

PayPal

Der ultimative
Leitfaden zur
Checkout-
Optimierung.

Inhaltsverzeichnis

Überblick

- 3** Der ultimative Leitfaden zur Optimierung des Checkouts
- 4** Optimierung des gesamten Einkaufserlebnisses

Vor der Transaktion

- 5** Minimieren Sie Ablehnungen aufgrund von abgelaufenen Karten
- 6** Schützen Sie die Daten der Käufer:innen
- 7** Entdecken Sie unzählige Möglichkeiten durch Orchestrierung
- 8** Erreichen Sie Kund:innen frühzeitig durch personalisierte Angebote

Während der Transaktion

- 9** Bieten Sie bevorzugte Zahlungsmethoden an, um die Conversion zu steigern
- 10** Helfen Sie guten Kund:innen dabei, den Checkout schnell zu erledigen
- 11** Halten Sie böswillige Akteure durch erweiterte BetrugsfILTER fern
- 12** Erfahren Sie, wann es sinnvoll ist, eine fehlgeschlagene Transaktion zu wiederholen

Nach der Transaktion

- 13** Verwalten Sie Rückbuchungen mit Tools und Fachwissen von Zahlungsdienstleistern
- 14** Bezahlen Sie ganz einfach auf der ganzen Welt
- 15** Informieren Sie und bleiben Sie nach der Transaktion in Kontakt

Nächste Schritte

- 16** Verbessern Sie Ihre Zahlungen mit PayPal

Der ultimative Leitfaden zur Checkout-Optimierung.

Unternehmen müssen schnelle, sichere und personalisierte Erfahrungen bieten, um nicht hinter den Wettbewerbern zurückzubleiben. Um den unterschiedlichen Kundenpräferenzen gerecht zu werden, müssen komplexe Backend-Systeme und möglicherweise mehrere Zahlungsdienstleister verwaltet werden.

Um die Rentabilität zu erhöhen, müssen Unternehmen:

- ✓ **Umsätze steigern** durch Erhöhung der Conversion und Expansion in neue Märkte,
- ✓ **Backend-Systeme optimieren**, um die Authorisierungsraten zu steigern und die Kosten zu senken,
- ✓ **Verluste minimieren** durch Vorbeugung von Betrug und Rückbuchungen.

Ein Zahlungsdienstleister wie PayPal kann den Unternehmen dabei helfen, die gesamte Kundenerfahrung zu optimieren – vor, während und nach einer Transaktion – und die Kund:innen zufriedenzustellen.

Dieser Leitfaden zeigt die Backend-Tools auf, die Unternehmen benötigen, um die Erwartungen der Kund:innen zu erfüllen.

73 %
der befragten
Kund:innen gaben
an, dass sie eine
verbesserte
Personalisierung
erwarten.¹

Optimieren Sie das gesamte Einkaufserlebnis.

Eine gute Zahlungserfahrung beschränkt sich nicht nur auf den Checkout. Zahlungsdienstleister mit integrierten Optimierungstools können Unternehmen dabei helfen, Kund:innen während des gesamten Einkaufs zu binden.

Vor der Transaktion

Bereiten Sie eine optimierte Erfahrung vor, schon bevor die Käufer:innen eintreffen.

- ✓ Account Updater
- ✓ Netzwerk-Tokenisierung
- ✓ Orchestrierung/
Smart Routing
- ✓ Personalisierte Angebote

Während der Transaktion

Helfen Sie Käufer:innen dabei, den Checkout schnell zu erledigen.

- ✓ Bevorzugte Zahlungsmethoden
- ✓ Reibungslose Anmeldung/
Authentifizierung
- ✓ Erweiterte BetrugsfILTER
- ✓ Smart Retries

Nach der Transaktion

Automatisieren Sie Streitfälle, führen Sie Zahlungen schnell durch und binden Sie gute Kund:innen an sich.

- ✓ Schutz bei Rückbuchungen
- ✓ Auszahlungen
- ✓ Paketverfolgung und Angebote

PayPal Braintree kann große Unternehmen dabei unterstützen, die Autorisierungsraten bei der Kartenverarbeitung um bis zu fünf Prozentpunkte über dem Marktdurchschnitt zu erhöhen.²

² Vergleichende Analyse der durchschnittlichen Autorisierungsraten der wichtigsten globalen Zahlungsnetzwerke und der internen Daten von PayPal für Onlinetransaktionen über einen Zeitraum von 12 Monaten zwischen Okt. 2022 und Sept. 2023. Enthält keine Transaktionen von inländischen Systemen (z. B. Cartes Bancaires, EFTPOS). Unter großen Unternehmen. Schließt keine Transaktionen von Amazon und Meta ein. Delta (arithmetische Differenz) zwischen Braintree und Marktautorisierungsraten basierend auf der Anzahl an Transaktionen. Zusammengesetzte Ergebnisse, gewichtet nach Ländern (USA, Großbritannien, Australien, Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, Kanada, Brasilien), basierend auf der Größe der Digital-Commerce-Märkte 2023, ermittelt von Euromonitor.

