

Traditionele betaaloplossingen remmen SaaS-groei



benut **het potentieel** van **embedded payments**

Read more



Een soepele betaalervaring is inmiddels geen luxe meer, maar een basisverwachting van klanten. SaaS-platformen beseffen daarom steeds vaker dat het aanbieden van embedded payments binnen hun platform een essentiële standaard is geworden.



Uit onderzoek van OPP en Sapio onder 225 beslissers bij SaaS-bedrijven in Nederland, Frankrijk en Duitsland blijkt dat de meeste SaaS-platformen traditionele betaalmodellen inmiddels achter zich hebben gelaten. Meer dan negen op de tien respondenten (92%) maken al gebruik van embedded payments of zijn van plan deze te integreren in hun platform. In Nederland bedraagt dit 88%. Dit onderstreept het sterke vertrouwen in betalingen als aanjager van groei en extra klantwaarde.

Toch schuilt achter deze sterke adoptie een uitdagende realiteit: voor veel SaaS-platformen zijn betalingen nog altijd eerder een bron van frictie dan van toegevoegde waarde. Complexe onboarding processen, beperkte flexibiliteit en weinig controle over prijsstelling en marges zorgen ervoor dat huidige Payment Service Provider (PSP)-constructies de groei belemmeren. Hierdoor lopen platformen waardevolle inzichten, data en flexibiliteit mis die essentieel zijn om het volledige potentieel van betalingen te benutten. In veel gevallen wordt de betaalervaring bepaald door externe aanbieders. Dit beperkt de mogelijkheden van SaaS-platformen om de klantreis zelf vorm te geven, nieuwe verdienmodellen te introduceren of snel in te spelen op veranderende marktomstandigheden.

44%

gelooft dat er nog aanzienlijke groeikansen liggen in meer controle over transactiestromen en een diepere integratie van betalingen.

Het is dan ook niet verrassend dat, hoewel 84% van de platformen in Nederland aangeeft de omzetkansen van betalingen maximaal te benutten, bijna de helft (44%) ervan overtuigd is dat er nog aanzienlijke groeimogelijkheden liggen. Met meer controle over transactiestromen en een diepere integratie van betalingen kunnen zij nog meer waarde creëren. Embedded payments zijn inmiddels breed geaccepteerd, maar de echte kans ligt in de manier waarop platformen de betaalervaring beheren, optimaliseren en te gelde maken.

Veel payment providers hanteren nog altijd e-commercegerichte modellen voor platformbedrijven. Daardoor ontstaat een kloof tussen wat SaaS-bedrijven nodig hebben en wat aanbieders daadwerkelijk kunnen leveren. Het resultaat is dat SaaS-platformen vaak niet beschikken over de flexibiliteit, controle en commerciële mogelijkheden die nodig zijn om verdere groei te ondersteunen.

Door een gebrek aan inzicht in wat een flexibeler betaalmodel kan opleveren, zijn veel platformen deze beperkingen gaan zien als een onvermijdelijk gevolg van de manier waarop ze zakendoen. Maar door hun betaalstrategie te heroverwegen, kunnen SaaS-platformen nieuwe inkomstenstromen ontsluiten. Betalingen kunnen dan uitgroeien tot een strategische bron voor omzetgroei, onderscheidend vermogen en klantbetrokkenheid. Dit leidt niet alleen tot een betere gebruikerservaring, maar ook tot hogere klantretentie en een sterkere binding met het platform.

Dit rapport onderzoekt waar huidige betaalstrategieën tekortschieten, welke verborgen kosten gepaard gaan met verouderde betaalinfrastructuur en waarom veel platformen zich hebben neergelegd bij beperkingen die hun groei afremmen. Daarnaast laat het zien hoe SaaS-leiders in Europa betalingen kunnen transformeren van een bottleneck die hun groei belemmert, naar een groeimotor.

De onderzoeksresultaten maken duidelijk welke kansen SaaS-bedrijven kunnen benutten wanneer zij verder kijken dan een basisintegratie van betalingen en meer regie nemen over de volledige betaalervaring.

