



Payments Gap-Analyse.

Stellen Sie Ihre gesamte Payment-Infrastruktur auf den Prüfstand.

Dieses E-Book dient nur zu Informationszwecken und sollte ausschließlich als internes Bewertungstool verwendet werden. Wir empfehlen Ihnen, immer zuerst unabhängige Geschäfts-, Steuer-, Finanz- und Rechtsberatung einzuholen, bevor Sie eine geschäftliche Entscheidung treffen. Alle hier bereitgestellten Informationen sind allgemeiner Natur und berücksichtigen nicht Ihre Ziele, Ihre finanzielle Situation oder Ihre Anforderungen.



Inhalt

- 03 Gründe für die Analyse Ihrer Lösung.
- 04 Das Payments Analyse-Framework.
- 05 Schritt 1: Definieren Sie Ihre Ziele.
- 10 Schritt 2: Überprüfen Sie Ihr Setup.
- 16 Schritt 3: Identifizieren Sie Lücken.



Gründe für die Analyse Ihrer Lösung.

Wir stecken mitten im Zeitalter der digitalen Transformation: Verbraucher verlagern ihre Aktivitäten zunehmend ins Internet – und zwar schneller denn je.

Außerdem erwarten Verbraucher zu jeder Zeit und auf sämtlichen Kanälen ein bequemes und reibungsloses Zahlungserlebnis.

Diese raschen Veränderungen beim Verbraucherverhalten stellen Unternehmen vor noch nie dagewesene Herausforderungen. Es gab also noch nie einen besseren Zeitpunkt, um Ihr gesamtes Payment-Setzup zu analysieren. Die Durchführung einer Gap-Analyse kann Ihnen nämlich dabei helfen, das Thema Payments auf ganz neue Weise zu betrachten.

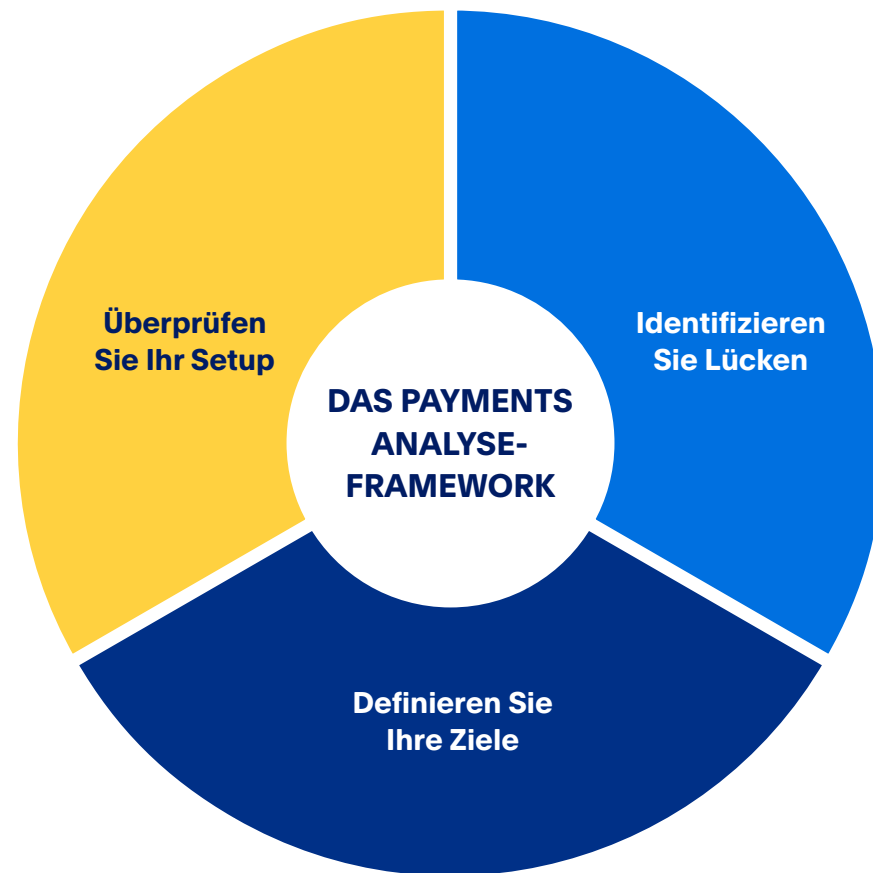


Das Payments Analyse-Framework.

