



DISCOVER
Global Network

**Conectar
el mundo a través
de pagos**

El cambio en los comportamientos de los consumidores hace que los **pagos sin problemas** sean imprescindibles para los comerciantes

El comercio minorista omnicanal lleva años ganando adeptos. Pero, más recientemente, se ha disparado a medida que los consumidores demandan mayor flexibilidad para comprar y pagar. Hoy en día, los clientes quieren buscar desde cualquier dispositivo y en cualquier lugar para comparar precios e inventario, todo ello mientras compran en la tienda o en línea, y recogen el artículo en persona o reciben la entrega en casa.

En otras palabras, los compradores de todo el mundo están dejando de ser dependientes de los canales, y están abiertos a interactuar con los comerciantes de prácticamente cualquier manera posible. Sin embargo, lo único que nunca ha cambiado es que los consumidores siguen queriendo una experiencia del cliente sencilla, segura y sin problemas.

Los comerciantes también reconocen que la flexibilidad de pago es una oportunidad para mejorar su agilidad y adaptabilidad. Según 451 Research,¹ un 67 % de los comerciantes está totalmente de acuerdo en que la infraestructura de pagos moderna tendrá un impacto transformador en su negocio en los próximos tres años.

¿Suena sencillo? “A pesar del nivel de innovación en el mercado, ningún método de pago satisface completamente las necesidades de los consumidores en relación con la ubicuidad, la comodidad, la seguridad y la velocidad en todos los casos de uso de pagos”, según un informe de

“A pesar del nivel de innovación en el mercado, ningún método de pago satisface completamente las necesidades de los consumidores en relación con la ubicuidad, la comodidad, la seguridad y la velocidad en todos los casos de uso de pagos”, según un informe de Aite-Novarica Group.²

Aite-Novarica Group.² “Como resultado, los consumidores siguen teniendo problemas en toda la cadena de valor de los pagos”.

¿Cómo pueden los comerciantes tener éxito con el comercio sin problemas? Estas preguntas frecuentes explican lo que necesita saber para asegurarse de que sus plataformas de pago les proporcionan a los consumidores la experiencia sin problemas que desean.

1. ¿Cómo están cambiando los comportamientos de los consumidores?

La tendencia hacia los pagos móviles se ha acelerado a medida que los consumidores favorecen las transacciones sin contacto y remotas. Las compras en línea también se han disparado. Años de innovación se condensaron en meses, y los comerciantes se adaptaron rápidamente a este desarrollo.

¹451 Research. Diciembre de 2021. Tendencias en la experiencia del cliente y el comercio.

²Aite-Novarica Group. Enero de 2022. Interoperabilidad de pagos: el punto de vista del consumidor.

Hoy en día, los comerciantes buscan soluciones que sean seguras y sin fricciones, como [Secure Remote Commerce](#) de Discover, que permite a los consumidores utilizar la sencilla función Click to Pay. Esto elimina la necesidad de contraseñas y reduce la introducción manual de información personal, al tiempo que se añade una capa de seguridad. Otras importantes opciones de pago que han llegado a dominar en varias regiones incluyen carteras digitales y códigos QR, que son los principales métodos de pago en China.³

2. ¿Qué es el comercio sin problemas?

El comercio sin problemas permite a los consumidores navegar, comprar, pagar y elegir métodos para realizarlo desde cualquier dispositivo o desde una combinación de dispositivos. A medida que los consumidores compran en diferentes canales, no quieren encontrar problemas cuando se mueven entre estos métodos. Quieren una experiencia unificada. Por ejemplo, un consumidor podría investigar y comprar un producto en una aplicación móvil, recogerlo en la tienda, y después imprimir una etiqueta en el sitio web del comerciante para su devolución.