Embedded payments zijn een kernonderdeel geworden van de SaaS-platformstrategie

In plaats van gebruikers door te sturen naar externe aanbieders, wat voor frictie kan zorgen in het betaalproces, helpen embedded payments gebruikers klanttransacties te verwerken en tegoeden en uitgaven te beheren zonder hun vertrouwde softwareomgeving te verlaten.

37%

gebruikt momenteel embedded payments die door een PSP worden geleverd

Volgens het onderzoek van OPP blijkt dat 37% van de SaaS-beslissers in Nederland momenteel gebruikmaakt van embedded payments die via een PSP (Payment Service Provider) in hun platform zijn geïntegreerd. Daarnaast maakt de meerderheid van de SaaS-leiders gebruik van externe partijen voor het faciliteren van betaaldiensten. Deze ontwikkeling weerspiegelt een groeiend besef dat naadloze, geïntegreerde betaalprocessen niet langer een operationele functie zijn, maar kernonderdeel zijn van de platformstrategie.

Hoewel de adoptie van embedded payments blijft toenemen, wijzen de onderzoeksresultaten erop dat veel organisaties zich nog voornamelijk richten op het inrichten van hun betaalfuncties.

Voor veel SaaS-platformen is het simpelweg integreren van betalingen echter slechts de eerste stap. De echte waarde ontstaat pas wanneer betalingen strategisch worden ingezet, beheerd en geïntegreerd in de bredere platformervaring. Dat biedt niet alleen nieuwe omzetmogelijkheden, maar draagt ook bij aan een betere klantervaring. Nu embedded payments gemeengoed worden, verschuift de aandacht van implementatie naar het benutten van het commerciële potentieel.

Verder dan online: De opkomst van embedded in-person payments

Voor veel SaaS-platformen lag de focus van embedded payments traditioneel op online transacties. Maar nu platformen steeds vaker bedrijven ondersteunen die zowel digitaal als fysiek actief zijn, reikt de behoefte verder dan alleen e-commerce. SaaS-aanbieders die actief zijn in sectoren zoals retail, beauty en wellness, hospitality en bezorgdiensten hebben steeds vaker behoefte aan geïntegreerde betaaloplossingen voor fysieke verkooppunten. Hiermee kunnen zij een consistente betaalervaring bieden, ongeacht waar de transactie plaatsvindt.

Het samenbrengen van online en in-person payments op één platform zorgt niet alleen voor een betere klantervaring, maar stelt platformen ook in staat om nieuwe omzetkansen te pakken. Momenteel worden de meeste van deze betalingen ondersteund door speciale, kostbare betaalterminals die aangeschaft en onderhouden moeten worden. Maar nu vrijwel alle nieuwe smartphones zijn uitgerust met technologie die betalingen ondersteunt, zullen deze traditionele betaalterminals overbodig worden.

Deze worden vervangen door smartphones met een betaalapplicatie zodat bedrijven gebruik kunnen maken van oplossingen voor in-person payments om nieuwe businessmodellen te ontwikkelen en toe te passen, terwijl zij tegelijkertijd hun bestaande point-of-sale (POS)-omgeving vereenvoudigen.

Platformen kunnen hun betalingen zelf beheren, zonder complexe koppelingen en automatisch hun commissie innen. Zo kan een last-mile bezorgdienst die samenwerkt met honderden koeriers, in plaats van iedere koerier uit te rusten met een kostbare betaalterminal, eenvoudig via een smartphone een betaalapp aanbieden. Via deze app kunnen betalingen direct worden geaccepteerd, waarna het systeem het betaalde bedrag automatisch verdeelt. De juiste vergoeding wordt daarbij direct uitgekeerd aan zowel de bezorgdienst als de koerier.

Door de combinatie van smartphonetechnologie en applicaties die geïntegreerd zijn met in-person payments, wordt de complexiteit van POS-betalingen aanzienlijk verminderd. Tegelijkertijd kunnen bedrijven de naadloze betaalervaring die consumenten online gewend zijn, ook aanbieden in de fysieke wereld.

Betalingen worden steeds vaker gezien als aanjager van groei

In plaats van betalingen te zien als een puur transactionele noodzaak, erkennen organisaties de rol die betalingen spelen bij omzetgroei, klantbehoud en het onderscheidend vermogen van een platform. Door een naadloze betaalervaring te bieden, wordt een platform aantrekkelijker en waardevoller voor gebruikers.

