

**Andreas
Leznevsky**

IT direktor, Tallinna
Kaubamaja Grupp

Raulis Üksvärav

Kaardimaksete
osakonna juht,
Swedbank Grupp

Joonas Saluveer

Läti logistikaäri
juht, Omniva

Alar Alumaa

Tegevjuht, Ellore

Urmas Simson

Krediidiportfelli
valdkonnajuht,
Swedbank

Ardo Pajur

Kaubandussektori juht,
Swedbank

David Gyori

Tegevjuht, Banking
Reports Limited

Viljar Ots

Juhatuse esimees,
Rahva Raamat

Michał Łaszczyk

Ida-Euroopa
turundusdirektor,
Ingenico Group

Johan Envall

Asepresident,
MasterCard

Andrew McClelland

Tegevjuht, Mirador
Digital; uuringudirektor,
IMRG (Suurbritannia
internetikaubanduse Liit)

PAYMENT SOLUTIONS
EXEX*

MAKSELAHENDUSTE
OTSUSTAJAFOORUM

26. jaanuar 2017

SpaceX Sündmuskeskus,
Keevise 6, Ülemiste City,
Tallinn

Partnerid:

Swedbank



Hansab
if works

ingenico
GROUP

nets

Hea kaubanduse ja teeninduse otsustaja

Tere tulemast Makselahenduste Otsustajafoorumile Payment Solutions EXEX.

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

Käesolev kogumik sisaldab intervjuusid foorumi esinejatega ja sobib ettekandeid täiendavaks lugemiseks ning foorumi sõnumite viimiseks nendeni, kes foorumil ise osaleda ei saa.

Head foorumit!

Korraldajate ja partnerite nimel

Endrik Randoja

Confent

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



PROGRAMM

9.00 Registreerimine, hommikukohv ja partnerite ekspo

JAESEKTORI TRENDID

9.30 Millised on jaesektori arengud 2017. aastal?

Viljar Ots, juhatuse esimees, Rahva Raamat

Urmes Simson, krediidiportfelli valdkonnajuht, Swedbank

Ardo Pajur, kaubandussektori juht, Swedbank

Andreas Leznevsky, IT direktor, Tallinna Kaubamaja Grupp



VIIPEMAKSED

10.15 Millised on viipemaksete esimesed kogemused Eestis?

Raulis Üksvärav, kaardimaksete osakonna juht, Swedbank Grupp



11.00 Energiapaus

KOGEMUS

11.30 Millised on nutiterminali (mPOS) esimesed kogemused jaesektori vaatenurgast?

Joona Saluveer, Läti logistikaäri ärijuht, Omniva



NUTITERMINAL

11.45 Millised on nutiterminali kogemused tehnoloogiapartneri vaatenurgast?

Alar Alumaa, tegevjuht, Ellore



TEHNOLOOGIA

12.15 Milliseid uudseid seadmeid ja terviklahendusi on oodata?

Michał Łaszczyk, Ida-Euroopa piirkonna turundusdirektor, Ingenico Group



12.45 Lõuna

KIIRMAKSED

13.45 Kuidas muuta makseid kiiremaks ja mugavamaks - transpordisektori kogemused

Johan Envall, asepresident, MasterCard



OMNICHANNEL

14.15 Kuidas kõnetada ja jõuda omnichannel tarbijateni?

Andrew McClelland, Mirador Digital uuringudirektor, IMRG (Suurbritannia Internetikaubanduse Liit)



FINTECH

15.00 Kuidas on seotud FinTech revolutsioon ja uudsed makselahendused?

David Gyori, tegevjuht, Banking Reports Limited



TUNNUSTAMINE

15.45 Aasta Makselahendus auhinna väljakuulutamine

16.00 Makselahenduste Otsustajafoorumi lõpp

Millised on jaesektori arengud 2017. aastal?

Urmas Simson, krediidiportfelli valdkonnajuht, Swedbank

Swedbanki krediidiportfelli valdkonnajuhilt Urmas Simsonilt uurisime, milline on üldine majandusprognoos 2017. aastaks, kuidas need arengud mõjutavad jaekaubandust ning millise prognoosi annavad spetsialistid hotellinduse ja toidlustussektorile.

Milline on üldine majandusprognoos 2017. aastaks?

2017. aastal ootame paljude trendide jätkumist, kuid on ka mõned erinevused võrreldes eelmiste aastatega. Kolm aastat kestnud nullinflatsioon on ehk lõppemas, ootame inflatsiooni tõusu. Samuti on ekspordi rahaline väärtus pärast kolme langusaastat asendumas kasvuga. Sissetulekute ja sisetarbimise mahtude kasvutempode puhul on tõenäoline, et kasvumäärad tulevad 2017. aastal väga kõrgetelt tasemetelt allapoole, kuid jäävad ikkagi plusspoolele. 2018. aasta muutuseid hakkab oluliselt mõjutama planeeritav maksureform, mis tõstab tulumaksuvaba kuusissetuleku 180

eurolt 500 euroni.

Kuidas on arenenud kodumajapidamiste võlakoormus ja säästude tase?