Vor der Transaktion

Verringern Sie Ablehnungen aufgrund von abgelaufenen Karten.

Aktualisieren Sie die gespeicherten Nummern der Hauptkonten der Kund:innen automatisch mit Account Updater Tools.

Die automatische Aktualisierung von Kartendaten verbessert die Kundenerfahrung und kann gleichzeitig die Conversion erhöhen und die Autorisierungsraten optimieren, und zwar durch:

- ✓ Reduzieren der abgelehnten Transaktionen
- ✓ Erfolgreiches erneutes Versuchen von abgelehnten Transaktionen
- ✓ Reduzieren der Zeit beim Checkout

38 %

der Unternehmen nutzen Konto-aktualisierungstools, um fehlgeschlagene Transaktionen zu reduzieren.³



³ Merchant Risk Council (MRC), „2024 Global eCommerce Payments & Fraud Report“. Die Umfrage umfasste eine breite Mischung aus kleinen, mittleren und großen Unternehmen in 37 Ländern. Umfrage durchgeführt von Okt. bis Dez. 2023.

Vor der Transaktion

Schützen Sie die Daten der Käufer:innen.

Mit der Netzwerk-Tokenisierung können die Zahlungsinformationen der Kund:innen gesichert werden, indem Kartennummern (Nummern von Hauptkonten) in einmalige Token umgewandelt werden, die im Vault eines Unternehmens gespeichert werden.

Wenn Kund:innen ihre Karte zum ersten Mal in einem bestimmten Shop verwenden, bittet der Zahlungsdienstleister das Kartennetzwerk (z. B. Visa), ein Netzwerktoken für diese Karte und diesen Shop zu erstellen. Wenn die Karte dann

erneut in diesem Shop verwendet wird, kann der Zahlungsdienstleister dasselbe Token wieder verwenden und ein Kryptogramm zur einmaligen Verwendung an den Kartenaussteller (z. B. eine Bank) zur Zahlungsabwicklung senden.

Da die Kartennetzwerke Netzwerktoken ausstellen, genehmigen Sie eher Transaktionen, bei denen diese verwendet werden. Token können auch kosteneffizienter sein, da sie auf bestimmten Märkten niedrigere Verrechnungssätze haben.

47 % der befragten Unternehmen verwenden Netzwerk-Tokenisierung, um die Autorisierungsraten von Kreditkarten zu verbessern.⁴

Weitere Vorteile der Netzwerk-Tokenisierung:

- ✓ **Reduzierung von abgelehnten Transaktionen** aufgrund von abgelaufenen, verloren gegangenen oder gestohlenen Kartennummern, da die Kartennetzwerke die Token automatisch aktualisieren
- ✓ **Minimierung des Risikos, dass Betrüger sensible Informationen stehlen**, da keine Kartennummern verwendet werden

Unternehmen, die Netzwerktoken verwenden, können feststellen, dass Kund:innen mehr Käufe abschließen, was die Autorisierungsraten und die Conversion steigert – und außerdem zu wiederholten Käufen führt.

⁴ Umfrage von Cicero Research, im Auftrag von PayPal, PayPal Payment Processing Benchmark Assessment 2023. Onlineumfrage unter weltweit tätigen Händlern (Führungskräfte und leitende Entscheidungsträger, die für die Auswahl der Zahlungsanbieter ihres Unternehmens verantwortlich sind) zwischen Apr. 2023 und Mai 2023. N=927, fünf Märkte: USA, Großbritannien, Australien, Deutschland und Frankreich.

Vor der Transaktion

Entdecken Sie unzählige Möglichkeiten durch Orchestrierung.

Das Einbinden eines Zahlungsorchestrators mit vorgefertigten Verbindungen zu mehreren Zahlungsdienstleistern hilft einem Unternehmen, effektiv ein Zahlungsökosystem aufzubauen – ohne jeden Zahlungsdienstleister umständlich einzeln hinzufügen zu müssen.

Angenommen, eine Kundin in Griechenland möchte ein Kunstwerk von einem Händler in den USA kaufen. Eine US-Bank könnte die unbekannte griechische Karte ablehnen. Es könnte auch sein, dass der Händler hohe Gebühren für die grenzüberschreitende Transaktion bezahlen muss.