Hoe meer controle een platform heeft over de betaalstromen, hoe meer invloed het heeft op marges en hoe groter de mogelijkheid wordt om met elke transactie nieuwe, terugkerende inkomsten te genereren. Nu embedded payments verder ingeburgerd raken, wordt ook steeds duidelijker hoeveel groeipotentieel zij kunnen bieden.

Volgens 68% van de Nederlandse respondenten zijn betalingen een aanjager van omzetgroei, wat het toenemende strategische belang ervan binnen SaaS-bedrijfsmodellen onderstreept. De data toont aan dat betalingen steeds meer worden geïntegreerd in platformstrategieën vanwege de kansen die zij bieden, die verder gaan dan alleen het verwerken van transacties. De discussie verschuift daarbij van de vraag óf betaalfuncties moeten worden aangeboden naar de vraag hoe deze functies kunnen bijdragen aan groeidoelstellingen en concurrentievoordeel kunnen creëren.

17%

ziet betalingen als een belemmering voor internationale expansie

Betalingen als belemmering voor internationale expansie

Er zijn echter nog altijd uitdagingen. Zo ziet 17% van de SaaS-leiders betalingen nog steeds als een belemmering voor internationale uitbreiding. Dit wijst erop dat betaalfuncties weliswaar groei kunnen ondersteunen, maar ook operationele complexiteit kunnen veroorzaken wanneer organisaties nieuwe markten betreden.

Om internationaal groeipotentieel te benutten, is daarom meer nodig dan alleen technologie. Naarmate platformen uitbreiden naar nieuwe markten en nieuwe betaalmodellen verkennen, lopen veel organisaties aan tegen beperkte gespecialiseerde interne expertise die nodig is om deze veranderingen succesvol te begeleiden.

Van regelgeving en lokale betaalvoorkeuren tot onboarding processen: de complexiteit van betalingen neemt snel toe naarmate platformen opschalen. Daardoor wordt de keuze voor een betaalpartner steeds belangrijker om SaaS-platformen te helpen om betaalfuncties te transformeren zodat ze winst opleveren.

Als je de betaaloplossing direct vanaf het begin anders had kunnen ontwerpen, wat zou je dan anders hebben gedaan? Kies het antwoord dat het beste past.

Selectie	Totaal	Frankrijk	Duitsland	Nederland
We waren te afhankelijk van een externe leverancier	26%	28%	24%	27%
We misten de flexibiliteit om mee te schalen	16%	21%	15%	13%
Compliance-en regelgeving werden een knelpunt	16%	19%	19%	9%
De complexiteit van integraties vertraagde ons	14%	9%	8%	25%
We gaven gebruikerservaring onvoldoende prioriteit	11%	7%	16%	9%
We beseften niet dat betalingen konden bijdragen aan omzetgroei	9%	9%	9%	9%
We hebben monetisatie niet vroeg genoeg meegenomen	8%	7%	9%	7%

Controle is de volgende kans voor meer omzet

Ondanks de brede adoptie van embedded payments geven SaaS-leiders aan dat er nog steeds aanzienlijke waarde onbenut blijft als het gaat om betalingen. De vraag is: hoe kunnen platformen ook omzet halen uit de betalingen die al via hun systemen worden verwerkt?



Door betalingen binnen SaaS-platformen te verwerken, kunnen organisaties minder afhankelijk worden van abonnementsgelden en daarnaast ook inkomsten genereren uit het transactievolume. Dit creëert nieuwe inkomstenstromen en vergroot tegelijkertijd de waarde voor klanten dankzij een geïntegreerde betaalervaring. Naarmate betalingen een groter onderdeel worden van de klantworkflow, kunnen zij bovendien bijdragen aan een betere klantretentie en zowel de transactiewaarde als de customer lifetime value (CLV) verhogen.