Kodumajapidamiste laenued novembri seisuga +4,9% ja hoiused +7,6% võrreldes eelmise aasta sama ajaga. See tähendab, et hoiuste kasvutempo ületab jätkuvalt laenued kasvu. See omakorda tähendab, et keskmiselt on kodumajapidamiste finantsseis oluliselt paranenud. 2004. aasta lõpus, kui Tallinnas avati kaks suurt kaubanduskeskust, siis oli kodumajapidamiste hoiuste maht 1,6 miljardit eurot, nüüd on 6,1 miljardit eurot. Keskmine kuupalk oli 2016. aasta kolmandas kvartalis 1160 eurot,



12 aastat tagasi oli 460 eurot.

Mis toimub sisetarbimises ja ekspordis?

Kaupade ekspordis oli 2016. aasta 11 kuu jooksul olnud 2,2% kasv võrreldes eelmise aasta sama ajaga. See on muutus võrreldes 2013.-2015. aastaga, kui kaupade eksport oli languses. 2017. aastal on reaalne, et osaliselt ka kõrgema inflatsiooni abiga tuleb Eesti ekspordis rekordiline rahaline maht (senine rekord 12,5 miljardit eurot aastast 2012). Sisetarbimine on tänu

kasvasid 2016. aastal 6%. 2017. aastal on kindlasti raske selliseid kasvunumbreid hoida, kuid kui inflatsioon kerkib turu tänastest ootustest rohkem, siis ei pruugi kasvud palju allapoole jääda.

Nii välis- kui ka kohalike turistide arv tuli 2016. aastal rekordiline. 11 kuu kokkuvõttes oli majutatud välituristide arv 6,3% ja majutatud kohalike arv 7,2% suurem kui eelmise aasta samal ajal. Kokku tuli 2016. aasta majutatute arv 3,3 miljonit inimest. Esimest korda ületati 2

Jaekaubandusettevõtete käibed kasvasid 2016. aastal 6%. 2017. aastal ei pruugi kasvud palju allapoole jääda.

mitu aastat kestnud keskmise palga üle 5%-lisele tõusule olnud kiires kasvus ka 2016. aastal.

Kuidas need arengud mõjutavad jaekaubandust ja millise prognoosi annate toidlustusele-hotellindusele?

Jaekaubandusettevõtete käibed

miljoni piir 2005. aastal ja 3 miljoni piir 2014. aastal. Ilmselgelt on siin oma osa ka uute hotellide tekkel. Paljud teenusepakkujad võivad sellest, kui turistide arv kasvab. Lisaks toetab teenusepakkujate käivet tugev sisenõudlus, mis omakorda on kasvava palgafondi tulemus.

Millised on puutevabade maksete esimesed kogemused Eestis teenusepakkuja vaatenurgast?

Raulis Üksvärav, kaardimaksete osakonna juht, Swedbank Grupp

Eelmisel aastal hakkas Swedbank välja andma pangakaarte, mis võimaldavad teha viipemakseid. See tähendab, et kuni 10 eurose ostu eest saab maksta ilma pangakaarti terminali sisestamata. Küsisime Swedbanki kaardimaksete osakonna juhilt Raulis Üksväravalt, kuidas uue tehnoloogia juurutamine on õnnestunud ja mida toob tulevik.

Kuidas on puutevabade maksete juurutamine tehniliselt õnnestunud?

Uue infrastruktuuri arendamine on alati pikk ja keeruline ülesanne. Puutevabadele kaardimaksetele ülemineku ettevalmistus algas juba 2015. aastal reeglite ja spetsifikatsioonide loomisega. Alates 2016. aasta suvest on suurem osa uutest terminalidest, mis kaupmeestele paigaldatakse, võimelised viipekaarte teenindama. Tegemist on olnud ühe suurema infrastruktuuri projektiga kaardimaksete ajaloos. Projekti suurust võib võrrelda sarnase projektiga 2004. aastast, kui

kaardimaksete taristu läks magnetriba maksetelt üle PIN-koodi põhistele kaardimaksetele. Swedbanki jaoks kestab projekt ja infrastruktuuri arendus kuni 2020. aastani, mil kõik terminalid peavad olema võimelised viipekaarte teenindama. Täna saame öelda, et 25% Swedbanki külge ühendatud terminalidest on puutevabale tehnoloogiale üle viidud.

Milline on tagasiside kaupmeestelt?

Mida rohkem on viipekaarte turule tulnud, seda suurem huvi on ka kaupmeestel uue ja kiirema kaardimakse vastu. Kaupmeeste tagasiside on olnud positiivne ja



eriti suurt huvi on üles näidanud need kaupmehed, kellele kliendi teenindamise kiirus on tähtis. Makse, kas kaardi või sularahaga, on osa kliendi teenindamise protsessist ja kui sealt saab sekundeid kärpida, siis see on kaupmeestele tõsine väärtus. Head tagasisidet oleme saanud kõikidest toidlustusega tegelevatest ettevõtetest, kes on kiitnud makse lihtsust. Puutevabadele maksetele on hakanud üle minema kõik suuremad jaekaupmehed, mis on nende jaoks samuti suur projekt.

et iga uus terminal oleks uue võimekusega. Lähituleviku arengud on loodetavasti ka 10 euro limiidi tõstmine. Kui täna tuleb Eestis ja ka teistes Balti riikides üle 10 euro kaardimakset PIN-koodiga kinnitada, siis vaadates teiste Euroopa riikide on prognoositav praeguse limiidi suurenemine ka meil. Kas see saab olema 15, 20 või isegi 25 eurot, on hetkel veel lahtine. Üks tulevikuarengutest on kindlasti ka transpordisektori üleminek viipemaksetele, esimesi arenguid

Mida rohkem on viipekaarte turule tulnud, seda suurem huvi on ka kaupmeestel uue ja kiirema kaardimakse vastu.

