



AfterPay biedt zekerheid bij online shoppen

Inhoud

Hoofdstuk 1

Consumenten en achteraf betalen

Hoofdstuk 2

Verhoog de conversie met het aanbieden van AfterPay

Hoofdstuk 3

Hoge tevredenheid AfterPay

Verantwoording

Hoofdstuk 1

Consumenten en achteraf betalen



Consumenten maken maar al te graag gebruik van achteraf betalen. 60% van de online shoppers heeft in de afgelopen 12 maanden gebruik gemaakt van een achteraf betaalmethode. 90% van de online shoppers zou achteraf betalen overwegen. Maar waarom eigenlijk?

Achteraf betalen biedt consumenten meer zekerheid bij hun online aankopen.

Het checken of de bestelling compleet en in orde aankomt, de producten eerst in het echt willen zien voordat je ze betaalt en niet zeker weten of je alles houdt of (een deel) retourneert zijn de belangrijkste drivers om voor achteraf betalen te kiezen.



Wat zijn voor jou redenen om te kiezen voor achteraf betalen?

Basis: online shoppers (n=1.068)



Achteraf betalen verhoogt de betrouwbaarheid

55% van online shoppers geeft aan dat zij een aankoop laten zitten als de webshop er onbetrouwbaar uit ziet. 3 op de 10 online shoppers geven aan dat zij voor achteraf betalen kiezen als zij niet bekend zijn met de webshop. Het aanbieden van achteraf betalen kan de betrouwbaarheid van de webshop verhogen en heeft daarmee de potentie om conversieverhogend te werken.

Hoofdstuk 2

Verhoog de conversie met het aanbieden van AfterPay



De markt voor achteraf betalen toont nog veel groeipotentie. AfterPay wil samen met haar klanten deze markt vergroten, zodat meer consumenten het gemak van achteraf betalen kunnen ervaren. Ook voor webshops levert dit meerwaarde; het aanbieden van achteraf betalen met AfterPay kan de conversie verhogen.

Door het aanbieden van AfterPay kan de conversie worden vergroot:

- 1 46% geeft aan producten eerder online te bestellen (in plaats van in een fysieke winkel) als zij met AfterPay kunnen betalen

- 2 43% zou met AfterPay eerder producten in het winkelmandje afrekenen waar zij over twijfelen
- 3 19% zou met AfterPay meer items per order bestellen

Waarom maakt men geen gebruik van AfterPay?

Een deel van de online shoppers maakt geen gebruik van achteraf betalen omdat zij simpelweg (in sommige gevallen) de voorkeur geven aan direct betalen.

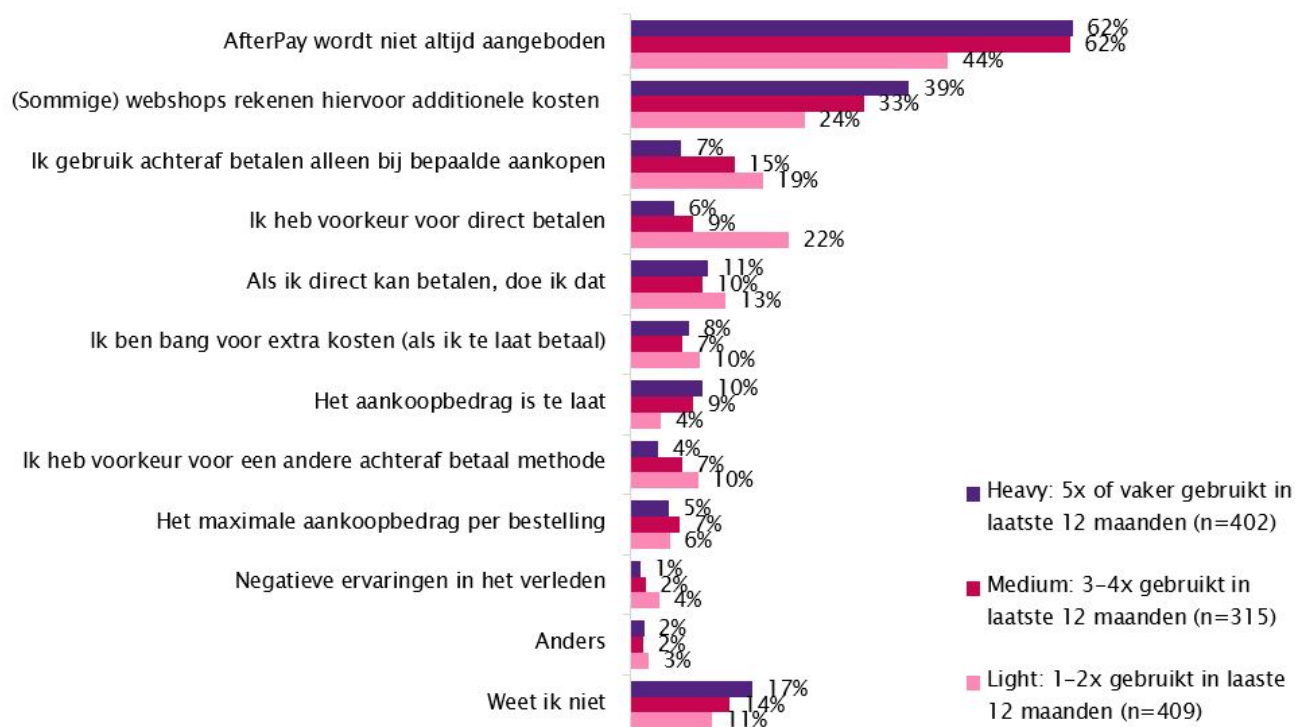
De helft van de AfterPay gebruikers geeft aan wel gebruik te willen maken van de betaalmethode, maar dat het niet altijd aangeboden wordt.