Meer dan een derde van de Nederlandse respondenten (36%) geeft aan dat een betere integratie van betalingen binnen hun platform kan bijdragen aan extra omzet. Ook ziet 41% ziet meer kansen in een beter gebruik van betaaldata en inzichten, terwijl 36% van de Nederlandse SaaS-leiders denkt dat het toevoegen of uitbreiden van betaalgerelateerde functies kan helpen om extra inkomsten te genereren. Dit wijst erop dat optimalisatie van betaalprocessen een belangrijke kans is voor groei.

Voor veel SaaS-platformen ligt één van de grootste kansen in het genereren van inkomsten uit betalingen die zij al verwerken. In plaats van alleen te vertrouwen op licentie-inkomsten, kunnen platformen aanvullende omzet realiseren via transactiegerichte verdienmodellen, omzetsdeling en betaalgerelateerde diensten.

Bijna de helft van de Nederlandse respondenten (44%) erkent dat meer controle over transactiekosten een kans biedt die momenteel nog niet wordt benut, maar wel aanzienlijke extra inkomsten kan opleveren. Naarmate het betaalvolume groeit, nemen ook deze inkomstenstromen toe. Ze schalen mee met de activiteit van klanten en dragen bij aan een meer gediversifieerd en veerkrachtig bedrijfsmodel.

De onderzoeksresultaten suggereren dat veel platformen nog maar net zijn gestart om het commerciële potentieel van embedded payments te verkennen. In plaats van betalingen uitsluitend als een functionele voorziening te beschouwen, erkennen SaaS-leiders nu vaker de waarde van betaalddata, transactiestromen en geïntegreerde financiële diensten als bronnen van concurrentievoordeel en uiteindelijk omzetgroei. Voor velen ligt de kans niet alleen in het genereren van extra inkomsten, maar ook in het creëren van een betere platformervaring die langdurige klantrelaties versterkt.

Om deze kansen te benutten, moeten organisaties echter meer de controle nemen over de betaalervaring. In de loop der tijd zijn veel bedrijven de beperkingen gaan beschouwen als een normaal onderdeel van de bedrijfsvoering. Juist het gebrek aan inzicht in transactiedata, controle over prijsstructuren en flexibiliteit binnen de betaalinfrastructuur, maakt het moeilijk voor platformen om te profiteren van alle voordelen van embedded payments.

Deze zaken kunnen de groei beperken, waardevolle inzichten in klanten en transacties aan het zicht onttrekken en SaaS-platformen ervan weerhouden om de volledige waarde van betalingen die al binnen hun ecosysteem worden verwerkt, te benutten.

Nu de inzet van embedded payments verder toeneemt, wordt de volgende fase bepaald door de mate waarin platformen hun betaalinfrastructuur, transactiedata en klantinzichten kunnen gebruiken om groei te stimuleren en inkomsten uit transacties te halen. Voor veel SaaS-leiders ligt de grootste uitdaging in het verkrijgen van de benodigde controle zodat zij betaalddata effectief kunnen inzetten.

Welke van de onderstaande mogelijkheden zijn nog niet beschikbaar binnen het platform, maar zouden kunnen helpen om extra omzet te genereren?

Selectie	Totaal	Frankrijk	Duitsland	Nederland
Controle krijgen over transactiekosten	48%	52%	47%	44%
Betalingen beter integreren in de klantreis	44%	55%	43%	36%
Data en inzichten slimmer gebruiken om omzet te vergroten	44%	52%	40%	41%
Betaalfuncties toevoegen of uitbreiden	43%	51%	43%	36%
Prijsstrategieën ontwikkelen en optimaliseren	39%	41%	37%	39%
Belemmeringen door wet- en regelgeving wegnemen	36%	40%	36%	31%
Geen van bovenstaande / weet ik niet	3%	1%	-	8%

Strategische voordelen die verder gaan dan omzet

Hoewel omzetgroei een belangrijke doelstelling is, suggereert het onderzoek ook dat veel van de meest waardevolle voordelen van embedded payments liggen op het gebied van klantervaring, operationele efficiëntie en de langetermijngroei van het platform.

