

Argo Virkebau

Tegevdirektor
Tele2 Eesti

Richard Hammond

Bestselleri Smart Retail autor
Jaekaubanduskonsultant

Andrus Ossip

Juhatuse esimees
Elron

Kai Realo

Peadirektor
Statoil Fuel & Retail
Eesti

Raulis Üksvärav

Kaardimaksete
osakonna juht
Swedbank Grupp

Alar Alumaa

Tegevjuht
Ellore

Piotr Waś

Piirkonna juht
Poolas ja Balti riikides
Ingenico

Urmas Simson

Krediidiportfelli
valdkonnajuht
Swedbank

PAYMENT SOLUTIONS
EXEX*
MAKSELAHENDUSTE
OTSUSTAJAFOORUM

10. november 2015

SpaceX Sündmuskeskus
Keevise 6, Ülemiste City, Tallinn

Björn Salomon- Sörensen

Suurklientide osakonna
direktor
MasterCard

Partnerid

Swedbank



MasterCard

Hansab
it works

ingenico
GROUP

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

Hea külaline,

Foorumil arutame, mis toimub 2016. aastal jaekaubanduses ja teenustesektoris, kuidas arenevad makselahendused – eeskätt mobiilsed ja kontaktivabad maksed, mis toimub e-kommertsivaldkonnas ning mida sellest kõigest arvavad kliendid.

Hooga rütmiga päev koosneb huvitavatest vestlustest praktikutega, ekspertide ettekannetest ning loomulikult omavahelisest kogemuste vahetamisest. Sündmus peadib aasta silmapaistvaima makselahenduse tunnustamisega.

Vaheaegadel soovitan teil suhelda foorumi partneritega, et kuulda uutest makselahenduste korraldamise võimalustest.

Soovime teile kasulikku ja huvitavat foorumit!

Korraldajate ja partnerite nimel,

Endrik Randoja

Confent

Makselahenduste Otsustajafoorumi partnerid:



Programm

9.00 Registreerimine, hommikukohv ja partnerite ekspo

9.40 Millised on majandusarengud 2016. aastal ja kuidas need mõjutavad jaesektorit?

Urmas Simson, krediidiportfelli valdkonnajuht, Swedbank



10.10 Millised EL-i regulatsioonid lähiajal jõustuvad ja kuidas need kaupmeest mõjutavad?

Raulis Üksvärav, kaardimaksete osakonna juht, Swedbank Grupp



10.40 Vaheaeg

11.10 Millised on kontaktivabade maksete lähituleviku tehnoloogilised innovatsioonid?

Piotr Waś, piirkonna juht Poolas ja Balti riikides, Ingenico



11.40 Millised on kaupmeeste ja klientide kontaktivabade maksete kogemused välismaalt?

Björn Salomon-Sörensen, suurklientide osakonna direktor, MasterCard



12.10 Kuidas mPOS aitab kaardimaksed massidesse viia ning kaupmeest kliendiga lähendada?

Alar Alumaa, tegevjuht, Ellore



12.45 Lõuna, partnerite ekspo

13.45 Ümarlaud: Millised on jaesektori arengud 2016. aastal? Näited teenustesektorist ja jaekaubandusest.

Argo Virkebau, tegevdirektor, Tele2 Eesti

Andrus Ossip, juhatuse esimees, Elron

Kai Realo, peadirektor, Statoil Fuel & Retail Eesti



14.45 Milline on jaekaubanduse, teenustesektori ja maksete lähitulevik?

- Kuidas mõjutavad tarbijate muutunud ootused jaekaubanduse arengut?
- Millistelt *on-line* ja *off-line* kaubanduskontseptsioonidelt tasuks õppida?
- Kuidas mõjutab jaesektori areng inimeste harjumusi oma ostude eest tasuda?

Richard Hammond, Smart Circle konsultatsioonifirma asutaja ja bestselleri Smart Retail autor



15.45 Aasta Makselahenduse tunnustamine

16.00 Makselahenduste Otsustajafoorumi lõpp

Millised on majandusarengud 2016. aastal ja kuidas need mõjutavad jaesektorit?

Urmes Simson, krediidiportfelli valdkonnajuht, Swedbank

Eesti kodumajapidamiste säästupilt on aktiivsest tarbimisest hoolimata muutunud palju paremaks. See paranemine on olnud üpris ühtlane läbi erinevate segmentide. Swedbanki krediidiportfelli valdkonnajuhilt Urmes Simsonilt uurime, mis ootab meid ees 2016. aastal, milline on olukord sisetarbimises ja ekspordis ning kuidas see kõik mõjutab jaekaubanduse arenguid.

Milline on üldine majandusproгноos 2016. aastaks?

SKP puhul on kõige turvalisem prognoosida samasugust kasvu nagu seni - reaalkasv 2% ja nominaalkasv 3% -, aga juba paar aastat on olnud õhus ootus, et majapidamised isegi sissetulekute kasvu jätkudes tarbimist vähendavad, eelistades säästmist ja puhvrite kogumist. Seda pole siiski juhtunud. Vaadates 2014. ja 2015. aasta kasve sisetarbimises, siis need on olnud vähemalt võrreldavad palgafondi kasvuga. See on olnud üllatav ja on aja küsimus, millal kasvutempo hakkab raugema. Selle prognoosi eelduseks on, et Euroopa

majanduskasv jääb ka järgmisel paaril aastal nõrgaks. Hetkel ei ole näha tõuget, mis võiks Euroopas järgmise aasta jooksul majanduskasvu tekitada.

Eesti üldine makropilt näitab, et laenu ja hoiused on tasakaalus, maksebilansi jooksevkonto on tasakaalus ja suurt ohtu tagasilöögiks ei tundu olevat. Viimaste aastate kasv ei ole baseerunud võlal.

Kuidas on arenenud kodumajapidamiste võlakoormus ja säästude tase?

Palju on olnud juttu avaliku sektori madalast võlakoormusest. Kodumajapidamiste võlakoormus



on meil suurusjärgus 40% SKP-st, samal ajal kui Soomes on see 70% ja Rootsis 84%. Raske on ennustada, kas meie võlakoormuse tase hakkab põhjanaabritele lähenema, aga see näitab, et meie kodumajapidamistel on juba praegu teatud puhvreid. Eesti kodumajapidamiste säästupilt on aktiivsest tarbimisest hoolimata muutunud palju paremaks. See paranemine on olnud üpris ühtlane läbi erinevate segmentide. Näiteks eelmise buumi lõpus, 2008. aastal oli kodumajapidamiste hoiuste maht

ajal on palkade kasv olnud viimasel neljal aastal 5-7%. See kõik on siseturu nõudlust palju toetanud. Tarbija kulutab igapäevakaupadele hoogsalt, aga kallite kestvuskaukade, nagu autode ja kinnisvara tarbimine on omaaegsetest tippudest kolmandiku võrra madalam. Nafta hinna langus on samuti tarbimist mõjutanud, sest muude kaupade jaoks jääb tarbijal rohkem raha.

Tundub, et tarbija hindab rohkem igapäevast heaolu ega soovi nii palju riske võtta. Kasvanud on

Kaubanduspinna sündimise initsiaatoriks on täna kaupmehed ise, mitte niivõrd see, kas pangad kinnisvaraarendajat finantseerivad - ükski pank ei finantseeri tühja maja.

3,6 mld eurot ja käesoleva aasta septembris 5,6 mld eurot. Samal ajal on laenude maht langenud 7,6-lt 7,2-le mld eurole.