Millised on lähituleviku arengud?

Nagu eelpool öeldud, on tegu pikaajalise projektiga ja tulevatel aastatel keskendume kogu taristu uuendamisele. 2017. aasta jooksul loodame kõik makseterminalide arendajad, teenusepakkujad ja lahendused turul ära sertifitseerida,

on juba näha. Viipemakse lihtsustab kliendikogemust selles sektoris kindlasti. Kokkuvõtteks tahan öelda, et 2017. aasta lõpuks peaks meie prognooside kohaselt kuni 70% Eesti makseterminalidest olema puutevabale tehnoloogiale üle viidud ning viipemaksed laialt levinud.

POWERING DIGITAL PAYMENTS



Millised on nutiterminali esimesed kogemused jaesektori vaatenurgast?

Joona Saluveer, Läti logistikaäri ärijuht, Omniva

Ühena esimestest võttis Omniva nutiterminali (mPOS) lahenduse kasutusele oma Läti äriüksuse kullerteenuste osakonnas. Omniva Läti logistikaäri juht Joona Saluveer selgitab lühidalt, millised on esimesed kogemused.

Millises valdkonnas Omniva nutiterminali lahendust kasutab?

Testime lahendust oma Läti äriüksuses. Kullerid kasutavad seda kauba saajatelt lunamaksu küsimisel (COD).

Miks oli vaja senist tehnoloogiat muuta või edasi arendada?

Omniva soovib viia sularaha osakaalu oma tehingutes minimaalseks. Omniva oma operatsioonides muidu sularaha ei kasuta, aga klientidele võimaldatakse kauba kättesaamisel tasuta sularahas. Tavalise kaardimakseterminali kaasaskandmine on kullerile ebamugav, kuna see on oma mõõtmetelt suur, nõuab paberit jne.

Meie põhiteenusel, pakiautomaatidel, on ainult kaardimakse võimalused. Nendel põhjustel näis loogiline, et sama lahendust hakkame pakkuma ka kullerpakkide eest tasumisel. Omniva eesmärgiks on 2017. aasta lõpuks saada täiesti sularahavabaks ettevõtteks.

Kuidas juurutati tehnoloogiat ja koolitati inimesi ning millised on esimesed tulemused?

Tehnoloogia juurutamine alles käib, sest paralleelselt nutiterminali (mPOS) projektiga liigume ka kulleri käsiarvuti (PDA) platvormilt mobiiltelefoni kasutamise suunas. Praegu kasutusel olev tarkvara vahetatakse uue vastu. Tulevikus



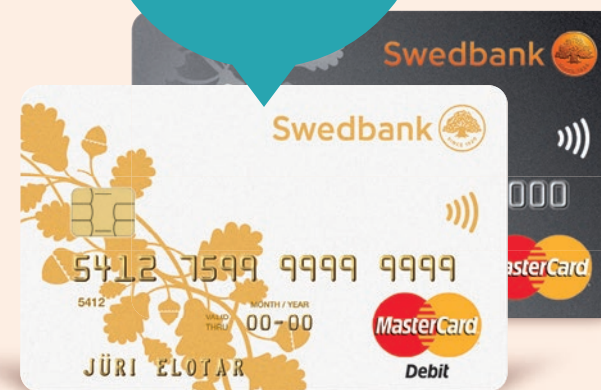
Omniva eesmärgiks on 2017. aasta lõpuks saada täiesti sularahavabaks ettevõtteks.

peaks kõiki toiminguid olema võimalik teha ühe seadme e. mobiiltelefoniga. Koolitame oma inimesi ise praktikas saadud kogemuste baasil. Seadmete ettevalmistamist toetas

nii raamatupidamine kui logistika. Üldine kogemus on positiivne, kuigi seadistamisega ei läinud tänu Omniva turvareeglitele nii lihtsalt kui arvasime.

Piiks ja makstud

Uued viipekaardid on kohal



► www.swedbank.ee/viipemakse

Pangakaarte väljastab Swedbank AS. Tutvu teenuste tingimustega www.swedbank.ee ja www.swedbank.ee/business, vajaduse korral konsulteeeri pangatöötajaga.

Swedbank 

Millised on nutiterminali kogemused tehnoloogiapartneri vaatenurgast?

Alar Alumaa, tegevjuht, Ellore

Nutiterminal (tuntud ka kui mPOS) on uus makselahendus, mida tutvustati eelmisel aastal. Uurisime Ellore tegevjuhilt Alar Alumaalt, kuidas nutiterminali projekt on käima läinud ja millised arenguid on veel oodata.

Kuidas on nutiterminali projekt käima läinud?