Nederlandse SaaS-leiders zien een duidelijke relatie tussen meer controle over de betaalervaring en betere bedrijfsresultaten. Gevraagd naar de voordelen van embedded payments, noemden respondenten uiteenlopende voordelen, waaronder toegang tot rijkere klantdata (59%), een hogere klantretentie (61%) en snellere onboardingprocessen (56%). Dit onderstreept de bredere impact die betalingen kunnen hebben op de hele organisatie



Waardevolle toegang tot inzichten

Embedded payments geven platformen meer inzicht in klantgedrag en transactieactiviteiten. Door betalingen binnen het eigen platformecosysteem te verwerken in plaats van via een externe aanbieder, krijgen organisaties toegang tot waardevolle inzichten die kunnen bijdragen aan productontwikkeling, strategieën voor klantbetrokkenheid en commerciële besluitvorming op strategisch niveau. Wanneer de betaalervaring echter grotendeels wordt bepaald door externe aanbieders, is veel van deze informatie versnipperd of buiten bereik.

Betere integratie van betalingen binnen platformen kan ook bijdragen aan sterkere klantrelaties. Wanneer betalingen onderdeel worden van de workflow, worden ze een waardevol onderdeel van de gebruikerservaring. In plaats van de klantervaring te onderbreken doordat gebruikers moeten schakelen tussen verschillende platformen en betaalproviders,

helpen embedded payments een naadloze ervaring te creëren.

Embedded payments kunnen ook helpen onboarding processen voor gebruikers te stroomlijnen, waardoor frictie wordt verminderd en gebruikers sneller waarde uit het platform halen. Het vermogen om een vloeiende onboarding ervaring te bieden, wordt binnen de SaaS-markt een steeds belangrijker onderscheidend vermogen. Al deze interacties dragen bij aan een grotere loyaliteit aan het platform en ondersteunen klantretentie op lange termijn.

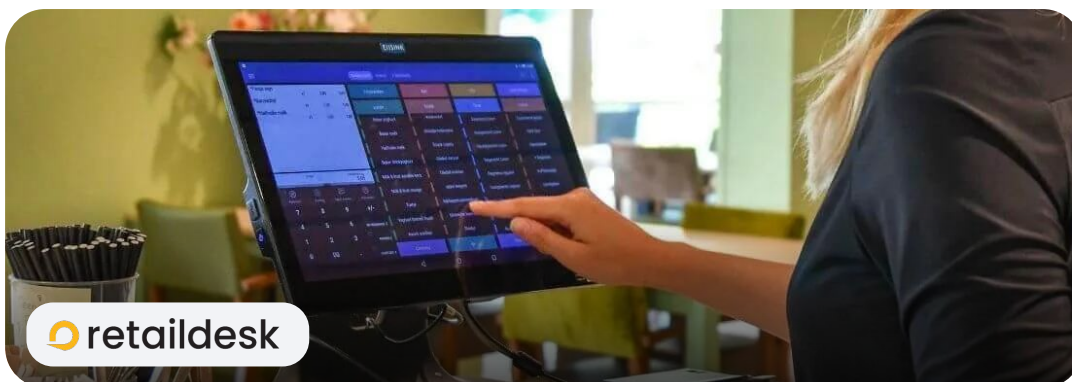
Welke voordelen ziet associeer je met embedded payments?

Selectie	Totaal	Frankrijk	Duitsland	Nederland
Betere inzichten uit data	54%	63%	40%	59%
Hogere klantretentie	53%	53%	46%	61%
Snellere onboarding	52%	61%	40%	56%
Verbeterde gebruikerservaring	50%	65%	41%	44%
Nieuwe inkomstenstromen	49%	50%	54%	42%
Concurrentievoordeel	38%	43%	27%	44%
Anders	-	-	-	-

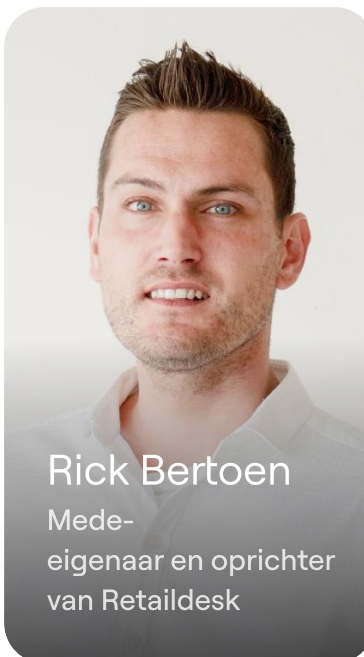
Case study: Retaildesk

Retaildesk was op zoek naar een gespecialiseerde payment service provider die een complete embedded payments-oplossing kon leveren voor twee nieuwe SaaS-labels: Retaildesk en Gastrodesk. Belangrijke vereisten waren een volledige integratie met de op Laravel gebaseerde backend van de platformen, ondersteuning voor split payments en een betrouwbaar en snel onboarding proces voor eindgebruikers.

