

PAYMENT SOLUTIONS
EXEX*

17. mai 2018

Kultuurikatel
Põhja pst 27a, Tallinn

Raulis Üksvärav

Kaardimaksete osakonna
juht, Swedbank Grupp

**Björn Salomon-
Sörensen**

Kliendisuhete direktor
Põhjamaades, Mastercard

Michał Łaszczyk

Ida-Euroopa piirkonna
turundusdirektor,
Ingenico Group

Margus Mägi

Kaupmeeste makselahenduste
juht Baltimaades, Swedbank

Alar Alumaa

Müügijuht,
Ellore

Greta Pudan

Kliendisuhete strateeg,
Google

Jaanus Vihand

Juhatusesimees, Coop
Eesti Keskühistu

Peep Kuld

Nõukogu liige, ON24;
Arendusjuht, Cleveron

Aimar Pärna

Juhatusesimees,
Tallink Duty Free

Magnus Widgren

Tegevjuht,
House of Friends

Swedbank 

 mastercard.

 Hansab

ingenico
GROUP



Palun kirjutage siia oma nimi, et kadunud raamat
oskaks teie juurde tagasi tulla

Hea kaubandus- ja teenustesektori otsustaja

Makselahenduste Otsustajafoorum Payment Solutions EXEX toimub juba neljandat korda. Sel aastal räägime, mis toimub lähiaastatel jaekaubanduses ja teenustesektoris, millised on uudsed tehnoloogiad kaubanduses ja maksetes, millised regulatsioonid sektorit mõjutavad ning kuidas vaatamata info ja valikute üleküllusele võita kliendi lojaalsus.

Hooga rütmiga päev koosneb huvitavatest vestlustest praktikutega, ekspertide ettekannetest ning loomulikult omavahelisest kogemuste vahetamisest. Sündmus peädib aasta kaubandusinnovatsiooni tunnustamisega.

Soovime teile asjalikku ja meeldivat foorumit!

Korraldajate ja partnerite nimel

Endrik Randoja

Confent



Programm

9.00 Hommikukohv, registreerimine ja partnerite expo

9.30 Foorumi avamine

9.40 Majanduse, tarbijakäitumise, jaekaubanduse ja maksete trendid

Raulis Üksvärav, kaardimaksete osakonna juht, Swedbank Grupp



10.10 Ülemaailmse e-kaubanduse maksete uued standardid

Björn Salomon-Sörensen, kliendisuhete direktor Põhjamaades, Mastercard



10.45 Vaheaeg ja partnerite expo

11.15 Teekond sularahata majanduseni - kas oleme juba kohal?

Michał Łaszczyk, Ida-Euroopa piirkonna turundusdirektor, Ingenico Group



11.45 Küsimuste ja vastuste sessioon partnerite ja ekspertidega

Michał Łaszczyk, Ida-Euroopa piirkonna turundusdirektor, Ingenico Group

Björn Salomon-Sörensen, kliendisuhete direktor Põhjamaades, Mastercard

Margus Mägi, kaupmeeste makselahenduste juht Baltimaades, Swedbank

Alar Alumaa, müügijuht, Ellore



12.15 Millised on e-kaubanduse, e-turunduse ja e-elu hetketrendid?

Greta Pudan, kliendisuhete strateg, Google



13.00 Lõuna ja partnerite expo

14.00 Kaubandusinnovatsiooni aastaauhind 2017

14.10 Lojaalsus info ülekülluse ja lõputute valikute maailmas

Magnus Widgren, tegevjuht, House of Friends



15.00 Kaubandus- ja teenustesektori praktikute ümarlaud

Jaanus Vihand, juhatuse esimees, Coop Eesti Keskühistu

Peep Kuld, nõukogu liige, ON24; arendusjuht, Cleveron

Aimar Pärna, juhatuse esimees, Tallink Duty Free



15.45 Makselahenduste Otsustajafoorumi lõpp

Majanduse, tarbijakäitumise, jaekaubanduse ja maksete trendid

Raulis Üksvärav, kaardimaksete osakonna juht, Swedbank Grupp

Majandus on kasvutrendis ja kaubanduspindade maht aina kasvab. Uurisime Swedbank Grupi kaardimaksete osakonna juhilt Raulis Üksväravalt, kuidas majanduse kasv mõjutab tarbijakäitumist, millised on trendid jaekaubanduses ja kuhu suunda arenevad makselahendused.

