

De toekomst van betalingen

AI, digitale portemonnees en
evoluerende betaalervaringen



Denk eens terug aan de laatste keer dat u iets betaalde. Was het een snelle tik met een kaart, een scan met een digitale portemonnee of een automatische afschrijving via een app? De manier waarop we betalen verandert razendsnel en wordt steeds meer geïntegreerd in ons dagelijks leven. Geen wachtrijen meer aan de kassa, geen zoektocht meer naar uw betaalkaart of het handmatig invoeren van betaalgegevens. In plaats daarvan verlopen transacties zo soepel en intuïtief dat ze aanvoelen als een tweede natuur. Al zorgt nu ook voor slimmere fraudedetectie. En spraakgestuurde betalingen tillen gemak naar een geheel nieuw niveau.

Wanneer we naar de toekomst kijken, zullen bedrijven in de retail en hospitality zich moeten aanpassen aan nieuwe betalingstrends – waarbij de focus verschuift naar meer gebruiksvriendelijke, veilige en naadloze transactiemethoden om te voldoen aan de steeds hogere verwachtingen van de consument.

Hier volgen vijf belangrijke trends voor de toekomst van betalingen:

1

AI en machine learning in betalingen

2

De opkomst van flexibele betaalopties

3

De vraag naar directe betalingen

4

Contactloze betalingen en onzichtbare transacties

5

Biometrische authenticatie en spraakgestuurde betalingen

AI en machine learning in betalingen |

AI en machine learning transformeren de manier waarop bedrijven in retail en hospitality betalingen verwerken, waardoor transacties sneller, veiliger en persoonlijker worden. AI detecteert in realtime afwijkingen en voorkomt zo fraude. Daarnaast helpt AI bedrijven klantgegevens te benutten voor gerichte, op maat gemaakte ervaringen. Machine learning leert van elke interactie om deze personalisatie steeds verder te verbeteren.

Slimmere fraudedetectie

Volgens nieuwsplatform PYMNTS kosten fraudeurs retailers wereldwijd jaarlijks om en bij de 429 miljard dollar, wat de behoefte aan betere fraudebestrijding onderstreept. AI maakt hierin een groot verschil. Uit een recente studie van Mastercard blijkt dat AI de fraudebeschermingspercentages met maar liefst 300% kan verhogen. AI-tools analyseren transacties in realtime en signaleren verdachte activiteiten voordat ze problemen veroorzaken. Machine learning leert continu en past zich aan nieuwe fraudetechnieken aan.

Bedrijven verwachten de komende jaren ongeveer 1 biljoen dollar te investeren in AI, waardoor deze tools alleen maar krachtiger zullen worden. AI wordt nu al ingezet om miljarden datapunten binnen fracties van een seconde te analyseren en te voorspellen of een transactie legaal is.

Gepersonaliseerde ervaringen

Open banking biedt bedrijven een beter inzicht in hun klanten door toegang te geven tot realtime transactiedata. In combinatie met AI kunnen retailers anticiperen op de behoeften van klanten, gepersonaliseerde aanbiedingen doen en zelfs de levenslange klantwaarde voorspellen. Davi Strazza, de president van het Nederlandse betaalplatform Adyen in Noord-Amerika, gaf in een recent rapport aan dat AI het mogelijk maakt de transactiegeschiedenis van een klant te analyseren en een risicoprofiel kan creëren om direct alternatieve betaalopties, zoals 'Buy Now, Pay Later' (BNPL), voor te stellen. Door individuele voorkeuren te begrijpen, kunnen bedrijven meer gepersonaliseerde winkelervaringen bieden. Dit leidt tevens tot slimmere loyaliteitsprogramma's, relevantere promoties en naadloze, klantgerichte ervaringen die zorgen voor een diepere klantloyaliteit en duurzame groei.

**AI can boost fraud protection rates
by as much as 300%**

Source: Mastercard



De opkomst van flexibele betaalopties |

Nu e-commerce blijft groeien, verwachten consumenten betaalopties die aansluiten bij hun drukke levensstijl. Of het nu gaat om het gebruik van digitale portemonnees voor een snelle en veilige betaling, het kiezen voor een 'buy now, pay later'-regeling om betalingen in beheersbare termijnen te splitsen, of het doen van directe overboekingen voor onmiddellijke aankopen. Een eenvoudige checkout-ervaring kan het verschil maken tussen een afgeronde verkoop en een verlaten winkelmandje.