Mis toimub sisetarbimises ja ekspordis?

Eksport seisab juba neljandat aastat paigal, aga siseturu nõudlus on kasvanud. Tööpuudus oli rekordhetkel ligi 20%, tänaseks on see langenud ligi 6,5%-le. Raske on uskuda, et tööhõive osas oleks paranemiseks ruumi. Samal

nn igapäevaste kestvuskaukade tarbimine, nagu jalatsid ja riided, mööbel ja kodumasinad ning mobiilsidevahendid ja arvutid. Näiteks mobiiltelefone müüakse aastas koguni ca 350 000 tükki. Tarbimises on lisaks võimalustele oluline ka psühholoogiline komponent - milline on inimeste kindlustunne ja nende väärtused.

Kuidas need arengud mõjutavad jaekaubandust?

2004. aastal avati Tallinnas kaks suurt kaubanduskeskust. Pärast pikka vaiksemat perioodi oleme viimastel aastatel näinud taas uut laienemise lainet. Tarbimise kasvust võivad need, kes oskavad end õigemini positsioneerida, seda nii oma pakkumise kui ka asukoha osas.

Erinevate kaubagruppide müüjatele on olulised erinevad faktorid. Supermarketite osas on ilmselt üsna raske midagi teha, et oma kaubagruppide tarbimist veel kasvatada. Kestvuskaupade osas saab määravaks kaupmeeste võimekus luua ja näidata vajadust oma kaubagruppide järele.

Kaubanduspinna lisandumine peaks tähendama kaupmeestele madalamaid rendihindasid. Kaubanduspinna sündimise initsiaatoriks on täna kaupmehed ise, mitte niivõrd see, kas pangad kinnisvaraarendajat finantseerivad - ükski pank ei finantseeri tühja maja.

Kas oskad anda prognoosi ka hotelli- ja toitlustussektori arengule?

Turismisektoris on meil praegu kande v jõud soomlased, kes moodustavad 50% turistidest. Vene turistide arv on seitsme kuuga vähenenud 36%. Kokku on välismaalt pärit turistide arv kahanenud 5,5%. Eestis aastavahetust tähistavat vene klienti on väga raske mujalt tulnud turistidega asendada, sest vene turist kulutas rohkem. Võrreldes käesoleva aasta algusega, on olukord siiski veidi paranenud.

2015. aasta saab olema esimene kord üle viie aasta, kus välituristide arvus esineb langus. Kui langus osutub lühiajaliseks, siis kehtvat mõju sellel ei ole, aga kui see trend jätkub, tuleb mõelda, kuidas ja kellega oleks võimalik vene turiste asendada.

Soome majandusraskused teevad soomlased hinnatundlikumaks ja see võib isegi Eestisse reisimist toetada. Hea on näha, et turistid jõuavad Eesti suurematest linnadest üha enam väljapoole.

Millised EL-i regulatsioonid lähiajal jõustuvad ja kuidas need kaupmeest mõjutavad?

Raulis Üksvärav, Swedbank Grupi kaardimaksete osakonna juht

Ühtses Euroopa majandusruumis tegutsedes on oluline teada, millised Euroopa Liidu poolt planeeritavad muudatused meid lähiajal mõjutada võivad. Sellepärast palusime Swedbank Grupi kaardimaksete osakonna juhil Raulis Üksväraval tutvustada lähiajal jõustuvaid uusi kaardimakseid puudutavaid regulatsioone.

Millised valdkonna EL-i regulatsioonid lähiajal jõustuvad?

Vahendustasude regulatsioon on suurim muudatus maksekaarditurul viimase 20 aasta jooksul ja mõjutab kõiki osapooli. Regulatsiooni kõige nähtavam osa on hinnalae kehtestamine, kus Euroopa Liidu piirides seatakse piirmäär eraisiku deebet- ja krediitkaarditehingute vahendustasudele. Seni kehtisid vahendustasudele erinevad määrad sõltuvalt riigist. Selline korraldus pidurdas Euroopa Komisjoni arvates vaba konkurentsi toimimist liidu sees ja seadis ebavõrdsed tingimused turuosalistele ning lõpuks ka kaupmeestele, kes vastavalt riigile pidid maksma vägagi erinevaid

komisjonitasusid. Lisaks sellele üritab regulatsioon eemaldada piiriüleste kaarditehingute toimimise juriidilised ja tehnilised tõkked.

Ühe näitena võib tuua veel piirangu kaotamise uutele turgudele sisenemise kontekstis. Kui varem pidi kaardimakse teenusepakkuja rahvusvahelistelt kaardiorganisatsioonidelt igas riigis eraldi litsentsi ja loa taotlema, siis nüüd piisab sellest, et sul on toimiv äri ühes Euroopa Liidu liikmesriigis ning eraldi litsentse või lubasid äri alustamiseks pole enam tarvis. Kõik see kokku peaks muutma kogu teenuse tervikuna teenusepakkujatele ja kaupmeestele odavamaks.



Et Eesti ettevõtlus edeneks

Swedbank hoiab silma peal erinevatel äri sektoritel. Meie sektorijuhid on oma valdkonna eksperdid. See hakkab silma nii pangakoridorides kui ka pangast väljaspool. Sektorijuhid on tugevaks partneriks valdkonna tippettevõtjatele. Nad tunnevad asja – näevad sektori suurt pilti ning mõistavad detaile. Nad jagavad oma teadmisi ning toetavad sellega valdkonna arengut. Sektorijuhiga tasub asju arutada!



Majandussektorite värske analüüside ja uuemate trendidega saab ennast igapäevaselt kursis hoida külastades Swedbanki ettevõtte infoportaali:

www.swedbank.ee/infoportaal/majandussektorid

Swedbank korraldab igal aastal kaubandusettevõtete küsitlust, mis annab hea ülevaate valdkonna hetkeseisust ja trendidest. Küsitluse tulemusi jagame kaubandussektori ettevõtjatega, et anda neile väärtuslikku sisendit juhtimisotsuste tegemisel. Täna on ettevõtte infoportaalis saadaval kevadise küsitluse tulemused.

Maris Peda
Swedbanki kaubanduse sektori juht
telefon: 8889026
e-post: maris.peda@swedbank.ee

Kuidas uued regulatsioonid kaupmeest mõjutavad?

Euroopa komisjoni põhilised eesmärgid regulatsiooni kehtestamisel on:

- Luua Euroopa ühtne maksete turg, et kaupmehed saaksid sarnase kogemuse kaardimaksete teenindamisel igas liikmesriigis.
- Vahendustasude reguleerimine, et kaotada kaupmeeste poolt makstavate komisjonitasude erinevused riikide lõikes.

on väga suur erinevus kaardimaksete arvus riikide lõikes. Kui Kreekas ja Rumeenias tehakse inimese kohta alla kümne kaardimakse aastas, siis Eesti näitaja on 200 ja Põhjamaade oma 300 kaardimakse juures aastas.

Eestis on maksekaartide turu areng olnud väga kiire. Kiire kasv on saavutatud ilma regulatsioonita ja vaba turumajanduse tingimustes, ilma regulaatorite sekkumiseta. Kaupmehed saavad vabalt panka vahetada, ei ole juriidilisi ega tehnilisi tõkkeid kaartide vastuvõtmisel ja

Vahendustasude regulatsioon on suurim muudatus maksekaarditurul viimase 20 aasta jooksul ja mõjutab kõiki osapooli.