Unternehmen erkennen oft nicht den Zusammenhang zwischen ihrer Zahlungsabwicklung und ihren Wachstums- und Umsatzzielen. Dieses Framework soll Sie dabei unterstützen, die richtigen Schlüsse zu ziehen.

Beginnen Sie mit einer Beurteilung Ihrer bisherigen Leistung und skizzieren Sie, was Sie tun müssen, um Ihre Ziele im neuen Jahr 2023 zu erreichen. Im zweiten Schritt befassen Sie sich mit den Stärken und Schwächen Ihrer derzeitigen Lösung und legen Prioritäten für die Bereiche mit den größten Chancen fest. Im dritten Schritt geht es um die spezifischen Tools und Funktionen, die Ihnen helfen könnten, Ihre Ziele zu erreichen.

Das gesamte Framework ist auf die Analyse Ihrer Paymentlösung unter Berücksichtigung Ihres Wachstums-, Optimierungs- und Diversifizierungsbedarfs ausgerichtet.



**Schritt 1:
Definieren Sie
Ihre Ziele.**

Schritt 1: Definieren Sie Ihre Ziele

Das Payments Analyse-Framework.

Beginnen Sie mit einem Rückblick auf die Ziele und wichtigsten Ergebnisse (OKRs) des Vorjahres. Haben Sie Ihre Ziele erreicht? Nehmen Sie eine ehrliche Bewertung Ihrer Leistung vor und schreiben Sie sämtliche Erkenntnisse auf, die Sie in Ihre Strategie für das aktuelle Jahr 2023 mit einfließen lassen können.

Ziel	Status	Erkenntnisse

Schritt 1: Definieren Sie Ihre Ziele

Führen Sie als Nächstes eine SWOT-Analyse durch, um zu ermitteln, wo Sie stehen, auf welche Hindernisse Sie bei der Verwirklichung Ihrer Ziele in diesem Jahr stoßen und in welchen Bereichen Sie schnelle Erfolge erzielen könnten. So können Sie Aufgaben leichter priorisieren und einen strategischen Fahrplan erstellen.

Stärken Was machen Sie gut? Auf welche einzigartigen Ressourcen können Sie zurückgreifen? Worin sehen andere Ihre Stärken?	Schwächen Was könnten Sie verbessern? In welchen Bereichen verfügen Sie über schlechtere Ressourcen als andere? Worin sehen andere vermutlich Ihre Schwächen?
Chancen Welche Chancen ergeben sich für Sie? Welche Trends könnten Sie zu Ihrem Vorteil nutzen? Wie können Sie Ihre Stärken in Chancen verwandeln?	Risiken Welche Risiken könnten Ihnen schaden? Was macht die Konkurrenz? Welche Risiken stellen Ihre Schwächen für Sie dar?

Schritt 1: Definieren Sie Ihre Ziele

Skizzieren Sie auf der Grundlage Ihrer Erkenntnisse aus dem vergangenen Jahr und Ihrer SWOT-Analyse Ihre neuen Ziele für das aktuelle Jahr. Überlegen Sie sich, welche Ressourcen Sie benötigen und auf welche Hindernisse Sie stoßen könnten.

Ziel	Erforderliche Ressourcen	Mögliche Hindernisse

Schritt 1: Definieren Sie Ihre Ziele

Legen Sie abschließend fest, wie Ihr Team die neuen Ziele in den Bereichen Wachstum, Optimierung und Diversifizierung erreichen soll.

Wachstum <ul style="list-style-type: none">• Produktverbesserungen• Einführung neuer Produkte• Neue Kanäle• Geografische Expansion• Neue Zielgruppen	Optimierung <ul style="list-style-type: none">• Kampagnen zur Vermeidung von Warenkorbabbrüchen/zum Upselling• Kampagnen der Mitbewerber• Erhöhung der Werbeausgaben	Diversifizierung <ul style="list-style-type: none">• Fusionen und Übernahmen• Neue Geschäftsbereiche• Budgeterhöhungen• Zusammenarbeit mit Partnern

Alle Bereiche: Installation neuer Technologie • Erhöhung der Ausgaben • Wettbewerbsanalyse

Was müssen Sie in Ihrem Unternehmen grundsätzlich ändern, um Ihre neuen Ziele zu erreichen?