Huvi on olnud suur. Kui eelmisel aastal tutvustasime mPOS-i kui uut ja efektiivset makselahendust, siis Swedbank haaras võimalusest ja tuli selle lahendusega „Nutiterminali“ nime all eelmise aasta suvel turule. Tänapäevaks on 6 kuu jooksul mPOS-i kasutusele võtnud rohkem kui 2000 klienti üle Baltikumi. Peamisteks kasutusvaldkondadeks on taksod, väikekaupmehed, toitlustus, kojuvedu ning välimüük.

Swedbanki peamine eesmärk, suurendada kaardimakseid vastuvõtivate kaupmeeste hulka, sai täidetud.

Millised on nutiterminalide kasutamise senised kogemused ja kasutajate tagasiside?

Esmalt tunnustatakse kaupmeeste poolt Swedbanki uutset ärikontseptsiooni – võimalust soetada Nutiterminal ühekordse ostuna ja maksta ainult teostatud tehingute eest.

Teiseks on seade väike ja käepärane - seda saab alati kaasas kanda ja kaardimakseid vastu võtta kõikjal, kus on mobiililevi.

Lisaks saab seadet kasutada kaupmehe juba olemasoleva andmesideühendusega, mistõttu ei kaasne täiendavaid kulutusi internetiühenduse hankimisel.



Milline oli Ellore senine kogemus?

Suurim õppetund oli kindlasti seotud sihtgrupiga, kellel ei olnud veel kaardimaksete alast kogemust. Kuigi Nutiterminali kasutamine on lihtne, vajab selle esmane seadistamine mõningat kogemust nutiseadme kasutamisel, näiteks teadmisi e-maili seadistamisest ja Bluetooth ühendamisest. Kasutajate poolt laekunud tähelepanekute põhjal oleme parandanud kasutusjuhendit ja täiendanud rakendusi, kasutajad jagavad kogemusi ka omavahel.

hoida see ühilduv uue riistvaraga ja tarkvara versioonidega.

Kuidas saab nutiterminalide võimalusi lähitulevikus edasi arendada?

Universaalne väikekaupmehe nutiseade on omasobilikkust Baltiturul juba tõestanud. Järgmine samm on ühendada nutiterminali tehnoloogia suuremate kaupmeeste poolt kasutatavate müügilahendustega, et suurendada müüki ja tõhustada hilisemat arvepidamist.

Nutiterminal on väike ja käepärane - seda saab alati kaasas kanda ja kaardimakseid vastu võtta kõikjal, kus on mobiililevi.

Seetõttu on klientide abi vajavate kaupmeeste arv mitmeid kordi vähenenud.

Pidevalt uueneb Androidi ja iOS maailm - peame pidevalt pakkuma tuge Nutiterminali rakendusele, et

Ennekõike sobib nutiterminal mobiilsete kassade koosseisu, täites kaardimaksega seotud lünga konsultatiivse müügis, kullerteenuste ja välimüügi segmendis.

Milliseid uudseid seadmeid ja terviklahendusi on oodata?

Michał Łaszczyk, Ida-Euroopa piirkonna turundusdirektor, Ingenico Group

Maailma suurim makseterminalide tootja Ingenico tarnib 23% kõikidest maailma terminalidest. Lisaks on Ingenico mobiilsete makseterminalide arendaja. Küsisime Ingenico Group'i Ida-Euroopa piirkonna turundusdirektori Michał Łaszczyki käest, milliseid uudseid seadmeid on oodata ja mille kallal nad parasjagu töötavad.

Millised on olnud Ingenico maksete valdkonna suuremad väljakutsed viimasel ajal?

Meil on õnnestunud leida lahendus ühele pikaajalisele probleemile - kuidas arendada keerukaid rakendusi kulutõhusamalt ja tuua uued makselahendused turule kiiremini. Praegusel hetkel on lahenduste väljatöötamine makseterminalidele kallis ja võtab erinevate tegurite tõttu väga kaua aega. Programmeerimiskeel, keerukad turvanõuded ning sertifitseerimine on vaid mõned nendest teguritest. Need piirangud on seal põhjusega, samas aga pärsivad võimalikku

innovatsiooni, mida terminali puhul saaks rakendada. Me oleme sellele lahenduse leidnud võimalusega arendada HTML5 põhiseid rakendusi otse meie seadmetele. See on paindlikult arendatav programmeerimiskeel, mida tänapäeval juba lapsed koolis õpivad ning sõna otseses mõttes ei kulu rohkem kui paar päeva uue rakenduse valmimise ja töösse rakendamiseni makseterminalis. Sellisel lähenemisel on mitmed eelised. Ühel pool on maksete sooritamiseks ülimalt turvaline ja sertifitseeritud rakendus ning teisel pool tulemüüri on HTML5 rakendus, mis teostab makse, samas



ise kaardiandmeid teadmata.

Millised uued tehnilised lahendused on juurutamisel?