- Tasude läbipaistvuse suurendamine, et kaupmehed saaksid aru, millest lõpphind koosneb.
- Konkurentsi tekitamine läbi tehniliste ja juriidiliste turutõkete eemaldamise, samad reeglid ja tehnilised standardid kõigile turuosalistele üle Euroopa.
- Elektrooniliste maksete kasvu kiirendamine sularaha arvelt.

Kas see üllas eesmärk ka täidetud saab, näitab üksnes aeg, sest Euroopas oli ja on suuri erinevusi kaardimaksete võimalustes ja kaardivaldajate kogemustes. Lisaks

elektrooniliste maksete kasv on olnud muljetavaldav. Seega ei ole regulatsioonil eelpoolnimetatud asjaolude tõttu praktilist mõju Eesti kaupmehele. Samas tasude läbipaistvus, ehk millest kaardimakse komisjonitasud koosnevad, suureneb ja vahendustasude regulatsiooniga peaksid teenusepakkujad võimalusel paremaid tingimusi ning potentsiaalselt üle-euroopalist teenust suutma pakkuda.

Kokkuvõtteks peaks ühtne maksete turg tagama kaupmehele parema ja samaväärse teeninduse Euroopa Liidus ning lisama valikuvõimalusi teenusepakkujate



PAYMENT SOLUTIONS
EXEX

Swedbank

PAYMENT SOLUTIONS
EXEX

MasterCard
Worldwide

Hansab
it works

Swedbank

PAYMENT SOLUTIONS
EXEX

PAYMENT SOLUTIONS
EXEX

PAYMENT SOLUTIONS
EXEX

Swedbank

PAYMENT SOLUTIONS
EXEX

EXEX2014
Raulis Ukkvärre
Swedbank

● Today the act of payment is multi-dimensional. We are at the heart of the rapidly evolving retailer-consumer relationship. More than ever, Ingenico Group is a trusted partner, uniquely positioned to reduce payment complexity for banks and merchants while enhancing the consumer experience. We guide them safely, offering them innovative solutions to ensure that payments are simple and fast, whatever the channel: in-store, online and mobile. ●

ingenico
GROUP

global
leader in
seamless
payment

A series of 25 horizontal dotted lines for writing.

Millised on kontaktivabade maksete lähituleviku tehnoloogilised innovatsioonid?

Piotr Was, piirkonna juht Poolas ja Balti riikides, Ingenico

Uurisime, millisena näevad kontaktivabade maksete lähitulevikku tehnoloogiaarendajad ise. Ingenico esindaja Piotr Was'iga sai intervjuu tehtud meie raamatu trükki minemise päeval, sellepärast on allolev arutelu originaalkeeles.

What are your experiences with contactless solutions in terms of technical, consumer and merchant points of view?

As Ingenico Group's experience confirms, contactless payments have been rapidly taking off in most of the European markets in recent years and this movement is expected to accelerate in the upcoming years. The reasons for the growing appetite for contactless payments are threefold – convenience, simplicity and rapidity that this technology brings to a cardholder. Also, Contactless payments are beneficial for merchants by shortening the payment process as well as by providing a more

convenient and innovative payment means to consumers.

As a result, merchants' payment acceptance infrastructure is modernized and optimized while purchase experience is simplified and enhanced.

In spite of the rapid development of contactless technology, there is space for further increase by introducing this technology in new market segments such as transportation & vending where rapidity and convenience of payments are the key.

In Poland, Ingenico has been for two years the sole provider of contactless payment terminals deployed by Polish ePayments in



PAYMENT SOLUTIONS
EXEX

Swedbank

IT SOLUTIONS
EXEX

MasterCard
Worldwide

Hansab
if works

bank

EXEX2014
Piotr Was

cooperation with MasterCard at the largest music festivals, such as Open'er Festival, Orange Warsaw Festival, OFF Festival and more. Thanks to Ingenico's contactless technology embedded devices, tens of thousands of events' participants can seamlessly pay for whatever they purchase at the venue, without the risk of losing or missing cash or special coupons while enjoying their time at a concert.

As an illustration of the growing interest in contactless payment beyond the traditional retail segments, we can also mention

of contactless payments requires dedicated consumer education. In Poland, for instance, in the early days of NFC implementation, the main challenge was to overcome worries and concerns some consumers had, mostly regarding security. The market education process was successful and now Poland is one of the Europe's leaders in terms of number of contactless transactions. For merchants, acceptance of contactless payments quickly becomes a matter of competitive advantage. Along with popularization of NFC-enabled cards and mobile devices, contactless

Along with popularization of NFC-enabled cards and mobile devices, contactless payments become a market standard.

the recent implementation of contactless technology by Ingenico in the Ukraine - on 17 stations of the Kiev Metro. The solution combines Ingenico iUC180B contactless smart terminals with acquiring services provided by Oschadbank in partnership with MasterCard.

[What can Baltic markets learn from other markets? Is there anything we should implement differently?](#)

The successful market adoption

payments become a market standard. In Poland nowadays hardly anyone is interested in using a non-contactless terminal. I am convinced that Baltic markets should and will follow that path.

[What technological innovations can we expect in the nearest future in contactless payments?](#)

The core field in which contactless will mostly face innovation is mobile payments. The quick development of

HCE (Host Card Emulation) mobile wallets will undoubtedly influence the market in the nearest future, mainly by strengthening the demand for NFC payments acceptance. It is a part of the evolution of payment methods. In the past we could face at least 2 milestones of this kind. The first one, when EVMTM chip cards began to replace traditional mag-stripe cards, the second one when NFC technology enriched chip cards making contactless payments a

market standard. The third milestone is the digitalization of contactless cards which we are facing right now. As HCE technology requires consumers only to have an NFC-enabled smartphone with a suitable application installed, I presume it will gain on popularity really quickly. Under such circumstances the main challenge for merchants is to deploy NFC-ready terminals as soon as possible.

Kuldaväärt krediitkaart, mille juurde kuulub reisikindlustus.

www.swedbank.ee/krediitkaart



Krediitkaarte väljastab Swedbank AS ja reisikindlustust pakub Swedbank P&C Insurance AS. Tutvuge teenuse tingimustega www.swedbank.ee ja vajaduse korral konsulteerige pangatöötajaga. Krediidi kulukuse määr on 23.82% aastas järgmistel näidistingimustel: krediidilimit 1900 €, intress 17%, kuutasu 3,70€, kaardi avamise tasu 2.50 €, tagastamise tähtaeg 1 aasta. Tasutav krediidi kogukulu on 2130.86 €.

Millised on kaupmeeste ja klientide kontaktivabade maksete kogemused välismaalt?

Björn Salomon-Sörensen, suurklientide osakonna direktor, MasterCard

MasterCard on olnud aastakümneid makselahenduste valdkonna innovaator ning ka kontaktivabade maksete osas on MasterCard teerajaja. Kontaktivaba makse on mujal maailmas juba reaalsuseks saamas, kuid Baltimaades alles turuletoomise järgus. Nii jääbki meil üle õppida teiste kogemustest ja ettekane annab ülevaate nii MasterCardi kontaktivabade maksete kui ka teiste uuemate tehnoloogiate kasutuskogemusest laias maailmas.



Kuidas mPOS aitab kaardimaksed massidesse viia ning kaupmeest kliendiga lähendada?