Kuidas majandus mõjutab tarbijakäitumist?

Euroopas ja Eestis jätkub tugev majanduskasv, mis lisab tarbijale kindlustunnet ja omakorda suurendab tarbimist. Paralleelselt on muutumas rahavoogude liikumine, kus Baltikumi jaekaubandusettevõtted peavad silmitsi seisma globaalsete e-kaubanduse tegijatega. Teisalt on märgata muutusi kulutamise iseloomus - erinevalt varasematest aastatest tehakse oste rohkem säästude kui laenu arvelt. Inflatsioon ja maksupoliitika on põhjustanud hinnatõusu, kuid

tarbijat ei paista kõrgem hind veel eriti häirivat. Tulevikus ei pruugi see nii enam olla ning paljud tarbijad võivad pöörduda e-kaubanduse usku, kus hinnad on tunduvalt madalamad. Tarbimise edasist kasvu ohustavad teatud segmentide kõrged hinnad ja kitsas kaubavalik.

Milliseid trende on märgata jaekaubanduses?

Kaubanduspindade maht aina kasvab, Euroopa kontekstis on Eestis elaniku kohta kõige rohkem kaubanduspinda. Paratamatult



Swedbank Group
Raulis Üksväärt
Swedbank Group

tekib kahtlus, kas seda on ehk liiga palju ning oodata võib ettevõtete konsolideerumist. Uute konkurentide turule sisenemine paiskab kaardid veel rohkem segi. Näiteks Lidli Leedu turule sisenemise tagajärjel leidis aset suur konsolideerumine ja isegi ühe ettevõtte lahkumine. Eesti tulevik on momendil hägune, kuna eristuvus on väike ja tarbijaid liialt vähe.

Selgelt joonistub välja

arenevad väga kiiresti ning muutuvad järjest odavamaks. Siia võib juurde pookida iseteeninduse ja automatiseerimise, mida soodustab tööjõu kõrge hind.

Kuhu suunda arenevad makselahendused ?

Käesoleval aastal kulmineerub NFC makselahenduse lansseerimine Baltikumis. Swedbank loodab kontaktivabade

Meie tarbijat iseloomustab pragmaatilisus - lisaväärtust pakkuvad teenused võetakse kiiresti kasutusele.

e-kaubanduse kiire kasv. Enne ostu sooritamist teeb tarbija aktiivselt pakutavate kaupade, teenuste ja hindade osas uurimistööd. Füüsilised poed on pigem showroomid, kus saab toodet oma käega katsuda. Lisateenused saavad lokaalse tarbija ligimeelitamisel üha olulisemaks. Lisaks on näha kullerteenuste kasvavat populaarsust. Inimesed tellivad kauba otse koju või pakiautomaati. Need lahendused

maksete infrastruktuuri 2018. aasta jooksul valmis saada. Baltikumi tarbija on lahenduse väga hästi vastu võtnud - 10% maksetest on tänaseks kontaktivabad. Meie tarbijat iseloomustab pragmaatilisus - lisaväärtust pakkuvad teenused võetakse kiiresti kasutusele. Tõusvas trendis on ka Google Wallet tüüpi mobiilimaksed - peagi tuleb iga kaardipakkuja oma Walletiga välja. Swedbank arendab parasjagu uut

veebipõhist PIN-koodi lahendust, mis muudab automaatselt kõik tehingud kontaktivabaks. Proovime tulevikus omalt poolt toetada kõiki maksekaardifirmasid. Samas tahan rõhutada, et kaardid ei kao uute makselahenduste tulekuga kuhugi. Maksed muutuvad mugavamaks, kuid jäävad siiski kaardipõhiseks.