Hetkel oleme üles seadmas TETRA makseterminalid mitmes riigis. Need on kõige turvalisemad seadmed, mis me kunagi loonud oleme, kasutades ära kaasaegseid turvastandardeid nagu PCI PTS 4.x. Samuti teatasime just 15. jaanuaril, et on valminud Lane/7000 makseterminal, mis on sertifitseeritud kui PCI PTSS 5.x ja on seega kõige esimene seade maailmas,

kordaminekuks meie jaoks on see mõju, mis sularahavabadel maksetel on müügiautomaatidele Ida-Euroopas. Mõned meie klientidest on kasvatanud oma igakuist sissetulekut müügiautomaatidest lausa 50% võrra ning järjest rohkem on toimunud topeltosted. Topeltostud tähendavad seda, et klient ostab kaks toodet samaaegselt ning seda on palju lihtsam teha sularahavaba maksega, kuna inimesel on tavaliselt kaasas vaid vaid piiratud koguses münte. See aga omakorda avab uued võimalused

Things) seadmete puhul. Üks hiljutine uuendus on maksevõimalusega sõnumirakendused, mis lubavad klientidel oste sooritada ja makseid teostada otse sõnumirakenduse vestlusakna kaudu.

Meil on õnnestunud leida lahendus ühele pikaajalisele probleemile - kuidas arendada keerukaid rakendusi kulutõhusamalt ja tuua uued makselahendused turule kiiremini.

mis selle sertifikaadi sai. See on tõestus meie juhtivast positsioonist turvalisuse vallas.

Ingenicol on lahendus ka ärianalüüsi valdkonnale ja meie värskest esitletud Merchant Service Hub on jaekaupmeeste jaoks väga hea moodus oma klientide ostuharjumustega paremini kursis olemiseks.

Milline on kõige viimane saavutus seoses mõne kliendiga?

Üheks kõige suuremaks

ka kallimate kaupade müügiks müügiautomaatide kaudu, kuna mündid ei ole enam ostusummat piiravaks teguriks.

Milliste tulevikuinnovatsioonide kallal Ingenico praegu tööd teeb?

Meil töötab Ingenico laboratooriumiks kutsutav tööühik, kelle tähelepanu keskmeks on uurida, kuidas makseid sujuvamaks muuta. Me töötame mitmes valdkonnas, näiteks pakkudes maksevõimalusi Asjade interneti (ingl IoT ehk Internet of

Secured, innovative and seamless solutions across all channels: in-store, online and mobile.

Today, consumers dictate the rules, whether they are in-store, at home or on the street. Whatever the technology, consumers demand a fast, simple, and secure purchasing experience.

Our wide range of solutions simplify retailers' payment activities and make the consumer purchase experience easier, whether it involves a terminal, a mobile device or the Web.

We enable banks, large retailers and small merchants to reduce payment complexity and enhance consumer experience.



Kuidas muuta makseid kiiremaks ja mugavamaks - transpordisektori kogemused

Johan Envall, asepresident, MasterCard

MasterCardi asepresidendilt Johan Envallilt uurisime, millised on viipemaksete kogemused maailmast ja kuidas plaanib MasterCard lähitulevikus muuta makseid veelgi kiiremaks ja mugavamaks.

Millised puutevabad makseadmed on tänapäeval saadaval ja miks need olulised on?

Kõige tavalisemateks on kaardid, nutitelefonid ning kantavad aksessuaarid nagu kellad ja käevõrud jne. Mõnedel inimestel on isegi naha alla sisestatud kiip, mida nad saavad kasutada maksete sooritamiseks. Puutevabad maksed on olulised, kuna muudavad kaardiga sooritatavate maksete tegemise kiiremaks ja mugavamaks. Kuna areng toimub hoopis kaardivabade maksete suunas, on puutevabadus määrava tähtsusega.

Millist tagasisidet on MasterCard saanud oma klientidelt?

Oleme saanud ainult väga positiivset tagasisidet. Kaardiomanikele meeldib viipemaksete süsteem, eriti just nooremale põlvkonnale. 49% Euroopa tarbijatest leiab, et mobiilse viipemakse süsteemi kiirus on nende jaoks ka kõige olulisemaks teguriks. 73% Euroopa tarbijatest leiab, et mobiilne viipemakse süsteem on mugav makse sooritamise viis. Mõningad andmed puutevabade tehingute osa kohta 2016. aasta kolmanda kvartali seisuga:



Piirkond/riik	Puutevabad tehingud/kõik kauplustes toimunud kaarditehingud
Euroopa	19%
Tšehhi Vabariik	83%
Poola	66%
Ungari	57%
Slovakkia	52%
Hispaania	15%
Holland	20%
Ühendkuningriik	15%

kuni nutitelefonide või kantavate aksessuaaride viibutamise teostatavate kaardivabade (NFC) makseteni. Kuid samuti kasutades nutitelefone ja rakendusi, mille kaudu inimesed saavad osta pileteid ning neid siis valideerida, näiteks QR koodi kasutades.

Miks on transpordisektor MasterCardi jaoks nii oluline?

Transpordis teostatavad maksed on linnade jaoks olulise tähtsusega, muutudes järjest arukamaks ja

lahendus nuti/sõidukaartidele. Sõidukaarte määratletakse suletud süsteemi maksekaartidena, kuna transpordipileteid ostes on nendega võimalik teostada vaid üht liiki makseid.

Open Loop'i eeliseid on mitmeid. Esiteks vähendab see ühistranspordi kasutamisel esilekerkivaid takistusi ning muudab selle tunduvalt lihtsamaks. See omakorda paneb rohkem inimesi otsustama ühistranspordi kasuks ning

linnaelanikud kasutavad vähem oma isiklikke sõiduautosid või külastajad taksoid. See aga aitab linnavõimul leevendada liiklusummikute ja saaste probleeme ning aitab parandada linnaelanike elukvaliteeti.

