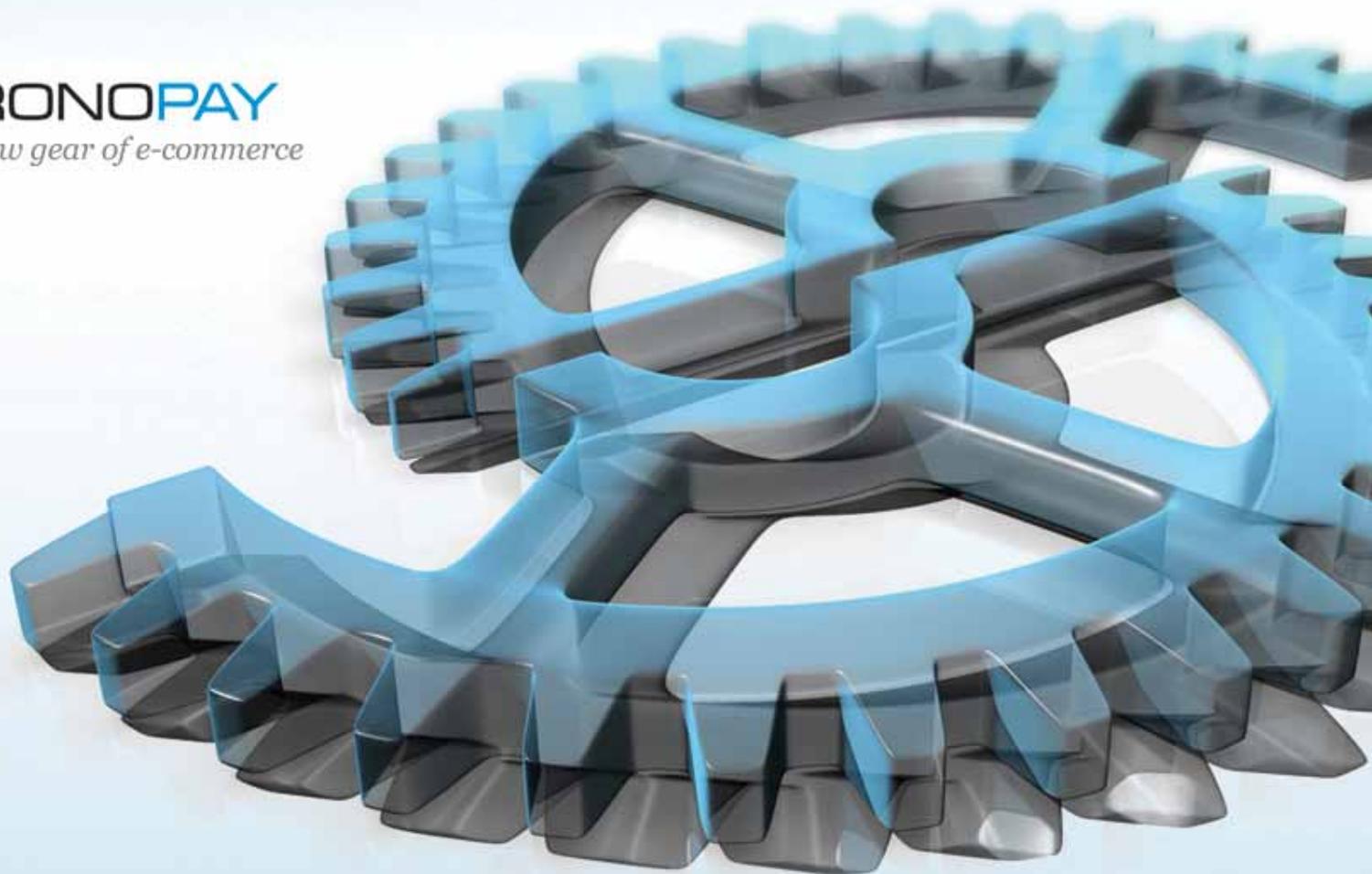




CHRONOPAY

a new gear of e-commerce



Специфика использования банковских карт при осуществлении онлайн-платежей

Динамика развития платежей банковскими картами в Интернете



CHRONOPAY

a new gear of e-commerce

Главная тенденция в странах СНГ в целом:



- **Постоянный рост платежей банковскими картами в Интернете**
 - **Количество используемых банковских карт растет** (например, в 2002 году в России использовалось 15,35 млн. карт, в 2006 – 74,6 млн. карт). Одновременно растет и количество карт, используемых для платежа в Интернете.

- **Доля транзакций по банковским картам в Интернете уже довольно велика.** (например, в России доля платежей в Интернете по банковским картам в 2007 году составит около 40%, по данным ФОМ).

- **Неизбежно быстрое развитие онлайн-платежей в travel-индустрии после введения электронного авиабилета в странах СНГ** с 31 мая 2008 года по инициативе IATA. Во всем мире основной инструмент онлайн-платежа за авиабилеты – банковская карта.



Зачем «пластик» нужен Интернет-магазинам?