**Schritt 2:
Überprüfen Sie
Ihr Setup.**

Schritt 2: Überprüfen Sie Ihr Setup

Analysieren Sie Ihre aktuelles Payments-Setup, um die größten Chancen zu erkennen.

Optimierung

Wiederholungskäufe, Loyalität und Weiterempfehlungen könnten Ihnen helfen, die Marktdurchdringung zu optimieren und zu erhöhen. Nehmen Sie Ihren Checkout-Prozess genau unter die Lupe. Bieten Sie eine schnelle, einfache und intuitive Zahlungsabwicklung an?

1. Wie hoch ist Ihre allgemeine Conversion Rate?

0 - 2 % 2,1 - 4,0 % 4,1 - 6,0 % > 6,0 %

2. Wie hoch ist Ihre Rate für Warenkorbabbrüchen?

Weniger als 50 % 51 - 70 % 71 - 90 % > 90 %

3. An welcher Stelle werden die meisten Käufe abgebrochen?

Ansicht des Warenkorbs Erstellung eines Kontos Eingabe der Versanddaten Zahlung

4. Wie viele Formularfelder müssen Ihre Kunden im Checkout ausfüllen?

0 - 4 5 - 6 7 - 8 9 oder mehr

Wieviel Vertrauen haben Sie, Ihre Optimierungsziele zu erreichen? __ von 5

Äußerstes
Vertrauen

5

4

3

2

1

Überhaupt
kein Vertrauen

Schritt 2: Überprüfen Sie Ihr Setup

Wachstum

Um höherwertige demografische Zielgruppen anzusprechen oder global zu expandieren, müssen Sie die Lücken zwischen den Bedürfnissen Ihres Zielmarktes und Ihrem Angebot ermitteln.

1. Welche Zahlarten sind bei Ihrer Zielgruppe am beliebtesten?

Kredit- und Debitkarten Digitale Wallets „Jetzt kaufen, später bezahlen“

2. Bieten Sie alle diese Zahlarten an? Ja Nein

3. In welchen Ländern sind Sie aktuell vertreten und welche Länder stehen auf Ihrer Agenda für die globale Expansion?

4. Bieten Sie in diesen Ländern die beliebtesten lokalen Zahlarten an? Ja Nein
Beispiele: UnionPay (China), JCB (Japan), giro pay (Deutschland), MyBank (Italien)

5. Können Sie Zahlungen in den entsprechenden Währungen akzeptieren? Ja Nein
Beispiele: US-Dollar (USD), Pfund Sterling (GBP), Euro (EUR), chinesischer Yuan (CNY), japanischer Yen (JPY), kanadischer Dollar (CAD)

Wieviel Vertrauen haben Sie, Ihre Wachstumsziele zu erreichen? __ von 5

Äußerstes
Vertrauen

5

4

3

2

1

Überhaupt
kein Vertrauen

Schritt 2: Überprüfen Sie Ihr Setup

Diversifizierung

In der schnelllebigen digitalen Welt von heute ist Diversifizierung wichtiger denn je. Überprüfen Sie Ihre allgemeine Unternehmensplanung im Hinblick auf mögliche Joint Ventures, Fusionen, Übernahmen und neue Geschäftsbereiche und überlegen Sie sich, wie sich diese auf Ihren Zahlungsprozess auswirken könnten.

1. Wie viele Joint Ventures, Fusionen, Übernahmen und neue Geschäftsbereiche sind bei Ihnen in Planung?

0 1 - 3 4 - 6 7 - 9 10 oder mehr

2. Welche neuen Technologien kommen dadurch zu Ihrem Zahlungsökosystem hinzu?

3. Ergeben sich dadurch Möglichkeiten für kontextbezogene Einkaufserlebnisse?

Wieviel Vertrauen haben Sie, effizient zu diversifizieren? __ von 5

Äußerstes
Vertrauen

5

4

3

2

1

Überhaupt
kein Vertrauen

Schritt 2: Überprüfen Sie Ihr Setup

Technologie

Technologien, die zur Optimierung von Abläufen, zur Verbesserung von Genehmigungsraten und zum Schutz vor Betrug beitragen können, wirken sich auf Ihr Wachstum in allen Bereichen aus.