Daarnaast geven zowel gebruikers als niet-gebruikers van AfterPay aan dat de additionele kosten een belangrijke reden zijn om geen gebruik te maken van de betaalmethode.

47% van de online shoppers geeft aan dat additionele kosten reden zijn om geen bestelling meer te plaatsen bij een bepaalde webshop

Wat zijn redenen om niet vaker voor AfterPay te kiezen?

Basis: AfterPay gebruikers (n=1.126)



Hoofdstuk 3

Hoge tevredenheid AfterPay



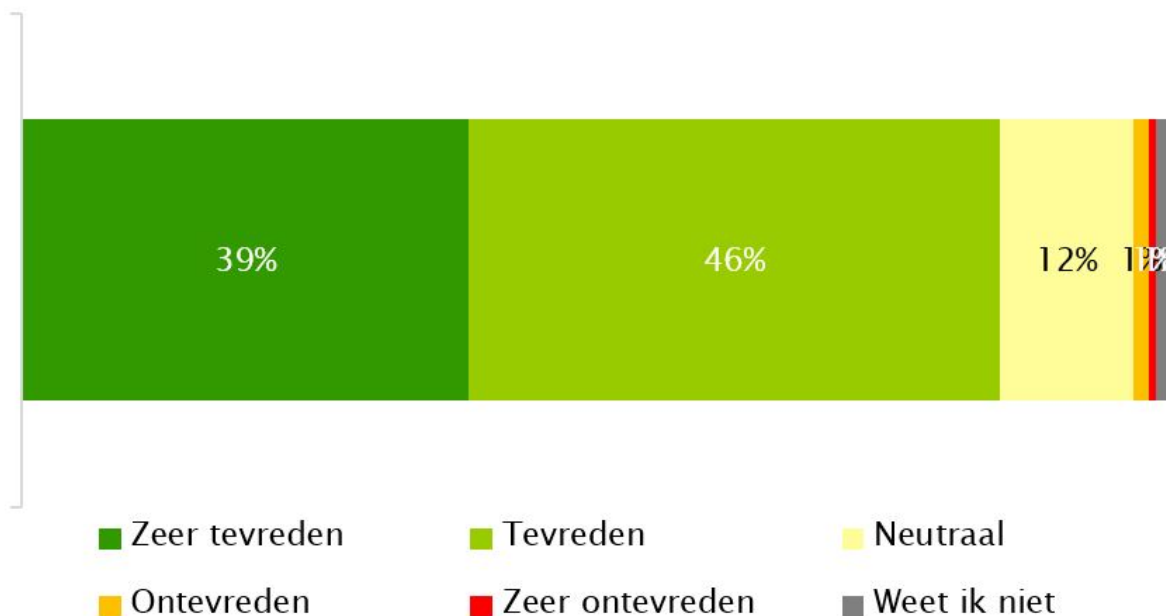
Het aanbieden van achteraf betaalmethoden kent vele voordelen, zowel voor consumenten als webshops. Maar waarom AfterPay?

