruj link do płatności

Data utworzenia	Numer zamówienia	Status	Kwota
2020.06.02 17:32:04	12345 John Doe	Nowy	100.00 PLN
Link płatności Sklep Tytuł Dane modelu/kup			
https://sandboxgwapi.imoje.pl/gw/36818268-6810-4c1a-8642-0ee7285c72a			
2020.06.02 17:32:04			

Skopiuj Zmień

- 4 Gdy klient zapłaci, otrzymasz powiadomienie. Stan wszystkich rozliczeń możesz w każdej chwili sprawdzić w zakładce „Transakcje”.

Linki płatności

Wyszukaj

2020.05.27 00:00:00 - 2020.06.25 23:59:59

Wyszukaj po nr zamówienia, nr linku płatności lub danych płatnika

Przebieg

Wygeneruj link do płatności

Data utworzenia	Numer zamówienia	Status	Kwota
2020.06.25 12:59:11	3cb7641d-8536-452e-8684-3a080e0efcfe John Doe	Zrealizowany	917.18 PLN

RAMKA 3**Na jakie kryteria zwrócić uwagę przy wyborze operatora płatności online**

Jeśli chcesz udostępniać klientom linki do płatności online, upewnij się, że operator, z którego usług będziesz korzystał, zapewni Ci:

- Dobrze zaprojektowany panel administracyjny, w którym będziesz mógł generować linki do płatności i przeglądać transakcje. Obsługa powinna być jak najprostsza i zabierać jak najmniej czasu.
- Ekran płatności mobile-friendly – spora część Twoich klientów będzie płacić na smartfonie. Ważne, żeby mogli oni szybko i łatwo przeprowadzić transakcję. Przyjazny w obsłudze proces płatności pozytywnie wpływa na konwersję.
- Możliwość wysłania powiadomienia z linkiem do dokończenia transakcji, jeśli klient jej nie sfinalizuje.

Jeśli docelowo myślisz jednak o założeniu sklepu internetowego, zwróć uwagę na dodatkowe kwestie:

- Czy wybrana bramka płatnicza dostępna jest na najpopularniejszych platformach e-commerce lub czy łatwo ją zintegrować z mniej popularną lub projektowaną indywidualnie platformą sprzedaży.
- Czy obsługa płatności z tytułu zwrotów jest łatwa – jeśli doświadczenia klientów ze zwrotu zamówień będą pozytywne, to chętniej wrócą oni do Ciebie na kolejne zakupy.
- Czy operator płatności zmniejsza ryzyko nietrafionego zakupu, np. przez możliwość zapłacenia po otrzymaniu towaru i podjęciu ostatecznej decyzji po zapoznaniu się z nim.
- Czy operator oferuje wsparcie – w zakresie uruchomienia e-sklepu i obsługi płatności.

Reklama



E-COMMERCE W PRAKTYCE LEKCJE SKUTECZNEJ SPRZEDAŻY ONLINE

Praktyczny poradnik
o e-handlu stworzony
przez ikomersiaków
dla ikomersiaków.