Alar Alumaa, tegevjuht, Ellore

Tänapäeva nutiseadmed on kõikjal meie ümber ja need on muutunud peaaegu kõikvõimsaks. Tahvelarvutitele ja nutitelefonidele on arendatud hulgaliselt rakendusi, mis pakuvad personaalarvutitega ja spetsiifiliste seadmetega sarnaseid kasutusomadusi ja funktsionaalsust. Erinevate rakenduste rohkusele vaatamata ei ole siiani ära lahendatud kaardimaksede vastuvõttu nutiseadmete abil. See tähendab aga, et makseterminali võimaluse puudumise korral võib jääda teenus kliendile osutamata. Palusime Ellore tegevjuhil Alar Alumaal selgitada, mis on mPOS ja kuidas see kaupmeestele kasulik võiks olla.

Mis on mPOS?

mPOS on kaardilugejat ja PIN-klaviatuuri sisaldav lisaseade nutiseadmetele, et teostada turvalisi ja nõuetekohaseid pangakaardimakseid. mPOS seade ühendatakse nutiseadmega Bluetooth'i abil ning nutiseadmes sisestatakse makstav summa. Kogu kaardimakse toimub mPOS seadmes – ekraanil näidatakse summat, sisestatakse kaart, kontrollitakse PIN

ja saadetakse makseinfo pankka.

mPOS kasutab pangaga ühendumiseks turvatud andmekanalit, mis luuakse nutiseadme internetiühendusele. Kogu sensitiivne info töödeldakse ja hoitakse turvalises mPOS seadmes, mis vastab kõigile kehtestatud kaardimaksenõuetele ja ei sea nutiseadmele seetõttu spetsiifilisi turvanõudeid. Kviitung saadetakse kliendile nutiseadmest e-maili või SMS-ga.



Milleks mPOS kui meil on juba kaardimakseterminal?

mPOS'i peamisteks kasutajateks on vähem tehinguid tegevad keskmised ja väiksed ettevõtted, kelle eeldused kaardimakse osas on mobiilsus, piisavalt aega ja võimalus saata kviitungid kliendile e-maili või SMSiga. Erinevalt tavaterminalist, mis töötab nii iseseisvalt kui integreeritult, on mPOS-i jaoks vajalik tema tööd juhtiva nutiseadme olemasolu. Küll aga on mPOS seade odavam kaardimakseterminalist ning

Väga hästi sobib mPOS lahendus transpordisektorisse, nii bussidesse kui taksodesse, mis oma olemuselt eeldavad mobiilsete seadmete olemasolu. Takso tellimine on kiiresti suundumas nutitelefonide rakendustesse ning ka mPOS süsteem on võimalik nende rakendustega integreerida.

Suur potentsiaal on nõustava müügi kontseptsiooniga moe- või elektroonikakauplustes, kus müügikonsultandid aitavad ostjatel välja valida sobiliku kauba otse

Kasutajakogemus paraneb eelkõige seeläbi, et kaardimakse vastuvõtukohtade hulk laieneb.

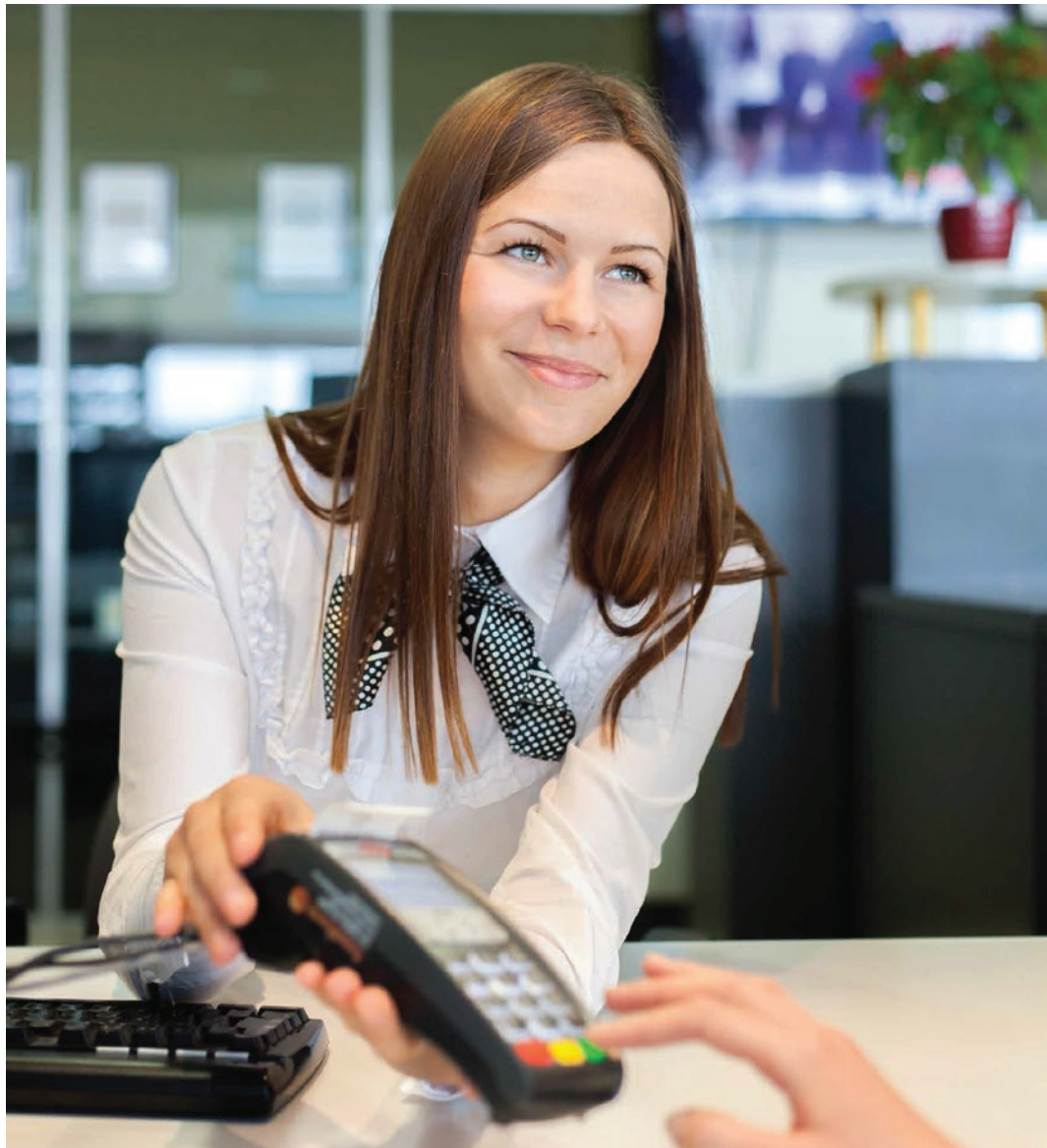
seda on võimalik kasutada olenemata asukohast.

Kus sobib mPOS'i kõige paremini kasutada?

Üheks tüüpilisemaks kasutusvaldkonnaks on ükselt-uksele müük, sh. kullerteenus ja kojutoomisega restoranitoit. Eestis kasutab mPOS tehnoloogiat Itella SmartPost kullerite jaoks loodud rakenduses, mis korraldab tellimusi ja pakilogistikat, üleandmise vormistamist ja kaardimaksega tasumist.

kaubariilite juures. Nutiseadme ja mPOS-iga varustatud konsultant saab müügi sulgeda riili juurest lahkumata kohe kui kliendiga on jõutud kokkuleppele. Müük muutub kiiremaks ja efektiivsemaks ning kindlasti saab vähendada tööjõukulusid kassatöökohtade arvelt. Vajadusel saab arve trükkida poes asuvasse printerisse.