Kuidas mõjutab uus andmekaitsemäärus kaardimakseid?

Kõik kaardimaksetega seotud

osapooled on uuest määrusest mõjutatud ja peavad oma töö uue seadusega kooskõlla viima. Meie Swedbankis oleme vajalikud kohandused teinud. Andmekaitsemäärus ei puuduta tarbijat poes maksete sooritamisel, sest pank ja kaupleja on selleks hetkeks juba andmekaitsega seotud lepingud omavahel kooskõlastanud.

Ülemaailmse e-kaubanduse maksete uued standardid

Björn Salomon-Sörensen, kliendisuhete direktor Põhjamaades, Mastercard

Digitaalsete maksete areng toob kaasa nii uusi võimalusi kui ka riske. Küsisime Mastercardi kliendisuhete direktorilt Björn Salomon-Sörensenilt, milline on digitaalsete maksete tulevik ja kuidas tagada tehingute turvalisus.

Milline võiks olla digitaalsete maksete tulevik?

Alustuseks tuleks pisut ajalugu uurida. Telefoni väljatöötamiseks kulus aastaid, Pokemon GO sündis kõigest paari nädalaga. Sellise arengu puhul on keeruline tulevikku ennustada, sest arenduse protsess muutub järjest kiiremaks. Samas on lahendusi, millest räägitakse juba ammu - kõik on kindlasti kuulnud imelisest külmapapist, mis tuvastab, kui piim on otsa saanud ja saadab poodi ise uue tellimuse.

Maksekaardi kasutamise asemel lähme üle virtuaalsele valuutale ehk tokenitele. Süsteem muutub

mugavamaks nii tarbijale kui kaupmehele. Edaspidi ei oma tähtsust, kas maksad mobiili või nutikellaga - iga maksega sünkroonitakse kõiki seadmeid. Bussipileti eest saad hõlpsasti näiteks sõrmusega maksta. Maksed hakkavad turvaliselt töötama igas seadmes.

Kuidas tagate tehingute turvalisuse?

Kiirus ja turvalisus on antud kontekstis võtmesõnad. Meie EMV kiipkaardi tehnoloogia on seni oma turvalisust tõestanud. Ma



astuksin veel paar sammu edasi ja arendaks kaardiomanike jaoks välja virtuaalse turvaelemendi, mis teatud parameetreid automaatselt uuendab, tehes petuskeemid ja rünnakud pea võimatuks. Selline funktsioon lisaks kõikidele osapooltele kindlustunnet.

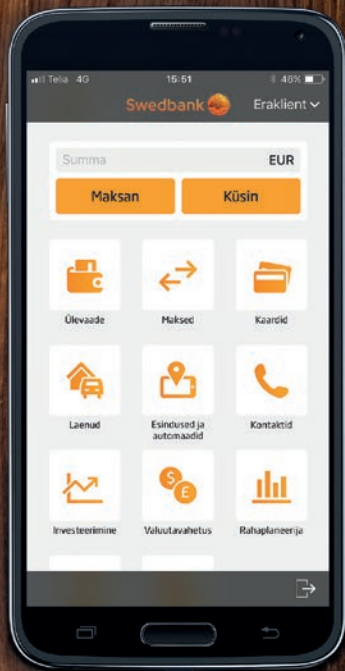
Milliseid uuendusi on oodata e-kaubanduse maksete osas?

Masterpass on Mastercardi nn virtuaalne rahakott, mis on välja töötatud just turvalisi ja

kiireid e-makseid silmas pidades. Kaupmehed on sellist lahendust ammu oodanud. Kaardi väljastajad on pikalt venitanud, sest arendus on pikk ja töömahukas. Pidime käesoleval aastal Masterpassi Baltikumis lansseerima. Kuid möödunud nädalal tegime koos Visa ja American Expressiga avalduse, et toome turule ühise e-lahenduse. Seega, Masterpassi asemel võetakse Eestis kasutusele hoopis uus platvorm, muutes regiooni moodsate makselahenduste eestvedajaks.