Die Weiterleitung an einen in Griechenland ansässigen Zahlungsabwickler kann zum Erfolg des Verkaufs beitragen und gleichzeitig zusätzliche Gebühren vermeiden. Lokale Abwickler profitieren oft von höheren Autorisierungsraten von lokalen Banken, die mit den Zahlungsdienstleistern, Banken und Kund:innen der Region vertraut sind – und dieselbe Währung nutzen.

“

Orchestrierung steigert die Effizienz eines Unternehmens und ermöglicht eine zeitgemäße Kundenerfahrung.“

— Irina Nichol, Leiterin, PayPal Braintree Processing

Orchestrierung kann globalen Unternehmen dabei helfen, eine angenehmere Kundenerfahrung zu bieten, die Kosten zu senken, die Conversion zu steigern und die Wahrscheinlichkeit von Rückbuchungen zu senken.

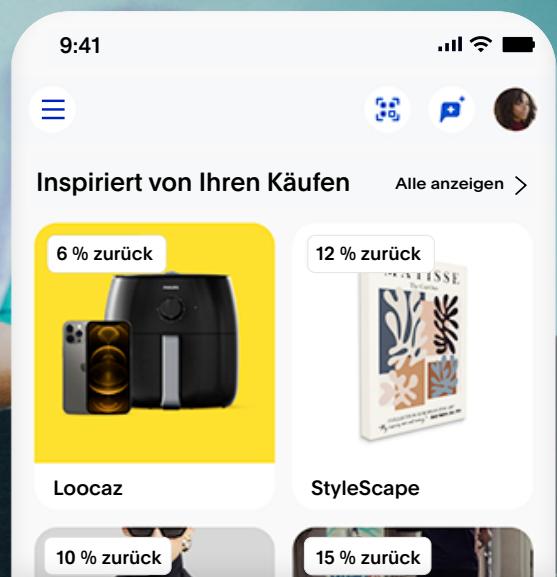
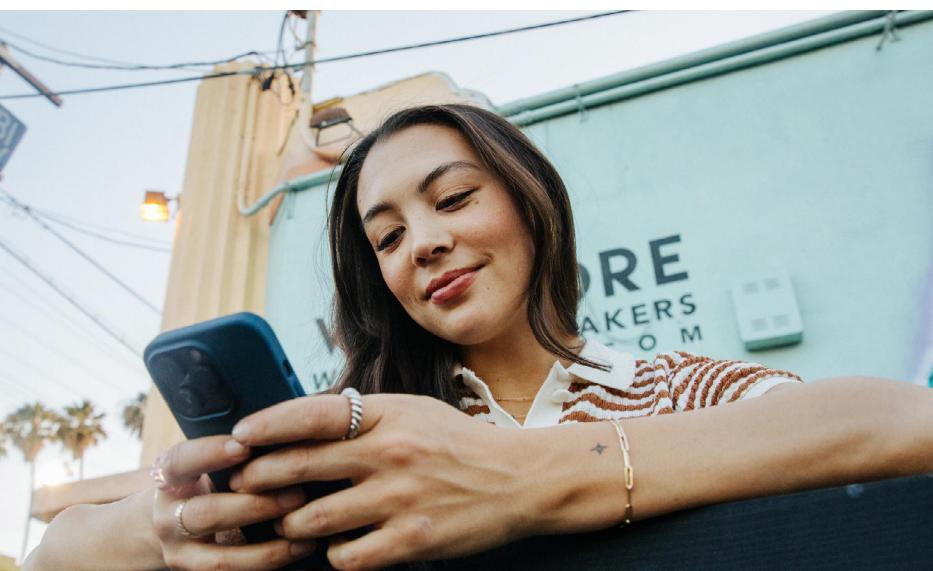
Vor der Transaktion

Erreichen Sie Kund:innen frühzeitig durch personalisierte Angebote.

Die Nutzung von Personalisierung ist von entscheidender Bedeutung, um Kund:innen schon frühzeitig während ihres Einkaufserlebnisses zu erreichen. Unternehmen können Kund:innen mit innovativen Werbeformaten erreichen – wie z. B. Angebote auf Artikelebene, die speziell auf sie zugeschnitten sind –, bevor sie zum Checkout gelangen.

Vorgelagerte Nachrichten – wie personalisierte Prämien auf den Produktseiten – können Kund:innen zum Kaufabschluss ermutigen. Mithilfe von Modellen der künstlichen Intelligenz, die Transaktionsdaten analysieren, können Unternehmen hyperrelevante Angebote auf ihren Websites anzeigen und strategisch platzieren.