Avatud süsteemi maksed võimaldavad paremini mõista ja analüüsida kliendi käitumist nii liikluses kui ka sellest väljaspool muudes valdkondades, kus klient raha kulutab.

Transpordisektoris on viipemaksete kasutusviisid väga laiad, alates puutevabadest kaarditehingutest kuni nutitelefonide või kantavate aksessuaaride viibutamise teostatavate kaardivabade (NFC) makseteni.

Millised on teie jaoks kõige huvipakkumavad näited viipemaksete puhul?

Viipemaksed on kasutusel ja töötavad hästi enamikes valdkondades. Ja mitte ainult väiksemate summade puhul, seda saab ka koos PIN-koodiga suuremate maksete puhul kasutada. Üheks huvitavamaks valdkonnaks on transpordisektoris tehtavad maksed. Seal on kasutusviisid väga laiad, alates puutevabadest kaarditehingutest

tõhusamaks linna liikumiskeskonna arendamisel. MasterCard hindab transpordivaldkonna makseid kõrgelt, kuna see võimaldab meil kasvatada kaartide kasutamist. Ülemaailmselt on transpordipiletite maksete turu käive 400 miljardit dollarit aastas.

Mis on *Open Loop* ja mis on selle eelised?

Avatud süsteemi ehk *Open Loop*'i all mõeldakse EMV kiibiga kaarte, mis on vastupidine



**Teie partner
makselahenduste
tulevikukindluse
tagamisel**

Kuidas kõnetada ja jõuda *omnichannel* tarbijateni?

Andrew McClelland, tegevjuht, Mirador Digital
uuringudirektor, IMRG (Suurbritannia Internetikaubanduse Liit)

Suurbritannia Internetikaubanduse Liidu uuringudirektorilt Andrew McClellandilt uurisime, kuidas *omnichannel* lähenemine muudab UK jaekaubandust ja kuidas on digitaliseerimine muutnud jaeäri.

Kuidas on digitaliseerimine muutnud jaeäri?

Tarbijamaastik on pidevas muutumises, kuid vähemalt kümne viimase aasta jooksul on hakanud muutused toimuma lausa enneolematu kiirusega. Tõepoolest, elektrooniline kaubandus tekkis juba varem, kuid just viimase kümne aasta jooksul on tarbijad hakanud e-kaubandust aina enam omaks võtma. Loomulikult on oma osa selles ka vastava tehnoloogia kättesaadavusel ning kui varasemalt käis kaugmüük kataloogide vahendusel, siis nüüd pakub internet uusi võimalusi nii kaubamärkidele kui klientidele. Järgmise suure muutuse toob see, et jaekaubandusklientide

poolt on omaks võetud nutitelefonid. Need peopessa mahtuvad arvutid annavad võimaluse tehinguid teha igal ajal ja igas kohas, muidugi eeldusel, et võrguühendus on olemas. Meie kliendid sooritavad tehinguid nutitelefonide vahendusel, olles ise samal ajal meie poodides kohapeal või liikudes ühest kohast teise, st et e-kaubandus ei ole enam kliendi "kodupõhine".

Aastal 2016 teostati üle 50% e-kaubanduse tehingutest mobiilseadmete vahendusel ning nutitelefonide osa selles tegevuses kasvab kiirelt. Saksamaal on 62% kõigist mobiiltelefonidest nutitelefonid (2015. a seisuga) ning



sotsiaalmeedia kasutamine muutub aina tähtsamaks, kuna 78% kõigist 14-29 vanustest isikutest omab mõnda sotsiaalmeediakontot. Selline „alati kohal“ tarbija saab ostuvihjeid järjest enamatest allikatest ja mitte ainult neist, mis kavandatud tootja enda poolt. Nad saavad osta täpselt seda, mida, millal ja kus nad tahavad, üle

tarbijate madalaimatele instinktidele. Kui tarbija on aina elektroonilisem, siis võib nende ühtekuuluvus “traditsiooniliste” esinduspoodide brändidega nõrgeneda.

See alati ostuvalmiduses või „alati kohalviibiv“ tarbija esitab jaekauplejatele uusi nõudmisi.

Omnichannel strateegia korral töötavad kõik kanalid ühiselt, pakkudes kliendile brändikogemust kõigis kokkupuutepunktides.

kogu maailmal!

Kuidas omnichannel lähenemine muudab jaekaubandust?