Veel võidavad mPOS seadme erinevate professionaalsete teenuste pakkujad, kelle kliendisuhe on personaalne ja kaardimaksete hulk mõõdukas. Itaalias sätestati



**Teie partner innovatiivsete
makselahenduste elluviimisel**



kaupmeestele alates 2014.a oktoobrist nõue tagada kaardimakse vastuvõtt kui tehingu summa ületab 30 eurot. Sellest ajast on Itaalias kasutusele võetud üle 80 000 mPOS seadme erinevate personaalsete teenuste osutajate juures. Nende hulka kuuluvad juuksurid, ilu- ja meditsiiniteenuste pakkujad, sh hambaarstid jt.

Kuidas mPOS'i kasutamine kliendi kasutajakogemust paremaks muudab?

Kasutajakogemus paraneb eelkõige seeläbi, et kaardimakse vastuvõtukohtade hulk laieneb. Teine suur muudatus on see, et teenindaja läheb maksevõimalusega kliendi juurde, mis muudab kliendile ostuprotsessi lihtsamaks ja kaupmehele müügi protsessi efektiivsemaks.

Lisaks sellele muudab tavapärase kaardimakse protsessi mugavamaks paberkviitungi puudumine. Elektroonilist kviitungit on hiljem lihtne leida ning see ei

hävine. Keskkonnasäästlikus ja üha kasvav e-teenuste osakaal pigem toetab ideed väljastada kviitungi elektrooniliselt. Mitmetes teenustes, kus kasutaja andmed on kättesaadavad ja korduvad, ei ole see probleemiks.

Kuidas mPOS kasutusele võtta?

mPOSi rakendusvõimalusi on mitmeid. Kõige lihtsam ja kiirem viis on kasutada nutitelefonis standardrakendust, mis muudab nutiseadme ja mPOS'i elementaarse funktsionaalsusega „kaarditerminaliks“.

Teine võimalus on erilahendus, kus mPOS liidestatakse kaupmehe ärirakendusega. Ühes rakenduses kogu müügiloogika haldamine muudab müügi protsessi oluliselt efektiivsemaks.

Kolmas võimalus on kasutada multifunktsionaalset vötkoodilugejaga mPOS seadet, mis koos nutiseadmega moodustab kaasaskantava kassasüsteemi.

Millised on jaesektori arengud 2016. aastal?

Argo Virkebau, tegevdirektor, Tele2 Eesti

Finatstehnoloogia areng on võrreldes teiste IKT-valdkondadega olnud pigem tagasihoidlik. Uurime Tele2 Eesti tegevdirektorilt Argo Virkebault, millised on tema arvates uute makseviiside võimalused ja kuidas plaanib Tele2 sellest osa saada.

Milline on olukord mobiilsideturul?

Tele2 tulud on pööranud kasvule ja seda pole telekomisektoris mitmeid aastaid nähtud. Meie võtmesegment on lepinguline eraklient ning uue nišina suurettevõtete nn rätseptatööna loodud lahendused. Näiteks ühendasime hiljuti erilahendusega ära SEB pangaga koos andmekeskust.

Oled oma töös olnud maksetega pikka aega seotud, milline on olnud makselahenduste areng sellel perioodil?

Pigem peaksin ütlema, et arengut ei ole olnud. Pangasüsteemid on läinud off-line süsteemilt on-line'i, kuid see on väga väike areng. Kui me vaatame teiste IKT-valdkondade

üldist arengut, siis finatstehnoloogia on neil seni sabas sörkinud. Meie töövõtted on sisuliselt samad, kuigi pangakanaleid on tulnud juurde. See ei ole Eesti, vaid üleüldine probleem.

Mida peaksid arenguhüppeks?

Back-end poolel peaksid kõik toimingud olema 100% online ja jaekaubanduses oleksid revolutsiooniks mobiilsed maksed. Mobiilse makse all pean silmas erinevaid variante - bitcoin, üle telefonifirma krediit, krediitkaart telefonis ja teised lahendused. USA-s on kaart telefonis juba massiline lahendus. Eestis pole isegi mobile checkout'i ega ka võimalust tellida kviitungit e-mailile. Mina isiklikult



ei vaja ei paberarvet ega ka mingit imekeskonda oma arvete hoidmiseks, mulle piisaks kviitungist e-mailile.

Pangad on meil tugevad ja nende loodud kaardimaksete ja internetipanganduse infrassüsteem töötab väga hästi. Seetõttu on meil ka uute makseviiside areng aeglasem, sest muud võimalused toimivad. Mujal maailmas on kliendikogemus internetipangas meie omadega võrreldes täielik katastroof ja seal sünnib asendusteenuseid sellevõrra kiiremini.

ootab sind. Sellisteks lahendusteks on puzzle tükid olemas, kuid kokku pole neid keegi paketeerinud. Lisaks tegi Starbucks kasutajaliidese lihtsaks, pöörates selle tagurpidi - nad panid tooted telefoni, mida skanneerib kassaaparaat, selle asemele et telefon skanneeriks tooteid.

Mobiilsete maksete maht USA-s on täna 36 mld dollarit. Eestis peaks see suhtarvuna olema ca 150 mln eurot. See on meie start-up'idele täiesti avastamata turunišš. Katsetajaid juba on, aga lihtsat ja kiiret

Kui me vaatame teiste IKT-valdkondade üldist arengut, siis finantstehnoloogia on neil seni sabas sörkinud.

Millist rolli maksed Tele2 äris mängivad?

Makselahendused mängivad kliendikogemuses väga suurt rolli. Mobiilsete maksete edukad kasutajad on ka oma lojaalsusprogrammid maksetega ühendanud. Näiteks Starbucks'is on 11% mobiilsed maksed ja ma usun, et seda tänu maksete ja lojaalsusprogrammi sidumisele. Mobiilsed maksed on võimalik kokku panna personaalsete asukohapõhiste pakkumistega. Näiteks saad kontori lähedal lõunapakkumise, mille kohe ära maksad ja kohale jõudes lõuna juba

kliendisõbralikku lahendust seni veel mitte.

Kuidas plaanib Tele2 mobiilimaksete turust osa saada?

Telekomiäris otsivad kõik uusi tegevusvaldkondi, sest täna teenitakse ainult andmesidelt. Kõik operaatorid üritavad turgu üllatada ja ka meie testime mobiilseid makseid. Me vaatame kõiki variante: bitcoin, värvitud coin, kaart telefonis. Uurime regulatsioone, mida võib ja mida tasub teha. Litsentseerimine on piirav tegur tehnoloogia arendamisele, nagu ka väga suured riigilõivud.

Millised on jaesektori arengud 2016. aastal?

Andrus Ossip, juhatuse esimees, Elron

Reisirongide reisijate arvu ja piletitulu kasvatamine on kindlasti seotud ka võimalikult paindlike ja mugavate teenuste pakkumisega. Uurime Elroni juhatuse esimehelt Andrus Ossipilt, milliseid kanaleid ja tehnoloogiaid plaanivad nemad kasutama hakata, et ajaga kaasas käia ja millised on nende ootused makselahenduste arengule.

Olete enne transpordivaldkonda olnud nii kaubanduses kui ka turvaäris - mida olete sealt oma tänasesse töösse kaasa võtnud?