Edaspidi ei oma tähtsust, kas maksad mobiili või nutikellaga – iga maksega sünkroonitakse kõiki seadmeid.

Täiuslik paar



Pangakaarte ja mobiilipanka pakub Swedbank AS.
Tutvu tingimustega aadressil www.swedbank.ee
ja vajadusel konsulteerri spetsialistiga.

Swedbank 

Teekond sularahata majanduseni - kas oleme juba kohal?

Michał Łaszczyk, Ida-Euroopa piirkonna turundusdirektor, Ingenico Group

Majandus kasvab, sellega koos ka igasugused regulatsioonid ja uuendused. Kõisime Ingenico Group'i turundusdirektorilt Michał Łaszczykilt, milline tähtsus on POS-regulatsioonil, milline on regulatiivsete algatuste mõju ja kuidas mõjutab GDPR maksetehnoloogiaid.

Milline on POS-regulatsiooni tähtsus Euroopas?

Kõik, mis on hea finantssektori arengule, on hea ühiskonnale tervikuna. Kaardimaksete kasutamine raskendab maksukohustuste vältimist, maksutulude abil rahastatakse aga pea kõike, millega oma igapäevaelus kokku puutume: teid, millel sõidame, koole, kus meie lapsed käivad ja haiglaid, kus end ravida laseme. Kaardimaksete võimaldamist soosivad pea kõik valitsused, kuna see toob kaasa investeringute arvu suurenemise.

Me toetame regulatsioone, mis

soosivad innovatsiooni ja aitavad kaasa uute ettevõtete loomisele. Mida rohkem makseterminalid mingis valdkonnas on, seda rohkem teenuseid saab nende toel pakkuda. Arvukad uued idufirmad pakuvad teenuseid, mis baseeruvad makselahenduste tehnoloogiatel. Need lahendused poleks võimalikud, kui esmalt poleks olemas makseterminalid. Hea näide on ettevõtte nimega Zencard, mille omandas hiljuti Poola suurim pank. Zencard töötas välja lojaalsuskeemi, mis põhineb pangakaartidel. Iga makse genereerib boonuspunkte ilma, et kasutaja peaks kaasas kandma



eraldi kliendikaarti või täitma ankeete.

Milline on regulatiivsete algatuste mõju Ida-Euroopas?

Oleme selles piirkonnas näinud märkimisväärset arengut. Poolas käivitasime hiljuti valitsuse ja pankade ühisprogrammi, millega võimaldatakse alustavatele kaupmeestele kaardimakselahenduste paigaldamist väga

vastuvõtmist. Ja siis on muidugi Kreeka, kus terminalide arv on alates 2015. aastast neljakordistunud.

Huvitavad on ka arengud Horvaatias ja Tšehhis, kus uue maksuseaduse järgi võib elektroonilist kassaaparaati asendada lihtsalt koodijupiga makseterminalis. Selline kassaaparaadi ja makseterminali ühendamise toob kaasa tunduvalt madalamad kulud.

Kõik, mis on hea finantssektori arengule, on hea ühiskonnale tervikuna.

soodsatel tingimustel - tasuta kaardimakseterminalid ja tehingud kuni teatud summani. Esimese kuu jooksul on programmiga liitunud pea 20 000 kaupmeest.

Eelmisel aastal käivitati Ungaris sarnane programm, mille kaudu suurendati terminalide arvu 25% võrra. Ukrainas on piirkonna madalaim terminalide leviku tase, kuid väga suur kasvupotentsiaal ning plaan sel aastal vastu võtta seadus, mis toetab kaardimaksете

Kuidas mõjutab GDPR maksetehnoloogiaid?