1. Wie viele Integrationen umfasst Ihr aktueller Tech-Stack?

1 - 2 3 - 5 6 - 8 9 oder mehr

2. Wie viele Beziehungen zu verschiedenen Zahlungsanbietern pflegen Sie?

1 - 2 3 - 5 6 - 8 9 oder mehr

3. Wie hoch ist Ihre derzeitige Ablehnungsrate?

Weniger als 5 % 5 - 10 % 11 - 15 % Mehr als 15 %

4. Wie hoch ist der Prozentsatz Ihrer Ablehnungen, bei denen es sich um fälschliche Ablehnungen (d.h. legitime Transaktionen) handelt?

< 20 % 20-30 % 31-40 % > 40 %

Wieviel Vertrauen haben Sie in Ihre aktuelle Zahlungstechnologie? __ von 5

Äußerstes
Vertrauen

5

4

3

2

1

Überhaupt
kein Vertrauen

Schritt 2: Überprüfen Sie Ihr Setup

Zusammenfassung

Da Sie die Vertrauens-Bewertungen bzgl. der vier Bereiche im nächsten Abschnitt erneut benötigen werden, können Sie sie daher hier kurz zusammenfassen. Bereiche mit niedrigeren Bewertungen sollten auf Ihrer Prioritätenliste weiter oben stehen.

	Optimierung	Wachstum	Diversifizierung	Technologie
Vertrauens-Bewertungen				

Äußerstes Vertrauen

5

4

3

2

1

Überhaupt kein Vertrauen

**Schritt 3:
Identifizieren
Sie Lücken.**

Schritt 3: Identifizieren Sie Lücken

Sie wissen bereits, wo Sie gerade stehen und wo Sie hinwollen. Aber wie kommen Sie dorthin?

Gehen Sie die nachstehenden Listen durch und kreuzen Sie alle Punkte an, die Sie durch Ihre aktuelle Zahlungslösung erreicht haben. Die verbleibenden Punkte sind Ihre Lücken.

Optimierung

Eine reibungslose Kaufabwicklung ist normalerweise eine Grundvoraussetzung für Conversion. Tools wie Kampagnen zur Vermeidung von Warenkorbabbrüchen und gezieltes Marketing können ebenfalls dazu beitragen, die Durchdringung Ihrer aktuellen Märkte zu erhöhen.

(Kreuzen Sie alle Punkte an, die Sie durch Ihre aktuelle Zahlungslösung erreicht haben.)

- Sorgen Sie für ein nahtloses Omnichannel-Erlebnis, damit Ihre Kunden immer wieder kommen.
- Reduzieren Sie die Anzahl der Formularfelder auf höchstens 8, um eine reibungslose Kaufabwicklung zu ermöglichen.
- Speichern Sie Kundendaten für wiederkehrende Kunden und Zahlungen sicher ab.
- Verbessern Sie die Responsiveness und Ladezeiten für mobile Geräte, um Ihren M-Commerce-Umsatz zu steigern.
- Nutzen Sie gezielte Marketing-Tools, um Wiederholungskäufe und Weiterempfehlungen zu fördern.
- Implementieren Sie E-Mail-Kampagnen zur Vermeidung von Warenkorbabbrüchen, um verlorene Umsätze zurückzugewinnen.

Schritt 3: Identifizieren Sie Lücken

Wachstum

Das Bezahlen im Internet verändert sich. In der heute globalisierten Welt ist der grenzüberschreitende Handel einfacher denn je. Mit den richtigen Tools können Sie diese Trends nutzen, um neue Märkte zu erschließen.

(Kreuzen Sie alle Punkte an, die Sie durch Ihre aktuelle Zahlungslösung erreicht haben.)

- Bieten Sie Optionen an, mit denen Sie die Zielgruppen der Millennials und der Generation Z erreichen können.
- Nutzen Sie Ihre Beziehungen zu lokalen Banken und deren Know-how für Ihre weltweite Expansion.
- Bieten Sie beliebte lokale Zahlarten an, um Ihren Absatz auf globalen Märkten zu fördern.

Schritt 3: Identifizieren Sie Lücken

Diversifizierung

Diversifizierung ist der Schlüssel zu langfristigem, stabilem Wachstum. Die Einführung neuer Prozesse, Systeme und Technologien verläuft aber nicht immer reibungslos.