Elronis olen püüdnud organisatsiooni kliendist lähtuvaks pöörata, leian, et ainult see on viis, kuidas kasvatada nii reisijate arvu kui ka piletitulu. Usume Elronis, et dotatsiooni kasvul on piirid ees ning seetõttu peame keskenduma reisijate arvu kasvatamisele. Palju tööd oleme teinud ka ettevõttesiseste hoiakute mõjutamiseks - et iga Elroni töötaja saaks aru, millist rolli ta teenindusprotsessis mängib.

Ma ei tõmbaks joont riigi- ja

eraettevõtte vahele, mõtleme oma kulutustele väga põhjalikult ja hoolitseme oma organisatsiooni efektiivsuse eest. Mõningane erinevus võrreldes eraäriiga seisneb selles, et kui eraettevõttes saad nõudlusele kiiresti vastata, siis meil on otsustusprotsessid pikemad ning nõudluse kasv kasvatab eeskätt kulusid, millele tuleb kate leida.

Millised on arengud transpordisektoris käibelolevates makselahendustes?

Mõneti on halb, et Tallinna linn otsustas aastaid tagasi kehtestada tasuta transpordi süsteemi, sest see



pole kasuks tulnud innovaatiliste makselahenduste juurutamisele. Täna oleme Eestis oma makselahenduste osas pigem muust maailmast maha jäämas. Usun, et kiirmakselahendused oleks arenenud palju kiiremini, kui suure tõmbekeskuse Tallinna

transpordisüsteem oleks arenenud loomulikult teel.

Ühistranspordiettevõtted suhtlevad omavahel regulaarselt ning arutavad, kuidas klientide osakaalu suurendada. Üheks suureks võimaluseks on transpordivahendite riskasutus, kuid ka piletiost peab sel juhul olema võimalikult lihtne.

jõutakse juba sõnadelt tegudele. Alternatiivseid võimalusi makseteks ja reisijate tuvastamiseks on tehnoloogia osas palju, kuid kardan, et paljud neist jäävad nišitoodeteks. Ühistransport, kus mahud on väga suured ja kasutajaid palju, peaks oma süsteemi rajama

pangakaartidele. Samas, kui areng läheb hoopis selles suunas, et kogu ühistransport saab olema tasuta, ei saa me enam rääkida maksetest, sel juhul peame rääkima lihtsalt isikutuvastusest.

Kui kontaktivabade pangakaartide areng jõuaks meid rahuldava tasemeni, võiksid maksed ka rongides toimuda pangakaartide baasil.

Selle eelduseks on aga, et kliendi maksekaardil ei tohiks olla mitut erinevat nn rahakotti - kliendil peaks olema üks

elektroniline rahakott, omavahel peaks arveldama transpordiettevõtted ning kliendi pank. Pangad aga ei ole täna selliste lahendustega välja tulnud ja see pärsib piletisüsteemi arengut.

Aastaks 2016 ei juhtu selles valdkonnas toenäoliselt mitte midagi, aga loodan, et 2017. aastaks

Milliseid uuendusi plaanite Elronis?

Meie tänane tehniline piletimüügi baas on pärit aastast 2010 ning vajab muutmist, ette ruttavalt võin öelda, et plaanimegi suuremaid muudatusi. Täna on meil näiteks piletiterminal ja makseterminal kaks erinevat seadet. Elektrirongides me praegu kaardimakset ei pakugi - puhtfüüsiliselt ei jõua.

Hoiame suure huviga silma peal kontaktivaba lähiväljatehnoloogiat kasutatavatel tuvastitel, mida

Tallinnas kutsutakse validaatoriteks. Kogu maksesüsteemi oleks palju lihtsam teostada, kui klientidel oleks näiteks sedasama kontaktivaba lugemist võimaldavad maksekaardid - transpordis on ju palju väikese summaga makseid ja sellised kiired ja mugavad maksed

oleksid eelduseks süsteemi korralikuks uuendamiseks.

Oleme tõsiselt arutanud, kas meie oma Elroni sõidukaardid on tulevikus üldse vajalikud. Pigem me näeme, et kui kontaktivabade pangakaartide arengjõuaks meid rahuldava tasemeni, võiksid maksed ka rongides toimuda pangakaartide baasil. Kontaktivabade maksete võlu meie jaoks on tehingu kiirus. See ei eelda kliendilt koodide sisestamist ning meile tähendaks see töjõukulude kokkuhoidu. Kui klientide harjumused muutuvad, muutuks ka klienditeenindaja funktsioon taas enam piletimüüjast teenindajaks.

Milliseid võimalusi näete internetis?

Seni pole internetist etteostetavate piletite osakaal Elronis väga suur olnud, edasisi sihte seades kaalume, kas peaksime soodustusi muutma või muul moel suunama klienti netist piletit ostma. Võibolla peame vaatama üle oma piletitüüpe - kaalume hetkel näiteks vabalt valitava perioodiga sõidukaardi turuletoomist.

Olen seisukohal, et me ei pea oma piletitega kõikides piletimüügisüsteemides kohal olema, vaid peame leidma need kanalid ja tehnoloogiad, mida valdav enamus kasutab.

Ka rahvusvahelistel seminaridel on hoiakud üsna ettevaatlikud ning äraootavad - mida turuliidrid maksete osas teevad? Pilk on pankade kõrval paljuski Apple'il ja Google'il. Ka Elroni meeskond jälgib huviga tulevikutrendide arenguid, ent püsib siiski kahe jalaga maa peal ja püüab pakkuda kõikidele klientidele mugavat ja taskukohast makselahenduste kombinatsiooni.

Millised on jaesektori arengud 2016. aastal?

Kai Realo, peadirektor, Statoil Fuel & Retail Eesti

Kui täna peetakse veel ulmestsenaariumiks seda, et klient saab teenindusjaama levipiirkonda jõudes teate, et teil on auto kolm nädalat pesemata ja jaamas, millest te möödate, on pesula vaba, siis veidi lihtsamad arendused, mis tanklaketi kasutamise mugavamaks muudavad, on juba tehniliselt teostatavad. Uurime Statoil Fuel & Retail Eesti peadirektori Kai Realo käest, millised erinevad arendused neil töös on ja milline on tema nägemus jaesektori arengust.

Statoil muutub Circle K-ks, milliseid muudatusi see lisaks uuele nimele kaasa toob?

Esiolgu peale nimevahetuse muid muutusi ei ole oodata. Naljaga pooleks võib öelda, et "K" on märgilise tähendusega, sest eestimaalasele assotseerub Statoil kolme K-ga: kütus, kabanoss ja kohv. Kontseptsioonilt jääme me ka tulevikus selliseks nagu täna oleme.

Circle K tugevus on poodides kaubanduskeskkonna loomises, kaupade väljapanekus ja kampaaniate koostamises. Need on hetkel ka

meie prioriteetid. Muudatused meie kauplustes on toimunud järkjärgult, aga kui ma vaatan 3-4 aasta taguseid fotosid Statoili poodidest, siis need näivad mulle muuseumitena.

Retail is detail ja me usume, et oleme ideede elluviimises paremad kui konkurendid ning julgeme oma püstitatud kvaliteedistandardite elluviimisesse ka investeerida. Näiteks Statoili kohvimasin, kust tuleb meie paljukiidetud kohv, maksab sama palju kui keskmise pere auto.



Oled olnud Statoilis ligi kümme aastat, kuidas on maksete valdkond selle aja jooksul muutunud?