Kuna GDPRiga reguleeritakse tarbijate andmekaitset, puudutab see kõiki ettevõtjaid, kes kliendiandmeid omavad. Meie jaoks on see vähem oluline, sest poodides tehtavate maksete puhul ei edastata isikuandmeid. GDPRi mõju on palju suurem e-kaubanduse, lojaalsusprogrammide ja näiteks Google Play (nn virtuaalsete

rahakottide) puhul. Kokkuvõttes on regulatsiooni eesmärk selgem suhtlus tarbijatega. Suurem osa reeglitest on ka täna kirjas, kuid keegi ei loe neid. Alati kui registreerume uudiskirja saamiseks või uue konto loomiseks, anname märkeruudule klikkides oma nõusoleku teenusepakkuja tingimustega. Seni on kõik pimesi nõustunud kõigega, mis neis pikkades tingimustes kirjas. GDPR aga nõuab tunduvalt selgemat väljendust. Ostuandmeid on võimalik müüa kolmandatele osapooltele, samuti nagu e-maili andmeid. Kui neid kahte kombineerida, on need väga ülevaatikud andmed. GDPR muudab valikute langetamise tarbijatele tunduvalt lihtsamaks olgu see seotud maksetega või mitte.

Lisaks GDPRile toob endaga lähiajal suuri mõjutusi ka PSD2. Kohesed maksed on moeväljendiks olnud juba mõnda aega. PSD2 saabumine võib valdkonna arengule hoogu juurde anda, sest üha rohkem kolmandaid osapooli saab ligipääsu finantssüsteemile ja võimaluse taotleda ja algatada makseid. Saame näha uusi maksetehnoloogiaid (lisaks NFC-tehnoloogiale ka Bluetooth-lahendusi) ja -viise ning

edukate uute kohalike algatuste tekkimist. Samal ajal hoiavad liidripositsiooni jätkuvalt suured rahvusvahelised teenusepakkujad, sest kaardimaksesüsteemide võlu peitub teadmises, et sinu kaarti aktsepteeritakse kõikjal, kuhu lähed. Pealegi pakuvad suuremad tegijad hüvesid, näiteks tagasimakse, mis on oluline tarbijakaitse vaatepunktist.

Palun rääkige meile Ingenico viimastest uuendustest.

Ingenico tutvustas hiljuti uut makselahendust Pin on Glass (POG), mis võimaldab vähendada väikeettevõtjate maksete vastuvõtmise kulutusi. Kuna enamikul kaupmeestest on tänapäeval nutitelefonid, ehitasime süsteemi, mis peitub väikeses kontaktivaba kiipkaardi lugejaga varustatud adapteris. Adapter koos erilise turvarakendusega jäädvustab makse töötlemiseks PIN-koodi. Näiteks külastad oma kohalikku toidupoodi, kus kasutatakse POG-lahendust. Poe omanik on oma nutitelefoni vajaliku rakenduse sisse lülitanud ning juhul kui sinu arve on suurem, kui kohese makse limiit, saad sisestada oma PIN-koodi kaupmehel nutitelefoni ekraanil

“

„PAKUME KAUBANDUS-
JA TEENINDUSSEKTORILE
TERVIKLIKKE MAKSELAHENDUSI,
MIS AITAVAD TÕSTA
EFEKTIIVSUST NING TAGAVAD
KLIENTIDELE PAREMA TEENUSE“

”



TEIE PARTNER UUENDUSLIKE
MAKSELAHENDUSTE ELLUVIIMISEL



A series of horizontal blue dotted lines for writing, spanning the right side of the page.



Lojaalsus info ülekülluse ja lõputute valikute maailmas

Magnus Widgren, tegevjuht, House of Friends

House of Friends tegevjuht Magnus Widgren on kogemustega turundus- ja reklaamispetsialist. Kõisime tema käest, millest tänased tarbijad hoolivad ja kuidas vaatamata info üleküllusele tekitada lojaalsust.

Millest hoolivad tänased tarbijad?