Retaildesk en Gastrodesk maken gebruik van de embedded payments-oplossingen van OPP. Om digitale facturen eenvoudig te kunnen versturen en innen, zijn iDEAL/Wero en Bancontact geïntegreerd in de facturatiemodules. Daarnaast worden betalingen via QR-codes en tap-on-mobile ondersteund. Ook afhaal- en bezorgwebsites die via Retaildesk en Gastrodesk worden aangeboden, kunnen gebruikmaken van geïntegreerde online betalingen voor een snelle checkout. Daarnaast ondersteunen de platformen split payments en uitbetalingen aan verschillende merchants, wat met name waardevol is voor franchiseorganisaties. Verder heeft OPP beide platformen voorzien van geautomatiseerde onboarding flows, inclusief verificaties en digitale contractondertekening en wordt gebruikgemaakt van SoftPOS.



De grote kracht van de samenwerking met OPP is dat we nu een volledig betaalplatform kunnen aanbieden, van online en mobiele betalingen tot point-of-sale transacties. OPP denkt niet alleen actief mee over de technische aspecten, maar ook over compliance, van gebruikers onboarding en uitbetalingsstromen. Daardoor zijn zij een echte sparringpartner die bovendien openstaat voor het gezamenlijk ontwikkelen van nieuwe mogelijkheden."



Rick Bertoen

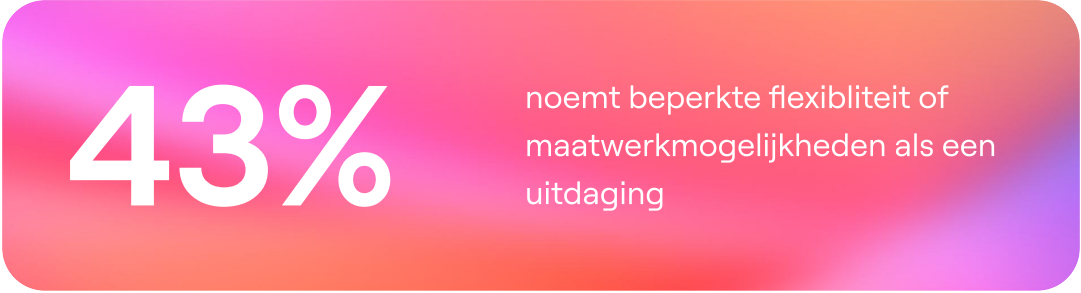
Mede-eigenaar en oprichter van Retaildesk

Flexibiliteit en controle blijven belangrijke uitdagingen

Naarmate het betaallandschap zich verder ontwikkelt, zijn snelheid en flexibiliteit essentieel voor SaaS-platformen om in te kunnen spelen op marktontwikkelingen, nieuwe regelgeving en veranderende klantbehoeften.

Uit het onderzoek blijkt dat veel Nederlandse SaaS-platformen hun betaalfuncties snel kunnen aanpassen: meer dan 80% kan betaalgerelateerde functies binnen vier weken lanceren of wijzigen. Deze mate van wendbaarheid kan concurrentievoordeel opleveren, doordat platformen sneller kunnen inspelen op veranderende klantwensen, nieuwe betaalervaringen kunnen introduceren en nieuwe omzetkansen kunnen benutten.

Die wendbaarheid is echter niet vanzelfsprekend. Een op de vijf Nederlandse respondenten (20%) heeft tussen de één en drie maanden nodig om wijzigingen door te voeren. Dit wijst op aanhoudende operationele en technische beperkingen. Vertragingen kunnen leiden tot gemiste omzetkansen, tragere innovatie en minder flexibiliteit om te reageren op veranderende marktomstandigheden.