Statoili ajaloos oli suurim hüpe siis, kui kaardimakse lõpetas ära tšekitrükkimise. Ka kliendiga tema emakeeles suhtlevad kaardimakseterminalid tekitasid omal ajal positiivseid emotsioone. Suurem põhimõtteline muudatus saabus koos arusaamisega, et kõikidele kütusetankuritele tuleb panna makseterminaid. Selle investeeringu läbisurumine oli ettevõtte sees päris

on ka see juba täna teostatav, kuid peame lihtsalt mudeli läbi mõtlema. Samuti peame arvestama, et osad kliendid jäävad alati tahtma suhelda teenindajaga.

Kus näed võimalust maksete alaseks arenguhüppeks?

Meie emafirmal Ameerikas on töös kontaktivabad maksed ja me ei välista seda tulevikus ka Baltimaades. Loomulikult on see kliendile väga lihtne viis oma ostu eest tasuda, samal moel nagu toimib mäepilet suusatades või läbipääsukaart töö juures uksest sisenedes. Kontaktivabade maksete

Uute tehnoloogiatega saab kriitiliseks teguriks see, kas ja mis tingimustel annab klient nii endale kui oma andmetele ligipääsu.

keeruline, aga osutus edulooks. Eeskätt äriklientide seas kiirendas see tankimist oluliselt.

Uueks projektiks on maksevõimaluse viimine pesula sissepääsu juurde ning ka pesulateenuse eest tasumine tankimisega samal ajal. Tankur ütleb kliendile, kui pesula on vaba ning pakub võimalust ka pesu eest kohe tasuda. Lisaks ootavad meie kliendid kaardimakse võimalust ka kohviautomaatide juurde. Tehniliselt

puhul tuleb mõelda loomulikult sellele, kuidas tagada protsessi turvalisus, sest kliendi identifikaatoriks saab sel puhul olema vaid kaart ise ning mingeid turvakoode ega muud tehingu teostamisel ei küsita.

Millist rolli maksed teie äris mängivad, on see midagi veel lisaks arveldamisele?

Suureks arenguhüppeks oli lojaalsusprogrammi liitmine Swedbanki pangakaardiga ja

Kaubamaja Grupi Partnerkaardiga. Peatselt kaasame Statoil Extra lojaalsuprogrammi ka teised Eesti pangad. Maksete puhul on väga oluline usaldus su konto või pangakaardi andmeid käsitleva partneri suhtes. Näiteks olen sidunud oma krediitkaardi Apple kontoga ning minu suhtlus ja asjaajamine selle firmaga on seetõttu väga mugav ja muretu. Eestis on usaldus oma andmete ettevõtetega jagamise osas veel vähem arenenud. Kaupmeeste ülesandeks on ühiselt klienti veenda, et tema andmeid kasutatakse ainult sihtotstarbeliselt ja alles seejärel on võimalik tehnoloogiliselt hakata platvorme peale ehitama. Turvalisus ja usaldus tuleb enne korda saada.

[Milliseid muid innovatsioone plaanite turule tuua ja milline roll on maksetel?](#)

Kliendid ootavad, et Statoilil tekiks üle riigipiiride kehtiv lojaalsusprogramm. See on suur väljakutse nii tehnoloogiliselt kui ka finantsiliselt. Ühest kohast saadud soodustus peab ju kusagil kajastuma

ning selle süsteemi raamatupidamislik ülesehitamine on keeruline. Ka suured tegijad, nagu näiteks Starbuks, ei tegutse üldjuhul oma makse- ja lojaalsussüsteemidega üle piiride.

Teine ootus on, et lojaalsusprogramm kolib kaardilt telefoni, millega toimub maksmine ning mille abil saab jooksvalt ka oma lojaalsusprogrammist ülevaate. Hetkel veel nn ulmestsenaariumiks peame seda, kui klient teenindusjaama levipiirkonda jõudes saab teate, et teil on auto kolm nädalat pesemata ja jaamas, millest te möödute, on pesula vaba ning hind teile väga soodne. Mujal Euroopas on need lahendused juba reaalsuseks saamas. Paraku taoliste teenuste arendamisel on alati väljakutse ka selles, et teatav kriitiline mass peab olema valmis selliseks intuiitivseks teenindustasemeks, kus kliendi asukoht ja muud parameetrid on teenusepakkujale teada. Uute tehnoloogiatega saab kriitiliseks teguriks see, kas ja mis tingimustel annab klient nii endale kui oma andmetele ligipääsu.

Milline on jaekaubanduse, teenustesektori ja maksete lähitulevik?

Richard Hammond, Smart Circle konsultatsioonifirma asutaja

Jaekaubanduskonsultandilt ja bestselleri „Smart Retail“ autorilt, Richard Hammondilt uurisime, milline on innovatsioon jaekaubanduses ja kellest või millest see sõltub.

Täna on küllaltki raske määratleda, kas innovatsioon on tingitud reaalsest tarbija vajadusest või uuendajate endi poolt. Kuidas sina olukorda näed?

Seda küsimust saab vaadata päris mitme nurga alt. Innovatsioonini jõudmine on alati segu uuest tehnoloogiast ja tarbijate muutuvatest vajadustest. Kuid lõppude lõpuks otsustab just tarbija, millised lahendused toimivad ja millised mitte. Võtame kas või sõiduauto evolutsiooni. Algaastatel tutvustati nii viie kui ka kolme rattaga autosid, katusega ja katuseeta autosid. Võimalusi oli lõputult. Teatud hetkel otsustas tarbija, et neli ust on küllaga ja juhirool võiks siiski ees asuda.

Uuendused toimuvad konkreetsete ideede ümber ja kaubandus ei ole selles suhtes erand. Veel mõni aasta tagasi üritasid kõik kaupmehed oma äppi käiku lasta. Paraku ei olnud tarbija nendest äppidest eriti vaimustuses. Äpp oli nende jaoks lihtsalt veel üks tüütu lisavidin ja kaupmehed olid sunnitud pöörduma tagasi lihtsamate tehnoloogiate juurde.

Kuid mis on kõikide uuenduste lõpptulemus? Milline on kaubanduse tulevik? Vastus on tegelikult üllatavalt lihtne. Tulevikus saab 3D printeriga iga majapidamine ise oma kaupu printida. Füüsiliste kaupade asemel saavad müügiobjektideks printimiseks vajalikud koodid.



Kontaktivaba kaubandus toob inimesed tagasi ostlemise teiste elementide juurde. Shoppamine on meeltlahutav sotsiaalne tegevus. Tegelikult on meelelahutus kaubandusega juba sulandunud. Kaubandusest saab meelelahutuse pikendus. Heaks näiteks on USA piimatoodete bränd Stew Leonard's.

Kaupluste piirid muutuvad üha hägusemaks. Alfred Dunhill (briti luksusbränd) avas Londonis väga ägeda poe. Sama katuse all saavad seal kokku spaa, juuksurisalong, klubi ja teemaja.

kohalike eripäradega. Londoni kesklinnas asub kaks Aesopi poodi. Üks neist viktoriaanlikus Shoreditchis ja teine Covent Gardenis. Shoreditchi pood on justkui mahajäetud Viktoria-aegne kodu, Covent Gardeni pood aga tunduvalt luksuslikum. Pariisis katab poepõrandaid prantslaste poolt armastatud parkett. Austraalias on terve pood tehtud merevaigust pudelitest, et rõhutada sealset merevaigutööstust.