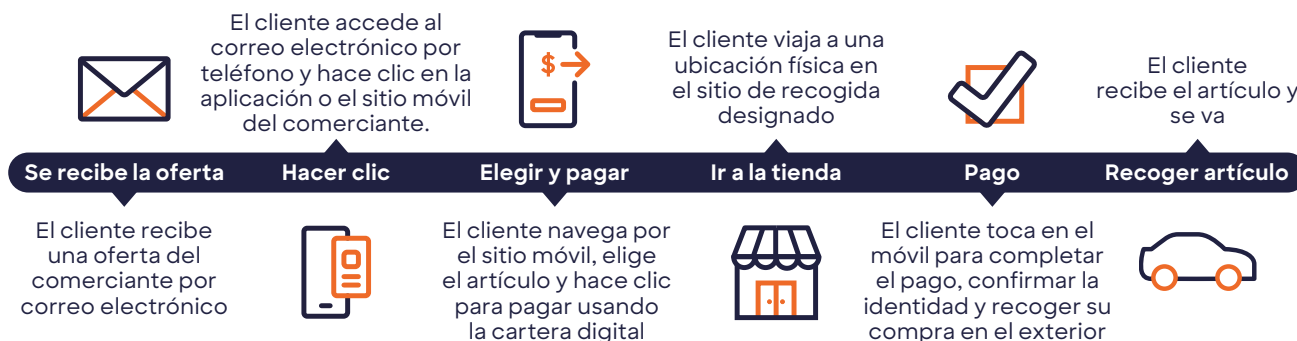
Al mismo tiempo, los consumidores desean abrumadoramente el mayor nivel de seguridad cuando se mueven entre canales. Según 451 Research,⁴ un 90 % de los consumidores están algo o muy dispuestos a dar pasos adicionales en el momento del pago para mejorar la seguridad. La buena noticia es que pueden tener ambas cosas. Al implementar soluciones como [ProtectBuy de Discover®](#), una solución de autenticación de clientes 3-D Secure, los comerciantes pueden tener una capa adicional de protección.



3. ¿Qué es el consumo multicanal?

Antes, los clientes eran muy fieles hacia su método de compra. Los consumidores preferían comprar por Internet o comprar en la tienda. Ya no. Hoy en día, los consumidores quieren un enfoque mixto, en donde llegan a los productos a través de múltiples puntos de contacto. Pero no quieren encontrar contratiempos cuando lo hacen. De hecho, casi la mitad de los consumidores encuestados (48 %) afirmaron que salieron de una tienda al menos una vez en los últimos 90 días y no realizaron ninguna compra porque la cola era demasiado larga.⁴ Un tercio de los consumidores dijeron que preferirían la capacidad de pagar por adelantado en línea y recoger en la tienda.⁴ Creando un modelo de negocio multicanal sin problemas que permite a los consumidores comprar en cualquier momento y lugar, los comerciantes pueden incrementar los ingresos y generar fidelidad.

El recorrido de un cliente por el comercio sin problemas



³Aite-Novarica Group. Febrero de 2022. El auge de los códigos QR: Su aplicación en los pagos y más allá

⁴451 Research. Enero de 2022. Encuesta global de pagos a comerciantes y consumidores.

5 formas en que los comerciantes tienen éxito con el comercio sin problemas

1 Aumente el número de opciones de pago

Deja que los clientes utilicen su método de pago preferido independientemente de dónde compren. En el punto de venta, eso significa añadir la capacidad de utilizar pagos móviles y con smartphone como Apple Pay, Google Pay y Samsung Pay.

2 Personalice la experiencia del cliente

Vender a nivel internacional es un factor que mejora los ingresos para muchos comerciantes, pero los consumidores quieren sentir que la experiencia está hecha a su medida. Considere publicar precios en la moneda local o enumerar productos en línea en varios idiomas.

3 Ofrezca compras y devoluciones sencillas

Indique a los clientes que guarden la información de pago para que puedan recibir transacciones más rápidas y fluidas la próxima vez que compren, incluso en línea o desde la aplicación móvil. Hacer esto también simplificará las devoluciones, lo que puede mejorar la fidelidad del cliente.

4 Reimagine la experiencia del consumidor

Céntrese en formas de eliminar los puntos de congestión al pasar por caja simplificando el proceso de pagos y proporcionando opciones sin contacto en todas partes, lo que incluye las capacidades de [Tap on Mobile de Discover®](#), desde minoristas a soluciones de tránsito.