Tänastele tarbijatele on oluline see, kuidas neid teenindatakse, ja saadud kogemus. Nad tahavad kõike kiiresti ja seejuures tasuta. Briti futuroloog dr Nicola Millard viis tarbijate eelistuste teemal läbi uuringu ja jagas tulemusi meiega, öeldes, et mida lihtsam näib klientidele ettevõttega suhtlemine, seda lojaalsemaks nad muutuvad. See nn mugavusnäitaja on isegi tähtsam kui hinnasilt. Turundajate vaatenurgast on huvitav teadmine, et äri digitaliseerimisega suurenevad klientide ootused

mugavusnäitajale. Klient hoolib sinust seni, kuni teed oma toote ostmise talle lihtsaks ning samal ajal pakud talle sujuvat kogemust.

Kuidas tekitada lojaalsust info üleküllusest hoolimata?

Lojaalsust tekitatakse läbi oma kliendi käitumise ja suhtumise muutmise. Sa tahad, et su kliendid sind armastaksid ning ostaksid sinu tooteid ja teenused. Et nad teeksid seda veel ja veel ja veel. Kui suudad muuta nii kliendi käitumist kui ka suhtumist, siis saad vastu nn tõelise lojaalsuse. Tõeline lojaalsus



aitab sul hoida oma kliente konkurentide ahvatluste ohvriks langemast. Ohtlik on aga olukord, kus suudad mõjutada üksnes kliendi käitumist või suhtumist. Sel juhul saavutad sa võltslojaalsuse ja ebakindla kliendibaasi.

Milline on lojaalsustaktikate tulevik?

Lojaalsustaktikate tulevik toob kaasa suunatud sõnumid,

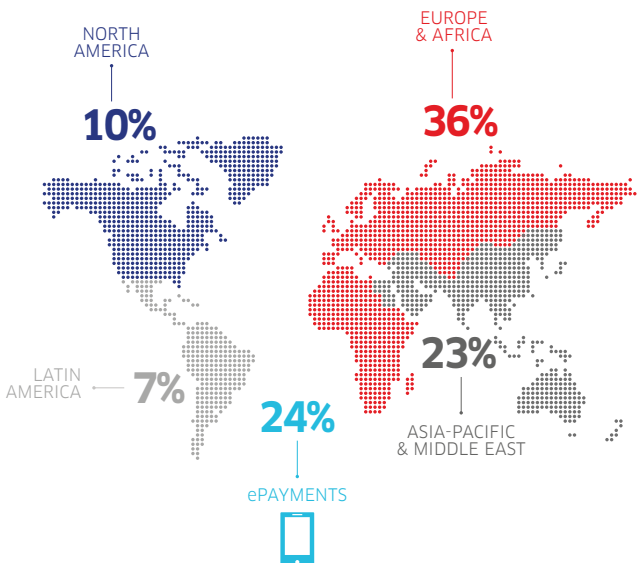
automatiseeritud turunduse ja uued tehnoloogilised lahendused. Nii kliendikogemuse kui ka mugavusnäitaja tähtsus suureneb sama kiiresti kui vanad taktikad kaovad. Mingil perioodil oleme võimelised uut vanaga kombineerima, kuid pikas perspektiivis mõistavad kõik, et see ei toimi. Mida paremini mõistame erinevate klientide käitumist ja suhtumist ning neid mõjutada suudame, seda edukamad on meie lojaalsustaktikad.

Tõeline lojaalsus aitab sul hoida oma kliente konkurentide ahvatluste ohvriks langemast.

Ingenico Group, global leader in seamless payment

For almost 40 years, Ingenico Group has supported the evolution of commerce through a comprehensive offering of payment acceptance solutions and services. Our solutions cover the whole payment value chain and all sales channels, and are suited to our customers' local requirements and international ambitions. Ingenico is at the heart of commerce, and its goal is to help merchants to develop their business.

BREAKDOWN OF REVENUE BY REGION IN 2017



8,000+
employees

170
countries

€2.5 BILLION
IN REVENUE

+50%⁽¹⁾
of income generated
by services

(1) Pro forma 2017
including acquisitions

Kaubandus- ja teenustesektori praktikute ümarlaud

Jaanus Vihand, juhatuse esimees, Coop Eesti Keskühistu

Eesti majanduse olukord on ilmselt läbi aegade kõige parem, kui erinevaid parameetreid jälgida. Uurisime Coop Eesti Keskühistu juhatuse esimehel Jaanus Vihandilt, kuidas on majanduse hea tervis mõjutanud tarbimist, millised uued teenused on turule tulemas ja milline roll on uutel makselahendustel.