Teisalt on märgata ka trendi, et kaupluse asukoht pole enam määrav (location agnosticism). Siinkohal mängib kahtlemata rolli

Uued maksetehnoloogiad võimaldavad ostlemist tunduvalt kiirendada ja lihtsustada. Mikroülekanded avavad meie jaoks personaliseeritud toodete maailma.

Kes on täna innovatsiooni eestvedajad? Mis meid lähimas tulevikus ees ootab?

Tarbijale meeldivad kauplused ja brändid, mis rõhutavad kohalikku kultuuri. Kaupmeeste jaoks on see aga paras väljakutse, sest pigem on kergem juhtida just ühtlustatud ja ilma erinevusteta formaati. Õnneks on arenguid juba märgata.

Austraalia kosmeetikabrändil Aesopil on väga huvitav lähenemine -iga poe disaini juures on arvestatud

maksetehnoloogiate kiire areng. Kauplus jõuab sinna, kus tarbija shoppab suurima tõenäosusega. Jõuame taas meelelahutuse juurde, kusjuures viimane James Bondi film on ideaalne näide. Aston Martin, kellad, mobiilid - film on product placement'ist pungil. Oletame, et vaatad filmi ja oled Bondi autost pahviks löödud. Sul on võimalus kinosalist lahkumata proovisõidule registreeruda. Praktiliselt kõik filmis leiduvad tooted on sinu jaoks koheselt

saadaval.

Kui loed Daily Mail'i portaalis nupukest kuulsustest või moest, siis saad tekstis mainitud kaupu sama artikli alt osta.

Vanasti pidid tarbijana leppima sellega, mida sulle pakuti. Teatud kaupu leiduski ainult üksikutes riikides. Täna on meie ees ühtne globaalne kauplemisplats, kaupmehed ja tootjad ei dikteeri enam tingimusi. Kui soovid selles valdkonnas läbi murda, siis tuleb antud olukorraga leppida. Eesmärk on tarbija jaoks kõik võimalikult lihtsaks teha. Amazoni nupud on väga lahe uuendus. Kinnitad nupu pesumasina külge, kui pesupulber otsa saab, vajutad lihtsalt nuppu ja uus pulber on homseks su ukse ees.

Mis puudutab füüsilist ruumi, siis peagi võime hüvasti jätta järjekordade ja abitusega. Uued maksetehnoloogiad võimaldavad ostlemist tunduvalt kiirendada ja lihtsustada. Mikroülekanded avavad meie jaoks personaliseeritud toodete maailma. Oletame, et oled Nike'i poes ja soovid ketse osta. Nüüd saad ketse oma maitse järgi disainida ja valida just need omadused, mis sulle tähtsad on. Innovatsioon peaks jõudma ka

edasimüüjateni. Kaupmeestel on tihtipeale raske mõista, et tarbija otsib tootes konkreetseid omadusi. Hind on tegelikult teisejärguline. Kui tal on võimalus komplekteerida oma unistuste ketsid ilma, et peaks leti juurde minema, siis kulutab ta hea meelega natuke rohkem.

Ka teenindajate elu muutub tunduvalt kergemaks. Kassaaparaadi taga seismise asemel saab kliendile abiks olla. Apple oli üks esimesi, kes uue kontseptsiooniga lagedale tuli. Tehingute sooritamiseks ei pidanud teenindaja kassa juurde pöörduma. Hiljuti tutvustas Starbucks Londonis samuti uut formaati nimega Starbucks Reserve. Vahetu teenindus võimaldab kliendil rahulikult ringi jalutada. Ei mingit järjekorras seismist. Brittidele muidugi järjekorrad meeldivad. Oleme nendega harjunud... Tarbijate harjumused kujutavad endast huvitavat väljakutset. Kui Starbucks suudab oma uut kontseptsiooni piisavalt hästi kommunikeerida, siis võtavad inimesed selle omaks.

Lähitulevikus näeme veel palju erinevaid uuendusi, aga püsivateks muutuvad vaid üksikud.

A series of 20 horizontal dotted lines for writing.

A series of 25 horizontal dotted lines for writing.

A series of 20 horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for handwritten notes or answers.

A series of 25 horizontal dotted lines for writing.

A series of 20 horizontal dotted lines for writing.

Partnerid



Swedbank on universaalpank pakkudes teenuseid oma koduturgudel Rootsis, Eestis, Lätis ja Leedus nii eraisikutele kui ka ettevõtetele. Meie eesmärk on aidata kaasa sellele, et inimeste ja ettevõtete rahaasjad oleksid pikaajaliselt korras. Balti riikides on Swedbankil kokku ligi 2,5 miljonit eraklienti ning 148 000 äriklienti. Swedbank on Eestis välja andnud 1 090 000 pangakaarti, mis moodustab Eestis kasutatavatest kaartidest üle 60%. Swedbanki külge on Eestis ühendatud üle 13 000 makseterminali ning hoiame turuliidrina maksekaartide teenindamises üle 60% turuosa. Meie terminalides pangakaartidega teostatud tehingute eest jõuab raha kaupmehe kontole juba järgmisel päeval. Panustades makselahenduste kvaliteedile ja tugevale järelteenindusele on meie professionaalne tugi kaupmehele tagatud nii makselahenduste kasutuselevõtul kui kogu koostöö vältel. Andmed: Swedbanki statistika 01.09.2015.

www.swedbank.ee



MasterCard

Tehnoloogiaettevõtte MasterCard on maksete valdkonna globaalne liider. MasterCard on olnud üle neljakümne aasta ettevõtluse liikumapanevaks jõuks, muutes maailmamajandust turvalisemaks, efektiivsemaks ning läbipaistvamaks kõigile osapooltele. MasterCardi innovatiivsetest toodetest ja lahendustest saavad osa tarbijad, kaupmehed, äripartnerid ja valitsusorganid üle kogu maailma. Need tooted ja lahendused on loodud selleks, et teha meie kõigi elu lihtsamaks. MasterCard ja Swedbank on strateegilised koostööpartnerid ning hoolitsevad selle eest, et MasterCardi uusimad makselahendused ja -tooted pakuksid Eesti kaupmeestele ja tarbijatele maksimaalset väärtust.

www.mastercard.ee



Hansab on juhtiv innovaatiliste äri lahenduste pakkuja pangandus-, jaekaubandus-, transpordi- ja avalikus sektoris, tegutsedes Balti riikides, Soomes ja Valgevenes. Hansab Gruppi kuulub 9 ettevõtet 17 esindusega üle Baltikumi, mistõttu saab Hansab tagada teenuste kõrge kvaliteedi olenemata asukohast. Meie peamisteks teenusteks on arendustegevus, seadmete ja lahenduste müük, projektijuhtimine ja paigaldus ning müüjäjärgne teenindus. Hansabi tootevalik on väga lai ja ettevõtte teenindab igapäevaselt üle 60 000 seadme. Hansab on ametlik koostööpartner enam kui sajale juhtivale tarnijale üle maailma.

www.hansab.ee



Ingenico Group on usaldusväärne partner jaekaupmehe ning kliendi vahel, kelle eesmärgiks on tehingute tehnilist keerukust vähendada ja rikastada sealjuures kliendikogemust. Ingenico on olnud globaalne makselahenduste tööstuse liider juba üle 30 aasta. Ettevõtte pakub nutikaid, usaldusväärseid ja turvalisi lahendusi, mis toetavad äri kõigil tasanditel: poes, e-poes ja mobiilis.

www.ingenico.com