(Kreuzen Sie alle Punkte an, die Sie durch Ihre aktuelle Zahlungslösung erreicht haben.)

- Stellen Sie auf eine Komplettlösung um, die Ihre gesamte Zahlungstechnologie konsolidiert.
- Nutzen Sie eine flexible, zuverlässige und skalierbare Architektur, um nahtloses Wachstum zu gewährleisten.
- Verschaffen Sie sich End-to-End-Transparenz bei allen Prozessen, um Hindernisse aus dem Weg zu räumen.
- Verwenden Sie Tools zur gemeinsamen Nutzung von Daten, um neue, kontextbezogene Einkaufserlebnisse zu schaffen.
- Stellen Sie sicher, dass Sie die nötige Unterstützung bei der Integration neuer Technologien erhalten.

Schritt 3: Identifizieren Sie Lücken

Technologie

Die Zahlungstechnologien werden immer ausgefeilter – von Sicherheits- und Betrugsinstrumenten bis hin zu Daten und Berichten. Verpassen Sie nicht den Anschluss! Stellen Sie sicher, dass Sie alles haben, was Sie brauchen, um möglichst effizient zu arbeiten und neue Einnahmequellen zu erschließen.

(Kreuzen Sie alle Punkte an, die Sie durch Ihre aktuelle Zahlungslösung erreicht haben.)

- Stellen Sie schnell neue Kundenerlebnisse bereit, um mit den sich rapide ändernden Präferenzen Schritt zu halten.
- Bleiben Sie Betrügern mit erstklassigen Betrugstools einen Schritt voraus.
- Richten Sie eine Echtzeit-Kontoaktualisierung ein, um zu vermeiden, dass legitime Kunden abgelehnt werden.
- Verlagern Sie die Haftung für Rückbuchungen bei berechtigten Transaktionen mit 3DS2 auf die Kartenaussteller.
- Integrieren Sie das Rückbuchungsmanagement vollständig in Ihre Lösung, um effizienter zu arbeiten.
- Nutzen Sie umfassende Berichte, um zu ermitteln, wo es noch Verbesserungsbedarf gibt.
- Verbessern Sie die Datensicherheit durch Netzwerk-Tokenisierung.

Schritt 3: Identifizieren Sie Lücken

Werfen Sie nun erneut einen Blick auf Ihre Checklisten. Gibt es etwas, das Sie nicht abgehakt haben und das als Lücke in Ihrer Zahlungsabwicklungslösung betrachtet werden könnte? Wenn Sie zahlreiche Lücken feststellen, sind Sie nicht allein, und es ist noch nicht zu spät, etwas dagegen zu unternehmen.

Tragen Sie in die unten stehende Tabelle Ihre Lücken in den jeweiligen Quadranten ein und weisen Sie diesen je nach der Anzahl und Ihren Vertrauens-Scores aus Teil 2 Prioritäten zu. Niedrige Vertrauens-Scores bedeuten eine höhere Priorität, da die Behebung der Lücken in diesen Bereichen den größten Beitrag zur Erreichung Ihrer Ziele leisten könnte.

Quadrant	Vertrauen	Lücken	Priorität
Optimierung			
Wachstum			
Diversifizierung			
Technologie			

Ihr Plan: Beginnen Sie mit dem Quadranten mit der höchsten Priorität und implementieren Sie die übrigen Tools und Funktionen, die Sie zur Optimierung Ihrer Zahlungsprozesse und zum Erreichen Ihrer Ziele benötigen.



Wir bieten allen unseren Händlern einen professionellen Kundenservice an. Wenn Sie Hilfe bei der Erstellung individueller Strategien für langfristiges Wachstum und Effizienz benötigen, teilen Sie unseren Experten Ihre Ziele mit. Wir helfen Ihnen dabei, Ihr perfektes Zahlungsökosystem zu verwirklichen.

**Sprechen Sie direkt mit Ihrem PayPal-Ansprechpartner.
Oder kontaktieren Sie uns über:**

[PayPal.de/enterprise/contact-sales](https://www.paypal.de/enterprise/contact-sales)



Die Inhalte dieses E-Books werden nur zu Informationszwecken bereitgestellt. Wir empfehlen Ihnen, immer zuerst unabhängige Geschäfts-, Steuer-, Finanz- und Rechtsberatung einzuholen, bevor Sie eine geschäftliche Entscheidung treffen.