43%

noemt beperkte flexibiliteit of
maatwerkmogelijkheden als een
uitdaging

Commerciële gevolgen

Snelheid alleen is niet voldoende. Bijna de helft van de respondenten (43%) noemt beperkte flexibiliteit of maatwerkmogelijkheden als een uitdaging binnen hun huidige betaaloplossing, terwijl een kwart (25%) aangeeft onvoldoende controle te hebben over prijsstelling en marges. Dit laat zien dat veel platformen nog steeds worden beperkt door de mogelijkheden van hun betaalprovider. Daardoor hebben zij minder ruimte om betaalervaringen op maat te leveren, nieuwe commerciële modellen te introduceren of inkomsten te genereren uit betalingen die al via het platform worden verwerkt.

Deze beperkingen kunnen aanzienlijke commerciële gevolgen hebben. Platformen die betaalervaringen niet kunnen personaliseren, prijsmodellen niet kunnen aanpassen of niet snel kunnen inspelen op veranderende klantbehoeften, kunnen de voordelen van embedded payments op het gebied van omzet, klantretentie en klantervaring niet volledig benutten. Wat begint als een operationele uitdaging, kan uiteindelijk uitgroeien tot een rem op groei.

Naarmate de markt zich verder ontwikkelt, kijken SaaS-leiders steeds vaker verder dan alleen functionaliteit en richten zij zich op meer controle over de betaalervaring. Het vermogen om betaalervaringen aan te passen, commerciële modellen te beheren en snel in te spelen op veranderende klantbehoeften, wordt daarbij net zo belangrijk als de betaalfunctionaliteit zelf.



Met welke uitdagingen heb je te maken bij de huidige betaaloplossing?

Selectie	Totaal	Frankrijk	Duitsland	Nederland
Beperkte flexibiliteit / maatwerkmogelijkheden	49%	63%	43%	43%
Last van wet- en regelgeving	43%	47%	49%	32%
Complexe integraties	40%	41%	43%	35%
Beperkte rapportagemogelijkheden / inzichten	40%	47%	37%	35%
Complexe onboarding voor gebruikers	36%	32%	31%	44%
Beperkte controle over prijzen / marges	34%	41%	35%	25%
Matige gebruikerservaring	24%	21	29%	20%
Wij ervaren geen uitdagingen	8%	7%	3%	15%

Wat SaaS-platformen nodig hebben van hun payment provider

Hoewel embedded payments snel zijn gegroeid, geven platformen vaker de voorkeur aan oplossingen die meer flexibiliteit bieden, snellere onboarding mogelijk maken en meer controle geven over de commerciële aspecten van betalingen.

De keuze voor een payment provider is daarmee een strategische beslissing geworden. Organisaties zoeken naar oplossingen die niet alleen voldoen aan hun huidige behoeften, maar ook hun groeiambities ondersteunen. De embedded payments-oplossing van OPP is specifiek ontwikkeld voor bedrijfsmodellen van platformen. Hierdoor kunnen SaaS-organisaties hun betalingen effectiever beheren, terwijl zij meer controle behouden over zowel de klantervaring als hun commerciële model.

1

Vereenvoudigen van onboarding en compliance

Een van de grootste belemmeringen voor het opschalen van betalingen, is het beheren van verschillende onboarding- en compliancevereisten voor uiteenlopende betaalmethoden en markten. OPP pakt dit aan met één centraal Know Your Customer (KYC)-proces, waarmee online betalingen, tap-on-mobile en terminalbetalingen kunnen worden geactiveerd. Dit helpt de complexiteit te verminderen en versnelt de onboarding van merchants.

2

Platformen meer regie geven

Nu SaaS-platformen steeds meer eigenaarschap willen over de betaalervaring, helpen 'branded' betaaloplossingen aanbieders om geïntegreerde betaaldiensten aan te bieden onder hun eigen merknaam. Dit helpt niet alleen om klantrelaties te versterken, maar zorgt ook voor een meer naadloze en consistente gebruikerservaring.