80 % der Unternehmen verzeichneten einen Anstieg der Ausgaben um 38 %, wenn die Kundenerfahrung personalisiert wurde.⁵



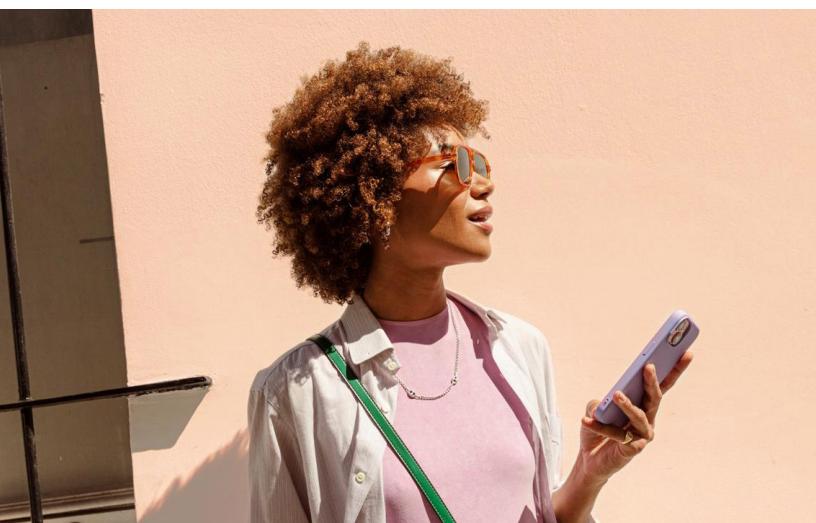
⁵ Twilio Segment, „The State of Personalization Report 2023“, Mai 2023.

Bieten Sie bevorzugte Zahlungsmethoden an, um die Conversion zu steigern.

Die bevorzugten Zahlungsmethoden der Kund:innen unterscheiden sich auf den globalen Märkten. Durch das Anbieten alternativer Zahlungsmethoden – einschließlich lokaler Zahlungsmethoden, wie Banküberweisungen, Vouchers und digitale Wallets – können Unternehmen in neue Märkte expandieren und gleichzeitig lokale Kundenvorlieben berücksichtigen.

Durch das Anbieten bevorzugter Zahlungsmethoden des jeweiligen lokalen Marktes können die Unternehmen auch die Autorisierungsraten steigern, da lokale Banken mit diesen Zahlungsmethoden vertrauter sind und diese eher genehmigen.

68 % der Kund:innen geben an, dass sie nicht bei einem Händler kaufen, der ihre bevorzugte Zahlungsmethode nicht anbietet.⁶



Mobile Wallets machten etwa die Hälfte der globalen E-Commerce-Zahlungstransaktionen im Jahr 2023 aus.⁷

⁶ IDC InfoBrief, gesponsert von PayPal, „Do Retailers Really Know What Digital Shoppers Want?“ Dok.-Nr. US49041822, Mai 2022. Die Umfrage wurde von IDC durchgeführt unter 505 Großunternehmen und 10.054 Kund:innen in fünf Märkten: USA, Großbritannien, Australien, Deutschland und Frankreich.

⁷ Statista, „Most used payment methods in e-commerce worldwide in 2023, with a forecast for 2027“, 22. Mai 2024, Abruf am 21. Jun. 2024.