Hiljutises uuringus¹, mis põhineb osaliselt jaekaupmeeste küsitlustel, hinnati kaubamärke John Lewis, Marc O’Polo ja Burberry omnichannel strateegia kasutusele võtmise osas esirinnas olevateks. Teised kaubamärgid, nagu näiteks Ahold, on teinud suuri investeeringuid mitte ainult omnichannel valmidusse, vaid teinud investeeringuid ka spetsiifiliselt teatud kaubamärkidesse (nõ „pure-play“). Selline ressursside jaotus tagab katusbrändi kohaloleku ükskõik kus ka klient ise ei oleks, seega apelleerides

Enam ei ole kauplus ainukeseks kokkupuutepunkts. Brändide puhul suureneb aina enam jaemüük mitme kanali kaudu, kus kaubamärgil on nii veebikauplus, päriskauplus ning lisaks veel võib-olla ka võimalus telefoni või e-maili teel kaupa tellida. Kuid siiski, samas kui üks tehing võib aset leida ühe kanali kaudu, on see klient selle tootega juba kokku puutunud mitme teise kanali kaudu enne ostu sooritamist. Sageli käib asi nii, et kuigi tehing tehakse ühe kanali kaudu, siis tehingu lõpuleviimine toimub mujal. Näiteks: ost sooritatakse veebis, aga kaubale tullakse poodi järele. Klienti ei huvita nii väga need kanalid, sest nad ostavad konkreetselt tootjalt või konkreetselt kaubamärki. Seega ei saa ka kaupmees ise iga kanalit enam

eraldi üksustena käsitleda, klient on ju kõigi puhul üks ja seesama.

Selline uutmoodi mõtlemine kannab nime omnichannel strateegia või omnikanali jaekaubandus. Kõik kanalid töötavad ühiselt, pakkudes kliendile brändikogemust kõigis kokkupuutepunktides. See ei ole üldse nii lihtne kui tundub ja võib nõuda ettevõttelt märkimisväärseid muudatusi nii tehnoloogias, protsessides kui ka organisatsioonikultuuris. Mõningate ettevõtete jaoks ei ole investeeringutasuvus koheselt ilmne, kuid klient sellest ei hooli. Selliste kaubamärkide jaoks oleks ideaalseks lahenduseks mitme kanali ja omnikanali vahepealne lahendus, kompromiss kliendi poolt saadava kasu ja ettevõtte piirangute vahel. Piirangud võivad sisalduda näiteks maksete osas, kus tüüpiliste probleemide hulka kuulub ostusumma kliendile tagastamine teise kanali kaudu,

makseviisid, tehniline spetsifikatsioon ja lahendus. Näiteks, kas ettevõtte saab säilitada krediitkaardi andmeid vastavalt PCIDSS maksekaardi andmeturbestandardile, et oleks võimalik ostu eest raha tagastada ka teiste kanalite kaudu? Kas kaupluse tehniline lahendus võtab arvesse veebi kaudu tehtud tellimusi? Kuidas on juhitud pettuseriskid ning kas ettevõtte sularahahaldus on nende tehingutega vastavuses? Kulude seisukohast vaadatuna, millisest hetkest peaks kaardita (CNP) makse tehingulõiv omnichannel maksete maailmas iganenuks muutuma? Ühe valdkonna vanad ärimudelid pannakse proovile teisest valdkonnast järsult esilekerkivaga.

Muutused põlvkondade kaupa ja kultuuris võivad võtta kauemgi aega kui tehnoloogilised uuendused, kuid võib olla täiesti veendunud, et muutuste tempo aina kiireneb ning tänapäeva laste jaoks on võrgumaailm juba esmane!

¹IS OMNI EVERYTHING? Customers are in every channel, where is retail? Arvato / Demandware report 2016

"Alati on keegi, kes tahab kaardiga maksta."

Võta oma ärile
nutiterminal.
Kuutasuta.

Toimib ka uute
viipekaartidega



► www.swedbank.ee/terminalid

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

Swedbank 

Kuidas on seotud FinTech revolutsioon ja uudsed makselahendused?

David Gyori, tegevjuht, Banking Reports Limited

Banking Reports Limited tegevjuht David Gyori rääkis meile, milliseid innovaatilisi lahendusi pakuvad praegu FinTech-firmad ning kuidas nad kujundavad jaekaubanduse ja maksete lähitulevikku.

Milliseid innovaatilisi lahendusi pakuvad finantstehnoloogia valdkonna parimad ettevõtted (FinTech-firmad) maksete teostamisel praegusel hetkel?

Finantstehnoloogia valdkonna siseselt võib näha maksetealaseid innovatsioone kümnes peamises suunas:

1. Isiklike rahaasjade töölaud. Y-generatsioon armastab näha oma maksete visuaalset analüüsi. Käimas on suurel hulgal projekte, mis pakuvad arvutimängudele sarnanevaid juhtpaneelide/ töölaudu.
2. Kantavad nutiasjad. Nutikell on nüüdseks FinTech-firmade uueks

lemmikuks. Turu ajastamiseks on veel vara, kuid kahe-kolme aasta pärast kandub osa praegusel hetkel nutitelefonidele suunatud tähelepanust selles suunas.

3. Ülekanded. Kõigi jaoks on tuttavad TransferWise, Azimo, CurrencyCloud ja WorldRemit, kuid kokku on innovaatilisi ja dünaamilisi rahaülekandeteenust pakkuvaid ettevõtteid kogu maailmas üle saja.
4. Rahakotid. Oma 180 miljoni aktiivse kasutajaga on PayPalil kõige edukam e-rahakott. Kuid lisaks eksisteerib ka kümneid samaväärselt lootustandvaid väiksemaid e-rahakoti projekte.



