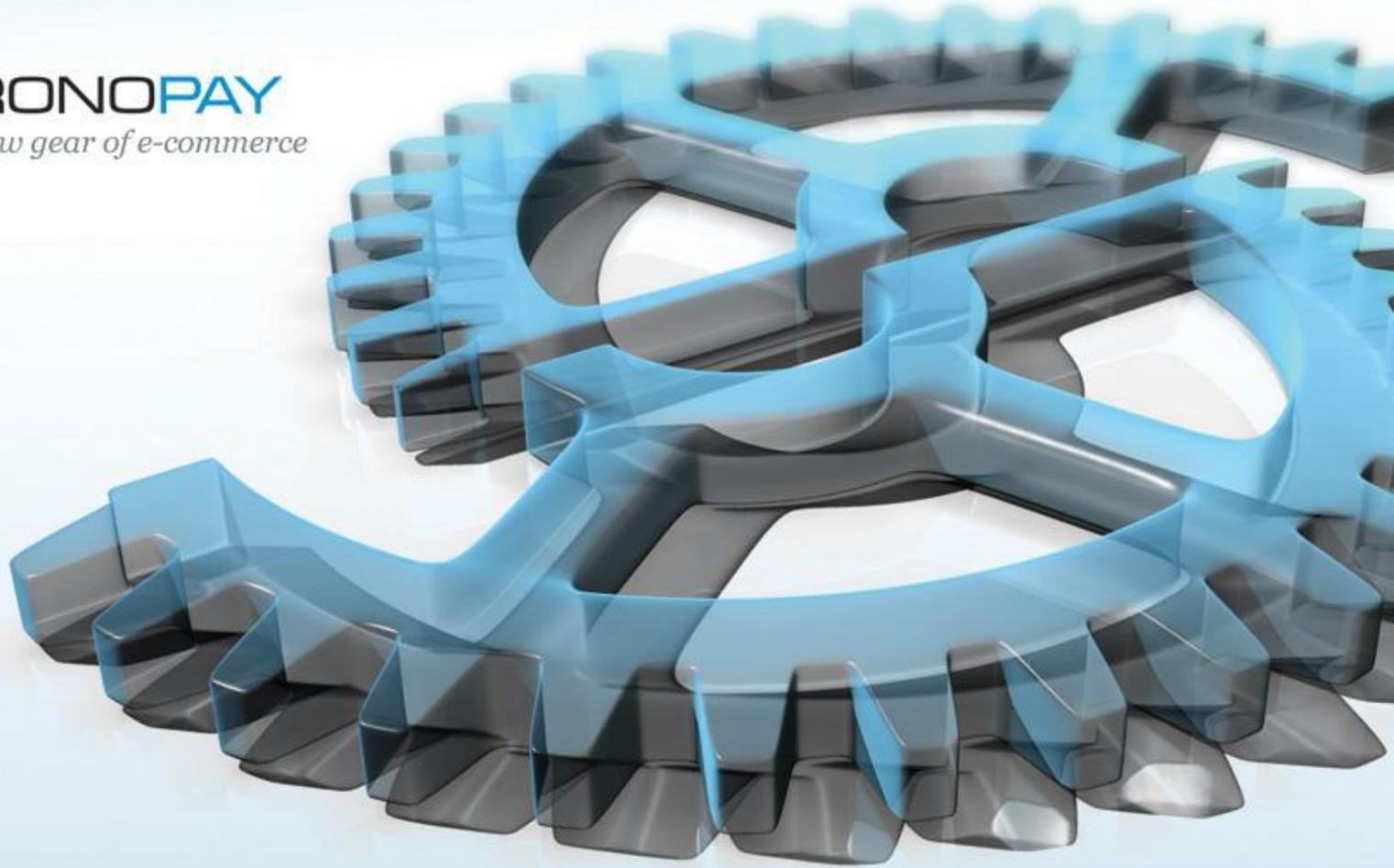




CHRONOPAY

a new gear of e-commerce



ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ И ПЛАСТИКОВЫЕ КАРТЫ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Москва, 2006



Банковские карты в сети. Прогноз роста.

Использование банковских карт в сети СТАНОВИТСЯ ПОПУЛЯРНЫМ, так как наблюдается:

1. очевидный для всех рост количества активных пользователей сети Интернет
2. рост количества эмитированных банковских карт*, а также рост количества транзакций по ним.
3. Доля “безналичного пластика” составляет порядка 7% против 80% в западных странах



* По данным Центрального банка, в 2005 г. количество эмитированных банковских карт увеличилось почти на 20 млн — до 54,5 млн штук, а объем операций населения по банковским картам составил 2,77 трлн руб.



Зачем “пластик” нужен интернет-магазинам?

Широкий выбор платежных инструментов – это дополнительное маркетинговое преимущество для любого интернет-магазина

Использование “пластика” в определенной мере увеличивает число потенциальных покупателей.

При этом, в значительной мере число покупателей увеличивается, если сам товар не требует физической доставки и покупатель получает его мгновенно (например: хостинг, интернет-реклама, коды доступа, игровые таймслоты, музыкальные файлы)





Мифы электронной коммерции

Как начать работать с “пластиком” и какие риски с ним связаны?

В растущем сегменте российского интернета многие магазины не спешат начинать работу с “пластиком” так как не в полне представляют себе, как правильно оценить риски и трудности, связанные с новым платежным инструментом.

МИФ 1. Начать работать с банковскими картами очень просто

МИФ 2. От торговца ничего не зависит, банк и процессинговая компания сами способны справиться с мошенничеством

МИФ 3. Customer Support – далеко не самое важное звено в построении бизнеса



Банковские карты – все не совсем так просто

Подключение на раз, два...

Важные моменты:

- Регистрация юридического лица, возможность показать реально существующий бизнес
- Где ведется бизнес? Валюта бизнеса?
- Различие между Aggregated и Direct Processing



a new gear of e-commerce



Контроль за мошенничеством

1. Допустимые уровни chargebacks

Visa – 2% от количества транзакций, но не более 200 по торговой точке за период (Global Merchant Chargeback Monitoring Program)

MasterCard – 1% от количества транзакций, но не более 15 по торговой точке за период (Excessive Chargeback Program)

2. Штрафная политика

UCS – \$5 per chargeback is a gift from God ☺

Западные банки – от \$25 до \$100+25 за превышение уровня по chargebacks

3. 3D Secure environment

- Возможно оспаривание транзакций типа “I didn’t do it” по Visa

- Держатель карты может успешно инициировать chargeback, если докажет, что услуга не оказана



Customer Support

Customer support – мощное оружие торговой точки

- 24 hour Customer Support
- Регистрация клиентов, оптимизация процедуры покупки
- Электронная рассылка предупреждений клиентам
- Смена дескрипторов
- Recurring payments



a new gear of e-commerce



CHRONOPAY
www.chronopay.com

Заключение

Спасибо за внимание!

Искренне надеюсь, что данный доклад являлся полезным для Вас.

Специалисты компании ChronoPay готовы ответить на Ваши вопросы, а также дать любые консультации по подключению процессинга банковских карт в сети интернет.

a new gear of e-commerce