Während der Transaktion

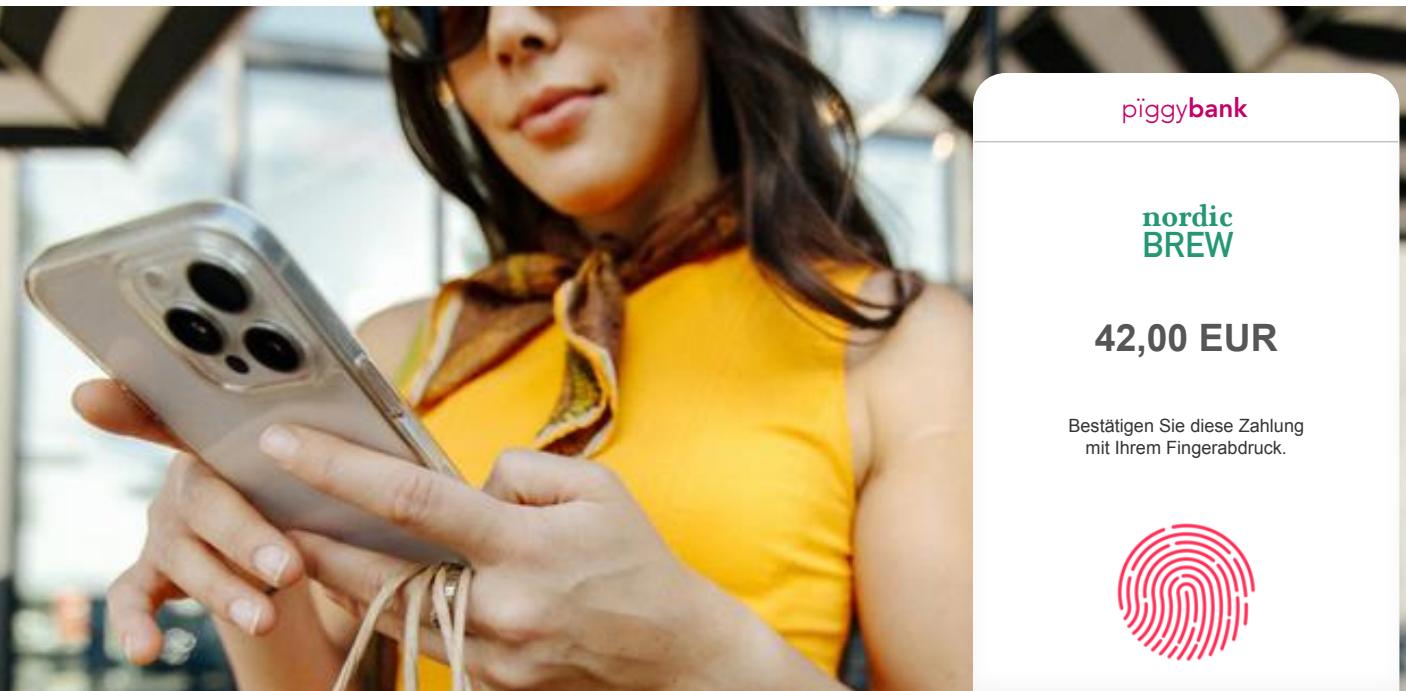
Helfen Sie guten Kund:innen mit einem schnellen Checkout.

Kund:innen erwarten schnelle Checkouts, die Unternehmen durch die automatische Eingabe von Informationen, bevorzugte Zahlungsmethoden und ein reibungsloses Einloggen mit Technologien wie SMS-PIN-Codes oder biometrische Logins ermöglichen können.

Obwohl der Authentifizierungsprozess mühsam sein kann, hilft 3D Secure (3DS) Unternehmen dabei, Compliance-Anforderungen zu erfüllen, sich vor Betrug zu schützen und Käufer:innen trotzdem schnell durch den Checkout zu führen.

Zahlungsdienstleister können Unternehmen dabei helfen, 3DS dynamisch nach Anwendungsfall oder Region aufzurufen, um die Autorisierungsraten zu verbessern und Betrüger auszusortieren.

66 %
der Kund:innen erwarten einen Online-Checkout von höchstens vier Minuten.⁸



Während der Transaktion

Halten Sie böswillige Akteure durch erweiterte Betrugsfilter fern.

Schnelle und einfache Käuferfahrungen für gute Kund:innen ebenen auch den Weg für böswillige Akteure.

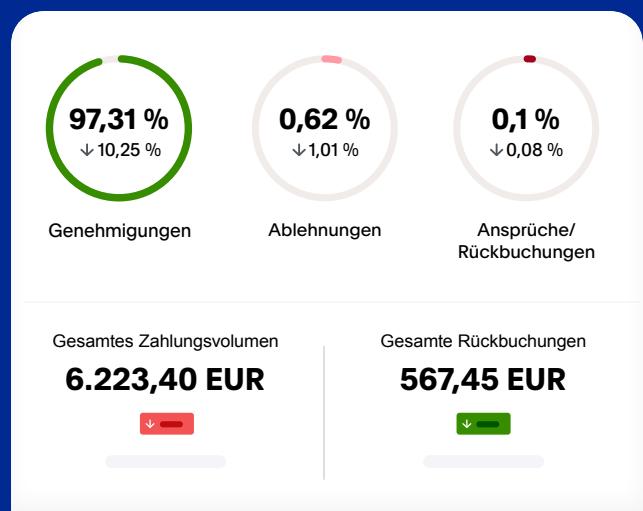
Durch den Einsatz von adaptivem maschinellem Lernen (ML) zur kontinuierlichen Analyse eingehender Transaktionsdaten können Zahlungsdienstleister potenziell betrügerische Transaktionen in Echtzeit erkennen und verhindern.