Kuidas on majanduse hea tervis mõjutanud tarbimist?

Käibemahud kasvavad, sest odavamad tooted asendatakse kvaliteetsematega ja inflatsioon avaldab samuti oma mõju. Ometi pole ühikuliselt tarbimine kasvanud. Arvan, et Eesti tarbija tarbib targemini ja teadlikumalt. Näiteks toidu- ja esmatarbekaupade tarbimises on ilmselt vähenenud raiskamine. Kodudes on hakatud toidu tarbimist paremini planeerima ja selge trend on tervislikkuse suunas.

Kuidas te olete sellele reageerinud?

Me peame kogu aeg olema näoga tarbija poole ja vastama tarbimise trendidele, samas peab ka klientide ootusi ennetama. Ise välja pakkuma, mis võiks olla järgmine trend või suund, andma ideid. Näitena võib tuua sellise lihtsa asja nagu retseptid. Eks kõik oskavad mingil määral süüa teha, kuid meie äsja Eesti parima e-teenuse tiitliga pärjatud retseptilahendus on osutunud menukaks ja aidanud klientidel katsetada uusi maitseid. Ilmselt oleme midagi teinud õigesti ka



mujal, sest oleme juba mitu aastat olnud kõige kiiremini kasvav toidu- ja esmatarbekaupade jaekett Eestis.

Kas teie edumaa säilib ka Lidl'i sisenemisel Eesti turule?

Oleme Lidlit juba aastaid jälginud. Sealhulgas, kuidas on nad erinevatele turgudele sisenenud ja kuidas on nendel turgudel tema tulekule reageeritud. Võibolla

palet. Kaubandus ei tähenda enam poes käimist, vaid elustiilile vastavat toodete tarbimist kujul ja viisil, mis kliendile meeldib. Kui vaadata suuri rahvusvahelisi uuringuid, siis kaupluses füüsiliselt kohal käia soovib vaid umbes kolmandik tarbijatest. Ideaalis sobiks ca 70% inimestele, et külmik oleks lihtsalt täis neile sobivat kaupa.

Füüsiline kaubandus ei kao, kuid mugavuskaubandus areneb

Kaubandus ei tähenda enam poes käimist, vaid elustiilile vastavat toodete tarbimist kujul ja viisil, mis kliendile meeldib.

on Lidlil isegi suurem mõju kohalikele toiduainetootjatele kui meie konkurentidele. Nende sortimendist moodustab igas riigis u. 20% kohalik kaup, mida üldjuhul müüakse madala marginaliga.

Kuidas iseteenindus ja kojutoomine on käivitanud, mida neilt suundatelt ootate?

Need on sama trendi ehk mugavauskaubanduse kaks eri

edasi ja näeme selle erinevaid vorme. Osades Coop'i kauplustes moodustab iseteenindus juba 40% müügist. Kojutoomine on käivitanud väga hoogsalt ja nagu ka iseteenindus, kasvavad kojutoomise mahud pidevalt.

Milliseid uudiseid on Coopilt mugavuskaubanduse arendamisel oodata?

Tuleme paari kuu pärast

välja lahendusega, kus hakkame kaupa toimetama postiautomaatidega sarnastesse kappidesse. Silma hoiame peal ka maailmas proovimisel olevatel kontseptsioonidel ja tehnoloogiatel. Paljuräägitud Amazoni poolt kasutusele võetud lahendus, kus tooteid pole vaja skanneerida ja tasumine toimub automaatselt, on vaid üks paljudest, mida hetkel arendatakse.

Milline roll on makselahendustel ja mida uut on oodata?