Buy now, pay later

Het BNPL-model is voor veel consumenten een populaire keuze geworden. Deze flexibele financieringsoptie stelt klanten in staat hun betalingen in beheersbare termijnen te spreiden, zonder hoge rente te betalen. Voor retailers blijkt BNPL een krachtige stimulans voor de verkoop: het moedigt meer aankopen aan en verhoogt ook de gemiddelde transactiewaarde. Uit onderzoek van Harvard Business Review blijkt dat klanten die BNPL gebruikten, vaker een aankoop deden, waarbij de kans steeg van 17% naar 26%. Dit model spreekt vooral jongere shoppers aan, die hun financiën graag dynamischer beheren.

Digitale portemonnees

De opkomst van digitale portemonnees biedt consumenten nog meer opties voor snelle en veilige betalingen. Digitale portemonnees stellen gebruikers in staat meerdere betaalmethoden op één plek op te slaan, van credit- en debetkaarten tot loyaliteitspunten en cryptocurrencies, en deze direct te gebruiken zonder fysieke kaarten nodig te hebben. Uit een rapport van PYMNTS blijkt dat Generatie Z twee keer zo vaak een aankoop doet met een digitale portemonnee in vergelijking met andere generaties. Met slechts één enkele tik wordt een transactie binnen enkele seconden afgerond, wat deze optie erg populair maakt.

The majority of buy now, pay later users are under the age of 35.

Source: Oliver Wyman

Abonnementsbetalingen

Abonnementsbetalingen winnen snel aan populariteit, vooral Generatie Z en millennials hechten veel waarde aan flexibiliteit en directe toegang. Diensten zoals streaming, fitnessapps en maaltijdbezorging hebben onze kijk op gemak veranderd. Waarom nog naar de winkel gaan als uw favoriete producten met één klik aan de deur geleverd worden?

Vandaag de dag geeft minder dan 20% van de consumenten aan geen enkel abonnement te hebben, terwijl bijna 70% de voorkeur geeft aan maandelijkse facturatie vanwege de flexibiliteit om te annuleren en het beter beheren van hun budget (Forrester). Retailers spelen hierop in door abonnementsmodellen te gebruiken die gemak voor de klant combineren met voorspelbare, terugkerende inkomsten.

De vraag naar directe betalingen |

Snelle, naadloze transacties zijn de norm geworden – van het in enkele seconden betalen voor een rit tot het afrekenen van een restaurantrekening zonder op een ober te hoeven wachten. Consumenten verwachten dat hun betalingen direct worden verwerkt. Als reactie hierop nemen bedrijven realtime betalingsoplossingen in gebruik die alle wrijvingen wegnemen, het afrekenproces versnellen en klanten tevreden houden.

Complicated checkout processes mean that over 70% of consumers abandon online carts. One-click payments can slash that rate to less than 1%.

Source: The Payments Association

One-click checkout

Heeft u ooit een online winkelwagentje achtergelaten omdat het afrekenen te lang duurde? U bent niet de enige – meer dan 70% van de shoppers doet hetzelfde. One-click checkout verandert dit door het proces naadloos te maken. Met slechts één tik wordt een aankoop direct voltooid, waardoor het aantal afgebroken aankopen daalt tot minder dan 1%. Dit is vooral waardevol bij mobiel shoppen, waar zelfs een paar extra seconden het verschil kunnen maken. Ook zorgen digitale portemonnees en automatisch invulbare gegevens ervoor dat het afrekenen sneller is dan ooit. Hoe vlotter het proces verloopt, hoe groter de kans dat consumenten hun aankoop afronden.

Realtime payments

Realtime payments (RTP's) maken het mogelijk om geld onmiddellijk over te maken, waardoor vertragingen worden vermeden en transacties soepeler verlopen. Volgens het Payments Journal bieden realtime payments 24/7 toegang, 365 dagen per jaar, zodat ze op elk moment beschikbaar zijn om overschrijvingen te verwerken. Een gast kan bijvoorbeeld uitchecken bij een hotel zonder te moeten wachten op betalingsverwerking.

Voor bedrijven reiken de voordelen veel verder dan alleen snelheid. Realtime payments verbeteren de cashflow, verkleinen het risico op terugboekingen en versterken de fraudebescherming doordat transacties onmiddellijk worden geverifieerd.



Contactloze betalingen en onzichtbare transacties |

Contactless payments now account for more than two-thirds of in-person purchases.

Source: Mastercard

Contactloze betalingen en onzichtbare transacties veranderen de manier waarop wij betalen, waardoor elke aankoop moeiteloos aanvoelt. Of u nu met een kaart tikt, een smartwatch gebruikt of de betaling aan uw smartphone overlaat – contactloos betalen bieden snelheid en veiligheid zonder het gedoe van contant geld of pincodes.

Onzichtbare transacties gaan nog verder waardoor u een betaling nauwelijks opmerkt. In slimme winkels bijvoorbeeld registreren sensoren de artikelen die u meeneemt, en zodra u de winkel verlaat, wordt de betaling automatisch verwerkt via uw digitale portemonnee.