Folgendes kann dabei helfen:

- ✓ **Verhinderung von Rückbuchungen** und geringere Rückbuchungsraten, die zu höheren Bearbeitungsgebühren führen können
- ✓ **Reduzierung von falschen Ablehnungen** oder Ablehnungen von legitimen Käufen
- ✓ **Ebnen des Weges für gute Kund:innen**, und Minimierung des Einflusses von Betrügern

55 %

der Befragten einer Umfrage aus dem Jahr 2022 glauben, dass das Fehlen der richtigen Technologien die größte Herausforderung bei der Eindämmung von Online-Finanzbetrug darstellt.⁹



Durch die Verwendung von erweiterten Betrugsfiltern und automatischer Risikoanalyse mit einem Zahlungsdienstleister können Unternehmen Betrugsraten optimieren, Genehmigungen von Transaktionen und Autorisierungsraten steigern und die Conversion erhöhen.

⁹ Ponemon Institute, im Auftrag von PayPal, „The 2022 True Cost of Online Fraud Global Study.“ Das Ponemon Institute befragte 3.739 Personen in den USA (442), Kanada (468), Australien (475) und Großbritannien (471). Aug. 2022.

Während der Transaktion

Wissen, wann eine fehlgeschlagene Transaktion wiederholt werden kann.

Abgelehnte Transaktionen können Käufer:innen frustrieren, zu entgangenen Umsätzen und verloren gegangenen Kund:innen führen und die Autorisierungsraten senken. Unternehmen möchten gerne jede fehlgeschlagene Transaktion wiederholen, jedoch ist es manchmal besser, nicht alle erneut zu versuchen.

Die Gebühren für die Wiederholung von Transaktionen können sich schnell summieren. Bei Transaktionen mit niedrigerem Wert können die Gebühren für die Wiederholung höher sein als der Preis des Artikels. Kartenaussteller können Unternehmen auch Gebühren für übermäßig

viele Wiederholungsversuche in Rechnung stellen. Zahlungsdienstleister können ML-Algorithmen verwenden, um in Echtzeit besser entscheiden zu können, ob eine Transaktion wiederholt werden sollte.

ML-Modelle haben im Laufe der Zeit Zugriff auf mehr Daten und analysieren diese, damit Unternehmen von immer weiter verbesserten Wiederholungsstrategien profitieren können. So können Unternehmen weiterhin ideale Einkaufserlebnisse bieten, optimale Autorisierungsraten aufrechterhalten und die Betriebskosten zu minimieren.



43 %
der befragten Unternehmen verwenden automatische neue Versuche, um die Autorisierungsraten zu erhöhen.¹⁰

¹⁰ Merchant Risk Council (MRC), „2024 Global eCommerce Payments & Fraud Report“. Die Umfrage umfasste eine breite Mischung aus kleinen, mittleren und großen Unternehmen in 37 Ländern. Umfrage durchgeführt von Okt. bis Dez. 2023.

Verwalten Sie Rückbuchungen mit Tools von Zahlungsdienstleistern und Fachwissen.

Rückbuchungen sind ein unvermeidbarer Bestandteil des Geschäftslebens. Sie sind zeitaufwändig und arbeitsintensiv und können zu niedrigeren Autorisierungsraten führen. Zahlungsdienstleister können Unternehmen dabei helfen, zu bestimmen, welche Rückbuchungen anfechtungswürdig sind.

Zahlungsdienstleister haben oft Erfahrung im Umgang mit großen Rückbuchungsvolumen. Sie haben auch Beziehungen zu den Kartenausstellern und wissen daher eher, wie sie Rückbuchungen „zurückgewinnen“ können.

Das Wissen und die Technologie eines Zahlungsdienstleisters können den Streitfallprozess automatisieren, indem sie automatisch Streitfallantworten im Namen eines Unternehmens erstellen und übermitteln. Die Anfechtungsdokumente sind vollständig, werden fristgerecht eingereicht und enthalten keine menschlichen Fehler.

31 Stunden,
die Unternehmen
jeden Monat
durchschnittlich für
die Verwaltung von
679 Rückbuchungsbetrugsfällen auf-
bringen.¹¹

Schutz bei Rückbuchungen – Einblicke

Gesamter Umsatz	50.000,00 EUR	Gesamter Streitbetrag	3.000,00 EUR
Begünstigte Fälle	25	Eingesparter Betrag	1.800,00 EUR
Nicht berichtete Fälle	3	Verlust aufgrund von fehlender Antwort	600,00 EUR
Fälle mit unzulässigen Beweisen	2	Verlust aufgrund von unzulässigen Beweisen	300,00 EUR
Gesamte nicht begünstigte Fälle	50.000,00 EUR	Gesamter Verlust	900,00 EUR



¹¹ Ponemon Institute, im Auftrag von PayPal „The 2022 True Cost of Online Fraud Global Study.“ Das Ponemon Institute befragte 3.739 Personen in den USA (442), Kanada (468), Australien (475) und Großbritannien (471). Aug. 2022.