Hoge klanttevredenheid

75% van de klanten is (zeer) tevreden over het gebruik van AfterPay. Vooral over het gemak, de betrouwbaarheid en zekerheid die het gebruik van AfterPay biedt zijn klanten te spreken.

Hoe tevreden of ontevreden ben je in het algemeen over het gebruik van AfterPay?

Base: AfterPay gebruikers (n=1.187)



Bekende naam bij achteraf betaalmethoden

AfterPay is een bekende aanbieder van achteraf betalen: 69% van online shoppers kent het merk. 40% heeft zelfs al eens gebruik gemaakt van AfterPay.



Hoge gebruiksintentie

54% van de online shoppers vindt AfterPay een (zeer) aantrekkelijke betaalmethode. Onder shoppers die regelmatig achteraf betalen is dit zelfs 69%

Online shoppers



54%

Online shoppers die wel eens achteraf betalen

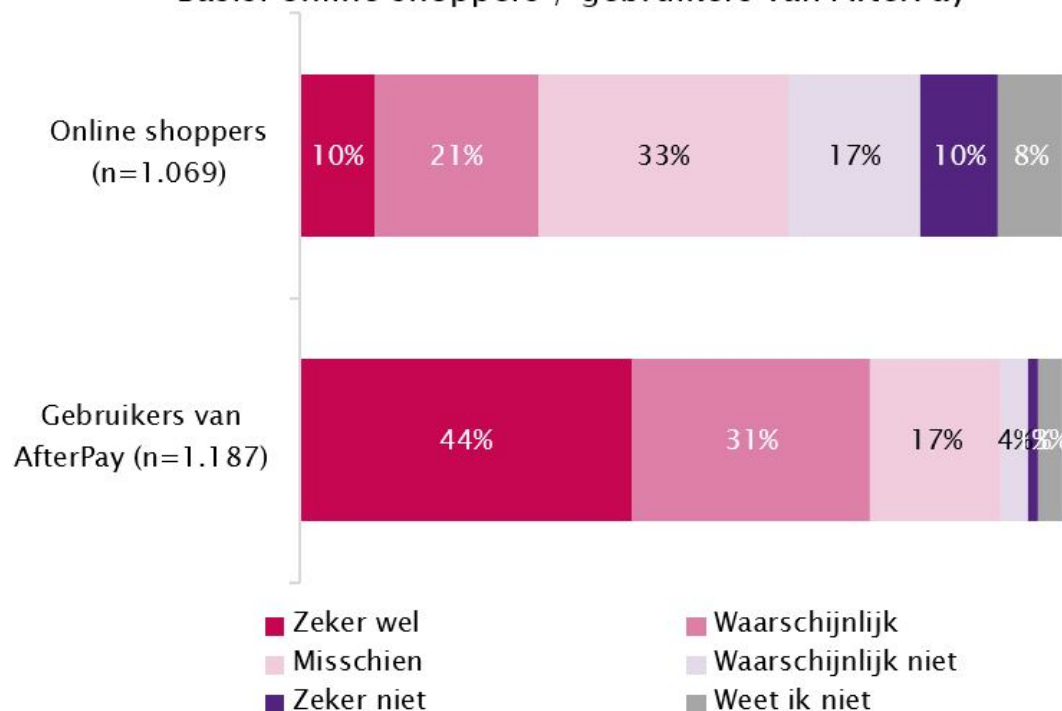


69%

64% van de online shoppers zou AfterPay zeker of misschien gebruiken als dit wordt aangeboden.

Hoe waarschijnlijk is het dat je op korte termijn bij een online aankoop gebruik zal maken van AfterPay als dit wordt aangeboden?

Basis: online shoppers / gebruikers van AfterPay



Verantwoording

Het onderzoek is in opdracht van AfterPay uitgevoerd door Ruigrok NetPanel. De doelgroep van het onderzoek bestaat uit Nederlandse online shoppers van 18 jaar en ouder. In totaal hebben 1.068 Nederlanders de online vragenlijst volledig ingevuld. De steekproef is representatief voor Nederland naar geslacht, leeftijd en opleidingsniveau.



Sara de Groot
Ruigrok NetPanel
sara@ruigroknetpanel.nl



Caroline van Teeffelen
Ruigrok NetPanel
caroline@ruigroknetpanel.nl



Odette Vlek
Ruigrok NetPanel
odette@ruigroknetpanel.nl