1. Дополнительное маркетинговое преимущество, **увеличивает** круг потенциальных клиентов.
2. Возможность вести электронную торговлю **в глобальном масштабе** и широко взаимодействовать с иностранными покупателями.
3. Эффективный инструмент в случаях, когда товар **не требует физической доставки** и покупатель получает его мгновенно (например, хостинг, коды доступа, электронные авиабилеты)
4. Удобный инструмент, когда **прием офф-лайн платежей невозможен или затруднителен** (например, продажа книг через Интернет на значительное расстояние)
5. **Юридический статус «пластика» четко определен** – важно для тех Интернет-торговцев, чья деятельность жестко регламентирована (например, авиакомпании, торгующие электронными авиабилетами)



В каких случаях нужен «пластик»?

Прием онлайн-платежей по картам наиболее востребован:

1. Когда размер средней транзакции **значителен** (несколько десятков, сотен долларов и более)
2. В **travel-отрасли** (онлайн-оплата авиабилетов, гостиниц, страховых полисов и аренда автомобилей)
3. Когда Интернет-магазин ориентирован на **глобальный рынок** и привлечение иностранных покупателей
4. Когда Интернет-магазин продает не материальные товары, а **цифровой контент или услуги**

Прием онлайн-платежей по картам менее востребован:

- В случае приема **микроплатежей**
2. В случае необходимости доставки товара **офф-лайн**
 3. Когда покупателю требуется **высокая степень анонимности** (это часто связано с морально предосудительным характером покупок)

Мифы об использовании банковских карт в электронной коммерции



CHRONOPAY

a new gear of e-commerce

Многие Интернет-магазины в странах СНГ не торопятся развивать работу с пластиковыми картами, так как не вполне представляют себе, как эффективно использовать этот платежный инструмент.

Существуют **три основных мифа** о пластиковых картах.

- **Миф 1.** Начать работать с банковскими картами очень легко.
- **Миф 2.** От торговца ничего не зависит при обеспечении безопасности, банк и процессинговая компания сами способны справиться с мошенничеством.
- **Миф 3.** Client Support не имеет особого значения при организации продаж в Интернете.

Ключевые факторы эффективной работы Интернет-магазина с банковскими картами



CHRONOPAY

a new gear of e-commerce

- **Эффективность работы** Интернет-магазина с банковскими картами зависит от решения 3 основных вопросов:
 1. Условия **подключения** к приему платежей.
 2. Обеспечение **высокой степени безопасности** при осуществлении платежей.
 3. Качественная **клиентская поддержка** держателей банковских карт.



CHRONOPAY

a new gear of e-commerce

Подключение к приему банковских карт... все не так просто...

Важные моменты при подключении (от них зависят, в т.ч. и тарифы для Интернет-магазина):

- Место регистрации юридического лица и ведения бизнеса
- Возможность продемонстрировать реально существующий бизнес
- Характер бизнеса и связанный с ним **уровень риска**
- Выбор банка-эквайера и **Интернет-процессинга**
- Различие между **Aggregated** и **Direct Processing**





Обеспечение безопасности платежей

Безопасность – наиболее важное требование к Интернет-магазину

- Интернет-магазин не сможет успешно работать длительное время, если он не обеспечит покупателям **надлежащий уровень безопасности платежей** по банковским картам
- Обеспечение безопасности платежей по картам – сложный и непростой процесс. Интернет-магазин нуждается в **надежных партнерах** в этой сфере.
- Важнейшую роль в обеспечении безопасности платежей в Интернет-магазине играет Интернет-процессинг. Именно от Интернет-процессинга зависит, **какой процент подозрительных платежей будет предотвращен.**

Залог безопасности платежей – выбор Интернет-магазином надежного Интернет-процессинга



Как выбрать Интернет-процессинг

Основные критерии оценки Интернет-процессинга:

- Наличие собственной **уникальной системы безопасности** (фильтры и настройки)
- Наличие специализированного **риск-департамента**, ведущего претензионную работу и вручную проверяющего подозрительные транзакции
- Полная поддержка стандартов безопасности **3DSecure** (Verified by Visa) и **MasterCard SecureCode**
- Наличие **всех необходимых сертификатов и стандартов безопасности**, установленных Visa и MasterCard (в том числе PCI)
- Наличие **сертификатов международных антихакерских сетей**, таких, как Hacker Safe
- Защита серверов Интернет-процессинга одним из **ведущих хостинг-провайдеров** (таким, как RackSpace)
- Большой **опыт** работы с банками и наличие **международного пула** банков-эквайеров
- Индивидуализированная политика безопасности: предоставление Интернет-магазинам **дифференцированных настроек** платежных страниц
- Наличие Client Support на английском и нац. языках **в режиме 24/7/365**



Ключевые аспекты контроля 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

- Ведущий российский банк-эквайер UCS – \$5 per chargeback
- 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



CHRONOPAY

a new gear of e-commerce

Client Support

Customer support – мощное орудие торговой точки

- **24 hour Customer Support** на английском и национальном языках
- **Регистрация клиентов**, оптимизация процедуры покупки
- Электронная **рассылка предупреждений** клиентам
- **Смена дескрипторов**
- **Recurring payments**





CHRONOPAY

a new gear of e-commerce

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!