Nach der Transaktion

Bezahlen Sie Menschen auf der ganzen Welt mit Leichtigkeit.

Das Schaffen von positiven Auszahlungserfahrungen ist genauso wichtig wie das Schaffen von positiven Zahlungserfahrungen.

Das Aufkommen der Gig-Economy und von Marktplätzen bedeutet, dass immer mehr globale Unternehmen Zahlungen in großem Umfang abwickeln müssen. Zahlungsdienstleister können Unternehmen dabei helfen, andere schnell über lokale Banken zu bezahlen und diese Gelder direkt auf ihre Bankkonten einzuzahlen – ohne Gebühren für grenzüberschreitende Transaktionen.

Mit Zahlungsdienstleistern können Unternehmen ihren Empfängern auch Alternativen anbieten, was ein Wettbewerbsvorteil sein kann: Zahlungsempfänger können wählen, wie, wo und wann sie das Geld erhalten möchten und in welcher Währung.

Auszahlung senden

Zu Beginn können Sie eine CSV- oder TXT-Datei mit bis zu 5.000 Zahlungsempfängern hochladen und eine individuelle E-Mail-Nachricht hinzufügen.

Empfängerdatei hochladen

CSV- oder TXT-Datei hochladen

[Datei auswählen](#)

[Muster-CSV-Datei herunterladen](#)

Benutzerdefinierte Nachricht hinzufügen

E-Mail-Betreff eingeben

Benutzerdefinierte E-Mail-Nachricht an Empfänger

1.000

[Fortfahren](#)