Omnichannel betalingen

Omnichannel betalingen zorgen voor een naadloze en consistente betaalervaring over alle kanalen heen – of een klant nu winkelt in een fysieke winkel, een website bezoekt, een mobiele app gebruikt of aankopen doet via sociale media. Met de toenemende vraag naar gemak moeten bedrijven verschillende betaalmogelijkheden aanbieden, zoals krediet- en debetkaarten, digitale portemonnees (zoals Apple Pay en Google Pay), “buy now, pay later”-diensten (BNPL) en in sommige gevallen zelfs cryptobetalingen.

Een belangrijk voordeel van omnichannel betalingen is dat klanten een transactie op het ene kanaal kunnen starten en afronden op een ander. Een voorbeeld: een shopper kan artikelen aan een winkelmandje toevoegen via de website, maar de aankoop afronden in de fysieke winkel. Of een klant plaatst een bestelling via een mobiele app en haalt deze op via contactloze betaling bij het afhaalpunt.

Onzichtbare transacties

Onzichtbare transacties brengen een ware revolutie teweeg in de manier waarop mensen betalen, door betalingen nog naadlozer te maken dan ooit tevoren. Deze transacties vinden automatisch op de achtergrond plaats, waardoor fysieke handelingen zoals het swipen van een kaart, het invoeren van een pincode of zelfs het tikken met een telefoon overbodig worden. Dankzij technologische vooruitgang op het gebied van artificiële intelligentie, IoT (Internet of Things) en biometrische authenticatie kunnen bedrijven vandaag betaalervaringen aanbieden die nauwelijks of geen tussenkomst van de klant vereisen.

Denk bijvoorbeeld aan slimme apparaten zoals Amazon, Alexa en Google Nest, waarmee gebruikers thuis via een spraakopdracht zelf bestellingen kunnen plaatsen. De betalingen worden vervolgens onmiddellijk verwerkt via accounts die voorafgaand gekoppeld zijn. Ook abonnementsdiensten en automatische aanvulmodellen zorgen ervoor dat essentiële producten zoals boodschappen, huishoudartikelen of zelfs vervoerskosten automatisch worden aangerekend, zonder enige manuele handeling.

Retailers en hospitality bedrijven maken in toenemende mate gebruik van onzichtbare transacties om het gebruiksgemak te verhogen. Technologieën zoals “Just Walk Out”, geïntroduceerd door bedrijven als Amazon Go, stellen klanten in staat een winkel binnen te lopen, producten te nemen en weer naar buiten te gaan zonder aan een kassa te stoppen. Camera's en sensoren volgen automatisch de gekozen artikelen en brengen het juiste bedrag in rekening. Ride-sharing apps en bezorgdiensten werken volgens hetzelfde principe: de gebruiker boekt een dienst en de betaling wordt automatisch verwerkt zodra de dienst is afgerond.



Biometrische authenticatie en spraakgestuurde betalingen |



Spraakgestuurde betalingen behoren vandaag de dag tot de meest veelbelovende innovaties. Met de toenemende populariteit van spraakassistenten zouden betalingen op korte termijn net zo eenvoudig kunnen zijn als zeggen: “Bestel mijn gebruikelijke maaltijd voor levering” of “Betaal mijn hotelkamer, inclusief de kosten van de minibar.”

Around 70% of consumers find biometrics easier to use and almost half believe that biometric systems are more secure than passwords or PINs.

Source: Visa

Frictieloze checkouts

Vergeet pincodes en wachtwoorden. Biometrische authenticatie – zoals gezichtsherkenning, vingerafdrukscans en spraakverificatie – maakt betalingen eenvoudiger én veiliger. Met een eenvoudige gezichtsscan of spraakopdracht kan een transactie in een oogwenk worden afgerond. Volgens een studie van Juniper Research zullen biometrische betalingen oplopen tot 3 biljoen dollar wereldwijd, wat de snelle adoptie van deze technologieën onderstreept.

Deze methoden verhogen niet alleen de veiligheid, maar verkorten ook de afrekentijd, waardoor een vlottere winkelervaring ontstaat – of het nu aan een self-checkoutkiosk is, via een mobiele app of in een online winkel.

Verhoogde veiligheid

In tegenstelling tot traditionele pincodes of wachtwoorden, die kunnen gestolen of achterhaald worden, steunt biometrische authenticatie op unieke fysieke kenmerken, waardoor het voor fraudeurs aanzienlijk moeilijker wordt om een transactie te vervalsen.