5. Kaardi asendajad. ApplePay'ga võrreldes paremad nutitelefonipõhised lahendused maksete sooritamiseks.
6. Mikromaksed. Lisanduvate rahasummade odav ja kiire liikumine. Näiteks kindlustusmaksete igapäevane tasumine, hoiuseintressi igapäevane laekumine.
7. Maksete finantsalane kaasatus. M-Pesa sarnased lahendused.
8. Digitaalsed valuutad. Lisaks

on sellise isikutuvastamise põhieesmärgiks maksete sooritamine.

10. RiskTech. Üheks põnevamaks esilekerkivaks valdkonnaks on sotsiaalmeediakaardi turvalisus, kuid on olemas kümneid tulevikuvõimalusi, millega FinTech-firmad püüavad maksete teostamist ohutumaks muuta.

vahel on digitaalrajanduse üheks oluliseks proovitempliks.

Kuidas kujundavad FinTech-firmad jaekaubanduse ja maksete lähitulevikku?

FinTech-firmade hulgas on maksed üheks eriti oluliseks valdkonnaks. Üheks põhjuseks on see, et kogu ostude sooritamise protsess on juppideks jaotatud. Ühelt poolt on SuperWallet ühenduses

M-Commerce ja M-Banking teenusega ning Amazon on avamas Ameerika Ühendriikides ligi 2000 Amazon Go päriskauplust, mis on varustatud Bluetooth maksesüsteemiga. Teiselt poolt lisandub ApplePay'le lisaks veel teisigi rakendusi, mis aitavad klientidel teostada sujuvat iseteenindust poekassades. Selliseid eri valdkondade (näiteks maksed ja jaekaubandus) juppide kokkuliitmist kutsume digitaalseks ühtlustamiseks.

Uueks paradigmaks on koostöine konkurents, milles on koos nii konkurentsi kui koostöö elemendid.

BitCoinile on olemas ligikaudu 20 muud märkimisväärset digitaalset valuutat. Tavaliselt on neil koos valuutaga ka oma arvlemissüsteem. Bitcoin torkab teiste selliste ettevõtmiste hulgast silma sellega, et sel on geniaalne, ilma keskse osapooleta arvlemissüsteem: Blockchain.

9. Biomeetriline tuvastamine. Töös on mitmeid projekte, alates südamelöökide äratundmisest kuni NFC ehk lähiväljaseade kiipideni välja. Tüüpiliselt

Kas selliseid teenuseid pakkuvad ettevõtted on olemasolevate pankade ja kaardiettevõtete/-keskuste jaoks konkurendid või pigem koostööpartnerid?

Uueks paradigmaks on koostöine konkurents, milles on koos nii konkurentsi kui koostöö elemendid. Pangad ja FinTech-firmad on üksteise jaoks nii sõbrad kui vaenlased. Jah, selline väljumine erineb tööstuskapitalistliku juhtimisteooria paradigmat, kuid piiride ähmastumine konkurentsi ja koostöö

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

PARTNERID

Swedbank 

Swedbank on uuenduste lainel. Panustame innovaatiliste makselahenduste väljatöötamisse, et teha inimeste ja ettevõtete elu lihtsamaks ning mugavamaks. 2016. aastal tõime Eestis esimese pangana turule puutevaba tehnoloogiaga makseterminalid, uuendusliku nutiterminali ja viipekaardid. Oleme ettevõtetele väljastanud üle 1000 nutiterminali, mis annab võimaluse uudsel moel makseid vastu võtta kõikjal, kus ettevõtja liigub. Eelmisel aastal väljastasime üle 70 000 viipekaardi ja detsembris tehti juba 27 000 viipemaks tehingut. Meie klientidel on üle 14 000 makseterminali ja praeguse seisuga võtab viipemaksid vastu üle 5000 Swedbanki makseterminali. Oleme välja andnud kokku üle 1,1 miljoni pangakaardi. Pangakaartide väljastamises ja kaartide teenindamises on meie turuosa Eestis üle 60%. Tagame professionaalse teeninduse nii makselahenduste valikul kui ka kogu koostöö vältel. Swedbanki statistika: 11.01.2017

www.swedbank.ee



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 pakusid Eesti kaupmeestele ja tarbijatele maksimaalset väärtust.

www.mastercard.ee



Hansab on 25-aastase kogemusega juhtiv innovaatiliste äriolahenduste pakkuja pangandus-, jaekaubandus-, transpordi- ja avalikus sektoris. Ettevõtte tegutses Balti riikides, Soomes ja Valgevenes. Hansab Gruppi kuulub 9 ettevõtet 17 esindusega üle Baltikumi, mistõttu saab Hansab tagada teenuse kõrge kvaliteedi olenemata asukohast. Hansabi peamisteks 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. Hansab on ametlik 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 maksemeetodeid. Ettevõtte pakub nutikaid, usaldusväärseid ja turvalisi lahendusi, mis toetavad äri kõigil tasanditel: poes, e-poes ja mobiilis.

www.ingenico.com



At Nets, we specialise in powering digital payments. We connect banks, businesses and consumers via an international network facilitating digital payments. Spanning across the Nordic and Baltic region, we provide a broad range of card services, account services, and payment solutions for merchants. Behind every service or solution we offer lies a simple promise: Great payments, great networks and great ideas provided by great people.

www.nets.ee