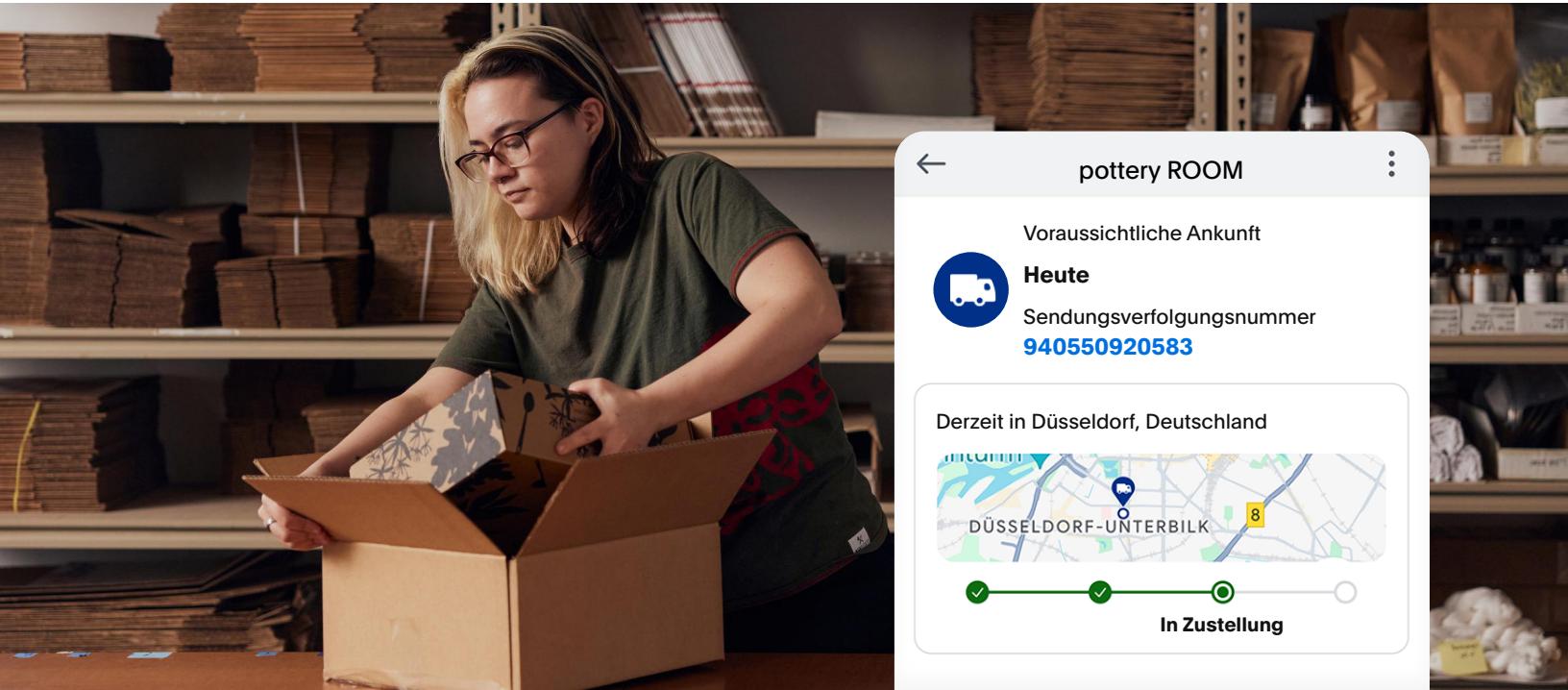
Kundenerfolgsgeschichte

Southwest Airlines nutzte die Hyperwallet von PayPal, um 250 Millionen US-Dollar in sechs Wochen an etwa 200.000 Kund:innen als Entschädigung für Reiseunterbrechungen zu zahlen.¹²

¹² Datenquelle von Southwest Airlines, 2023. Ergebnisse sind möglicherweise nicht typisch und können je nach Branche wesentlich variieren. Dieser Inhalt dient nur zu Informationszwecken. Sie sollten immer unabhängige geschäftliche, steuerliche, finanzielle und rechtliche Beratung einholen, bevor Sie eine geschäftliche Entscheidung treffen.

Nach der Transaktion

Informieren Sie und bleiben Sie nach der Transaktion in Kontakt.



Paketverfolgung ist das absolute Minimum, um E-Commerce-Kund:innen heutzutage informiert zu halten. Sie kann auch Geschäftsabläufe rationalisieren.

Sendungsverfolgung kann bei Folgendem helfen:

- ✓ **Reduzierung von Streitfällen** durch Erhöhung der Sichtbarkeit
- ✓ **Senkung der Betriebskosten** durch Freisetzung von Ressourcen für den Kundendienst
- ✓ **Beschleunigung der Zahlungsfreigabe** durch Lieferinformationen in Echtzeit

Transaktionsbelege bieten eine weitere Gelegenheit, mit den Kunden wieder in Kontakt zu treten. KI-gestützte Kund:inneneinblicke helfen Unternehmen dabei, personalisierte Angebote und Prämien auf Belege zu verteilen – basierend auf dem, was die Kund:innen möglicherweise als nächstes möchten.

Verbessern Sie Ihre Zahlungen mit PayPal.

PayPal hat dazu beigetragen, eine sichere und effiziente Zahlungserfahrung für Kund:innen von Ticketmaster zu schaffen.

“

PayPal Braintree ermöglicht es uns, einen Großteil der Komplexität zu konsolidieren, sei es die Technologie oder sogar das operative Management einer End-to-End-Zahlung.”

— **Tin Cheung**, Leiter Zahlungsabteilung, Ticketmaster

Der Weg zu einem erstklassigen Einkaufserlebnis beginnt mit einer robusten Backend-Plattform, die für Wachstum optimiert ist. Ein vertrauenswürdiger Zahlungsdienstleister wie PayPal kann genau das bieten.

Unternehmen auf der ganzen Welt wenden sich an PayPal, wenn sie Hilfe bei der Anpassung an sich verändernde Kundenpräferenzen und bei der Navigation durch die sich ständig verändernde Zahlungslandschaft benötigen.

Die globalen Commerce-Tools von PayPal helfen dabei, reibungslose Checkout-Erfahrungen in großem Umfang zu bieten – und ermutigen Unternehmen, zu überdenken, was heute und morgen möglich ist und sein wird.

87 %
der befragten Nutzer:innen von PayPal stimmten zu, dass PayPal ein vertrauenswürdiger, einfacher, schneller und sicherer Zahlungsweg ist.¹³

¹³ Nielsen, im Auftrag von PayPal, Nielsen Media Attitudinal Survey of USA (Februar 2023) mit 3.999 aktuellen Käufer:innen (der letzten zwei Wochen) von Großhändlern, einschließlich 1.999 PayPal- und 2.000 Nicht-PayPal-Transaktionen. Basis N. PayPal-Nutzer:innen=3.350.



**Erfahren Sie mehr darüber, wie
PayPal Sie bei der Bereitstellung
von End-to-End-Einkaufserlebnissen
unterstützen kann, um die Rentabilität
von Zahlungen zu optimieren.**

Das Sales-Team von PayPal beantwortet gern Ihre Fragen.

Dieser Inhalt dient nur zu Informationszwecken.
Sie sollten immer unabhängige geschäftliche, steuerliche, finanzielle und rechtliche Beratung einholen,
bevor Sie eine geschäftliche Entscheidung treffen.

PayPal