Uit onderzoek van Mastercard blijkt dat 74% van de consumenten biometrische authenticatie als veiliger beschouwt dan wachtwoorden. Dit versterkt het vertrouwen dat men kan opbouwen door deze technologieën te omarmen. Bovendien analyseren AI gestuurde systemen voor fraudedetectie continu stempatronen en gezichtskenmerken om afwijkingen op te sporen, wat de beveiliging nog verder versterkt.



Spraakgestuurde en handsfree betalingen

Spraakgestuurde betalingen tillen dagelijkse transacties naar een nieuw niveau. Of u nu boodschappen bestelt tijdens het koken, een aankoop doet terwijl u onderweg bent, of uw rekeningen betaalt zonder ook maar een vinger uit te steken – spraakbetalingen besparen tijd en moeite. Alexa, Google Assistant en Apple's Siri integreren voice commerce steeds meer in het dagelijks leven, waardoor gebruikers met eenvoudige commando's producten bestellen, geld kunnen overmaken en zelfs diensten kunnen boeken.

Hoewel deze technologie zich nog in een vroege fase bevindt, staat voice commerce op het punt het betaalverkeer fundamenteel te veranderen.

Naarmate slimme luidsprekers, AI-assistenten en andere spraakgestuurde apparaten ruimer worden ingezet, zijn bedrijven genoodzaakt hun betaalstrategieën aan te passen om de concurrentie voor te zijn. Grote retailers zoals Walmart en Starbucks experimenteren al met spraakgestuurde bestellingen en betalingen, waarbij klanten via hun slimme apparaten aankopen kunnen doen én afrekenen.

Volgens een studie van Capgemini heeft 28% van de consumenten al eens beroep gedaan op een spraakassistent voor betalingen, en dit aantal zal naar verwachting toenemen naarmate de technologie verder evolueert.

LS Central en LS Pay:

Veilige betalingen op uw manier



De manier waarop mensen betalen verandert in sneltempo – contant geld verdwijnt stilaan, digitale portemonnees zijn in opmars en elk jaar komen er nieuwe betaalmethoden bij. Om bij te blijven, hebben bedrijven oplossingen nodig die niet alleen vandaag betrouwbaar zijn, maar ook klaar zijn voor de toekomst. **LS Central en LS Pay** bieden een geïntegreerd betalingsplatform waarmee retailers en hospitalitybedrijven een voorsprong behouden dankzij veiligheid, flexibiliteit en schaalbaarheid.

Bedrijven die met ons betalingsplatform werken, weten dat zij optimaal zijn voorbereid op toekomstige veranderingen. Zij kunnen vertrouwen op technologie die met hen meegroeit, voldoen aan de nieuwste regelgeving op het gebied van betalingen en hun klanten innovatieve functies aanbieden via naadloze integraties met toonaangevende Payment Service Providers (PSP's) wereldwijd. LS Pay is bovendien volledig geïntegreerd met **Microsoft Dynamics 365 Business Central ERP**, waardoor u rechtstreeks vanuit de backoffice kunt verkopen – zonder dat er een kassasysteem nodig is.

De snelle technologische ontwikkelingen en steeds hogere verwachtingen van consumenten zorgen ervoor dat retail- en hospitalitybedrijven onder druk staan om het tempo van verandering bij te houden. Ze moeten gebruiksvriendelijke betaalervaringen aanbieden die inspelen op de uiteenlopende voorkeuren van hun klanten. Welke kant de sector ook opgaat: met een moderne betaaloplossing zoals LS Pay staat u sterker om mee te evolueren – vandaag én morgen.





De toekomst van betalingen is direct, moeiteloos en veilig

Maakt u betalingen zo eenvoudig mogelijk voor uw klanten? Gebruikt u AI en spraaktechnologie om de veiligheid te verhogen en het afrekenproces te versnellen?

Voor retailers en bedrijven in de hospitality sector is dit hét moment om hun betalingen om te vormen van een routinematige handeling tot een concurrentieel voordeel. Een frictieloos, veilig en gebruiksvriendelijk betalingssysteem verhoogt de klanttevredenheid, stimuleert loyaliteit en zet aan tot herhaalaankopen.

Neem contact op met onze experts via sales@tcog.be of sales@tcog.nl en ontdek hoe LS Central en LS Pay uw onderneming kan ondersteunen.



Contact us



LS Retail, an Aptos Company is een wereldwijd toonaangevende leverancier van bedrijfsmanagementsoftware voor retail, horeca en bedrijven in voeding van iedere omvang. De alles-in-één bedrijfsbeheersystemen van LS Retail ondersteunen tienduizenden modeboetieks, elektronica-winkels, meubelgiganten, restaurants, hotels, coffeeshops, apotheken en meer.

Voor meer informatie over LS Retail en de producten, bezoek

www.LSRetail.com