

9 минут назад

Маркетологи коммерческих карт ищут более широкие возможности для оплаты через B2B



Компания «Маркетинговые данные» предлагает широкий выбор маркетинговых исследований в любой отрасли и регионе

Marketing data знакомит нас с тем, что индустрия коммерческих платежных карт находится на переломном этапе: в то время как карты продолжают обеспечивать основу, технологии изменяют и расширяют их способность удовлетворять болевые точки клиентов. Их окружает все более сложный набор программных решений и технологических платформ, которые помогают преодолеть целый ряд проблем и обеспечивают все более плавные платежные процессы, в которых участвуют не только карты.

Это мульти-железнодорожный мир, даже для Visa и Mastercard, поскольку участники отрасли стремятся к партнерству, приобретению и разработке стратегии, чтобы использовать более широкие возможности глобальных платежей в B2B.

Mastercard активно внедряет методы оплаты и сопутствующие услуги, которые диверсифицируют его от традиционных корней карточной сети. В то время как платежи на основе карт остаются основой своего бизнеса, Mastercard реализовала многоуровневый подход к инфраструктуре, услугам и приложениям, который нацелен на потоки платежей P2P, B2B и B2C с помощью стратегии «multi-rail», которая использует не только свои традиционные карточные рельсы, но также включает в себя не карточные способы оплаты. Эти более свежие решения включают Mastercard Send, Mastercard B2B Hub и Mastercard Track. Наряду с растущим ассортиментом связанных решений для анализа данных, эти новые предложения помогают позиционировать Mastercard для долгосрочного роста глобальных платежей B2B.

Visa также активно направляет больше ресурсов в направлении платежей B2B. Visa Direct, платформа для денежных переводов и платежей в режиме реального времени Visa, использует сеть Visa для обработки транзакций. Таким образом, несмотря на то, что он используется для push-платежей, таких как ACH, он также защищает модель четырехсторонней сети Visa и ее обмен и может использовать международный масштаб Visa и

существующую инфраструктуру. Использование продукта росло быстрыми темпами: по оценкам Packaged Facts, объем продаж в 2018 году превысил 100 миллиардов долларов. В то время как большая часть объема Visa Direct в настоящее время является P2P, Visa позиционирует продукт как отвечающий потребностям множества пользователей и отношений между пользователями, включая B2B.

Эти услуги не только помогают повысить стоимость платежей, но и дают компаниям конкурентные преимущества на мировой арене. China UnionPay затмила западные платежные сети по общему объему платежей, и стоимость платежей по коммерческим картам быстро растет. Тем не менее, он значительно отстает от своих западных коллег, когда речь идет о технологических услугах с добавленной стоимостью.

Ссылка на статью: [Маркетологи коммерческих карт ищут более широкие возможности для оплаты через B2B](#)