3

Ondersteuning van nieuwe verdienmodellen

Terwijl platformen zoeken naar nieuwe inkomstenkansen voor betalingen, wordt meer controle over prijsstelling steeds belangrijker. Flexibele prijsmodellen stellen platformen in staat betaaldiensten af te stemmen op het type verkoper, het type transactie of het transactievolume. Daarnaast maken mogelijkheden voor het splitsen van betalingen het eenvoudiger om complexere marktplaats- en platformmodellen te ondersteunen.

4

Ondersteuning van groei op schaal

Door veranderende regelgeving in verschillende markten worden de eisen aan betaaldiensten steeds complexer. Platformen hebben daarom behoefte aan een payment provider die expertise over betalingen combineert met brede marktdkking. OPP werkt samen met een PayFac (Payment Facilitator) en biedt daarmee expertise, concurrerende tarieven en een snelle time-to-market. Daarnaast beschikt OPP zelf over een PayFac-licentie, waardoor Independent Software Vendors geen licentie hoeven aan te vragen.

Welke uitspraak beschrijft het beste hoe je momenteel tegen betalingen aankijkt?

Selectie	Totaal	Frankrijk	Duitsland	Nederland
Groeiversneller	39%	36%	40%	40%
Operationele noodzaak	27%	33%	24%	24%
Belangrijkste omzetbron	24%	23%	21%	28%
Kostenpost	10%	8%	15%	7%
Wordt niet strategisch overwogen	0%	-	-	1%

De toekomst van betalingen ligt bij platformen

De volgende fase van SaaS-groei wordt bepaald door de mate waarin platformen betalingen weten te integreren, beheren en te gelde te maken.

Daarbij gaat het om meer dan alleen betaalfunctionaliteit.

Concurrentievoordeel wordt behaald met de manier waarop betalingen naadloos worden verweven met de klantervaring en de bredere platformstrategie. De grens tussen software en financiële dienstverlening vervaagt steeds meer, waardoor betalingen een strategisch onderdeel worden van platformgroei en onderscheidend vermogen.

Toch werken veel platformen nog steeds met betaalmodellen die hun zichtbaarheid, flexibiliteit en commerciële controle beperken. Deze beperkingen worden vaak gezien als vanzelfsprekend. Voor SaaS-platformen ligt hier echter een kans om die aanname ter discussie te stellen. Door meer regie te pakken over de betaalervaring kunnen zij de klantinzichten, wendbaarheid en omzetkansen benutten die al aanwezig zijn binnen hun betaalstromen.

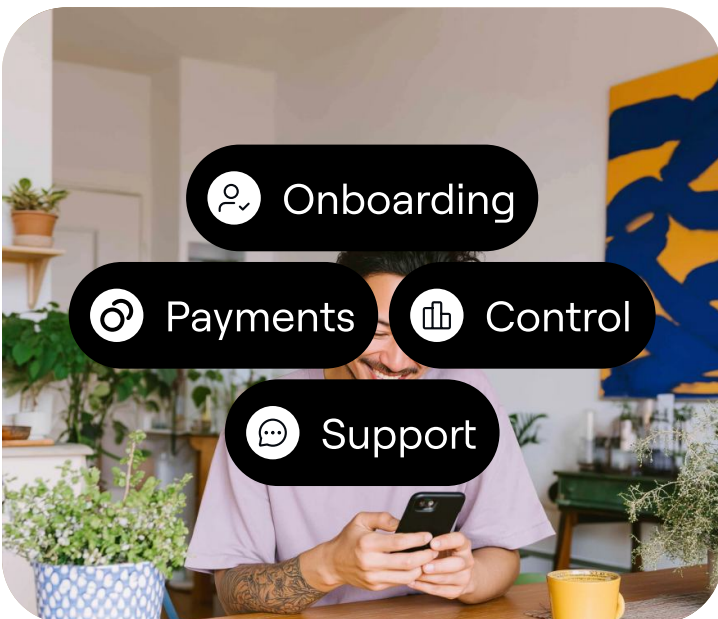
Wij zijn de leidende betaaldienstverlener voor platformen en marktplaatsen.

Een team van



150+

betaalexperts



Onboarding

Payments

Control

Support

★ Hoogst gewaardeerd op Trustpilot