Säästukaart on üks Eesti vanemaid lojaalsusprogramme, mille seitse aastat tagasi käivitatud laiendus Säästukaart Pluss toimib täna ka väga eduka maksekaardina. Me mõtleme kogu aeg võimalustele uuel moel makseid lahendada, õpime oma kolleegidelt kogu maailmast. Kindlasti saame peatselt rääkida ka uudistest selles valdkonnas.



Alati on keegi, kes tahab kaardiga maksta

Võta Swedbankist uus ja kuutasuta nutiterminal. See sobib Sinu ärile, isegi kui kaardimakseid on vähe.

▶ Vaata swedbank.ee/terminalid

Teenust pakub Swedbank AS. Tutvu teenuse tingimustega swedbank.ee/business, vajaduse korral konsulteeeri pangatöötajaga.



Swedbank 



A series of ten horizontal dotted lines for writing, spanning the width of the page.

Partnerid



Swedbank on jätkuvalt innovatsiooni lainel. Panustame uute makselahenduste väljatöötamise, et teha inimeste ja ettevõtete elu lihtsamaks ning mugavamaks. Esimese pangana tööme turule puutevaba tehnoloogiaga makseterminalid, uuendusliku nutiterminali ja viipekaardid. Oleme väljastanud üle 6 000 nutiterminali, mis annab võimaluse kaardimakseid vastu võtta kõikjal, kus ettevõtja liigub. Eelmisel aastal väljastasime üle 1,1 miljoni viipekaardi ja märtsis 2018 tehti juba üle 3 miljoni viipemakse tehingu. Meie klientidel on üle 41 000 makseterminali, millest viipemakseid võtab vastu juba üle 30 000 terminali. Oleme välja andnud kokku üle 3,7 miljoni pangakaardi.

Swedbanki statistika Baltikum kokku seisuga 30.03.2018

www.swedbank.ee/terminalid



Mastercard pakub tehnoloogiat, mis viib meid sularahavaba maailma ehk World Beyond Cash® poole. Mastercard haldab maailma kiireimat maksete töötlemise võrgustikku, ühendades tarbijaid, finantsasutusi, kaupmehi, valitsusi ja ettevõtteid rohkem kui 210 riigis ja nende territooriumitel. Iga päev ja igal pool kasutame oma tehnoloogiat ja teadmisi maksete turvalisuseks, lihtsaks ja arukaks muutmiseks. Me teame, et ohutus ja turvalisus on meie klientide, kaardiomanike ja partnerite prioriteediks ning seetõttu jätkame maksete turvalisuse tagamiseks uute ja paremate lahenduste väljatöötamist.

www.mastercard.com



Hansab on 27-aastase kogemusega juhtiv innovaatiliste äri lahenduste pakkuja pangandus-, jaekaubandus-, transpordi- ja avalikus sektoris. Ettevõtte tegutseb Balti riikides, Soomes ja Valgevenes. Hansab Gruppi kuulub 9 ettevõtet 17 esindusega üle Baltikumi, mistõttu saab Hansab tagada teenuse kõrge kvaliteedi olenemata asukohast. Hansabi peamiseks teenusteks on arendustegevus, seadmete ja täislahenduste müük, projektijuhtimine ja paigaldus ning müügijärgne hooldus. Hansabi tootevalik on väga lai ja ettevõtte teenindab igapäevaselt üle 60 000 seadme sh. üle 30000 kaardimakseterminali. Hansab on ametliik koostööpartner enam kui sajale juhtivale tarnijale üle maailma.

www.hansab.ee



Ingenico Group on usaldusväärne partner jaekaupmeeste ja klientide vahel, kelle eesmärgiks on maksetehingute tehnilist keerukust vähendada ja rikastada sealjuures kliendikogemust. Ingenico on olnud globaalne makselahenduste tööstuse liider juba 35 aastat pakkudes nii klassikalisi kui ka alternatiivseid maksemehodeid. Ettevõtte pakub nutikaid, usaldusväärseid ja turvalisi lahendusi, mis toetavad äri kõigil tasanditel: poes, e-poes ja mobiilis.

www.ingenico.com