5 Trabaje con un socio de pagos comprobado

Los comerciantes necesitan integrar los pagos para aceptar pagos en todos los canales, de forma que los consumidores puedan moverse fácilmente entre en línea, desde el móvil y en la tienda. Busque un socio de pagos que no solo le ayude a identificar los métodos de pago preferidos de sus clientes, sino que también le ayude a crear una infraestructura ágil para responder con agilidad a los hábitos cambiantes de los clientes.

4. ¿Qué es el consumo seleccionado?

La tecnología ofrece a los consumidores opciones prácticamente ilimitadas. Pero con la asombrosa cantidad de opciones, los consumidores pueden quedarse paralizados. Necesitan nuevas herramientas para acotar, o seleccionar, el gran número de opciones en relación con qué comprar, experimentar, leer, ver o ponerse. El comercio selecciona elige cuidadosamente productos que atraen a un grupo demográfico en concreto en función de su historial de búsqueda y compra.

5. ¿Cómo encajan el consumo seleccionado y el consumo multicanal en un comercio sin problemas?

Los hábitos de los consumidores están cambiando, y los consumidores exigen cada vez más que los comerciantes derriben los muros entre los canales. El comercio sin problemas salva la brecha entre el comercio en tienda y el comercio electrónico con la creciente presencia de las denominadas Banca abierta y Finanzas abiertas. Estos crean nuevas oportunidades para el marketing y las

transacciones multicanal al convertir los datos bancarios y de pagos en información del cliente para proporcionar una experiencia excepcional al cliente mediante una red integrada de servicios financieros. Sin embargo, la integración de los tipos de pago es un gran desafío para los comerciantes que desean aprovechar al máximo el consumo seleccionado y multicanal.⁵

6. ¿Cómo pueden los comerciantes tener éxito con el comercio sin problemas?

Los consumidores actuales esperan recibir alternativas en la forma en que compran y pagan. Para los comerciantes, esto significa que deben proporcionar las opciones de pago sin problemas que los consumidores desean. Para conseguir esto, los comerciantes deben replantearse cómo abordan gran parte de la experiencia de compra de sus clientes, desde aumentar las opciones de pago y generar fidelidad hasta hacer que las transacciones sean más simples y sencillas, y trabajar con socios de pago para mantener su tecnología actualizada.

⁵ 451 Research. Enero de 2022. Encuesta global de pagos a comerciantes y consumidores.



La tendencia hacia la fluidez continuará

Los cambios en los comportamientos de los consumidores, y los cambios en los pagos que conllevan, seguirán ofreciendo mayores oportunidades para los comerciantes que adopten el comercio sin problemas. Sin embargo, los desafíos siguen siendo los mismos. Trabajar con socios de pagos que tengan una profunda experiencia en la integración de los pagos es esencial para desarrollar el comercio sin problemas que los consumidores actuales esperan.

“Aunque el cambio siempre ha sido una constante en el panorama de los pagos”, indica Mercator Advisory Group, “la acelerada velocidad del cambio hace que para los comerciantes que hacen negocios en múltiples canales y en múltiples regiones les resulte más difícil mantenerse al día”.⁶

⁶ Mercator Advisory Group. Diciembre de 2021. Guía para la orquestación de los pagos

Acerca de Discover® Global Network

Discover® Global Network, la marca global de pagos de Discover Financial Services, procesa cada día millones de transacciones de titulares de tarjetas. Con experiencia en la industria, tecnología innovadora e infraestructura de bucle cerrado, Discover Global Network proporciona soluciones eficaces y personalizadas que evolucionan a medida que cambian las necesidades. Discover Global Network tiene alianzas con más de 25 redes de pago en todo el mundo y la dirigen tres empresas de Discover: Discover Network, con millones de establecimientos minoristas y de acceso a efectivo; PULSE®, una de las principales redes de cajeros automáticos/débito; y Diners Club International®, una red de pagos global con aceptación en más de 200 países y territorios.

Para obtener más información, visite DiscoverGlobalNetwork.com

