Publicado en Madrid el 28/01/2020

Easy Payment Gateway recuerda a los negocios españoles la importancia de priorizar el pago móvil

El 46% de los usuarios ya utiliza este dispositivo para pagar y se espera que este porcentaje crezca hasta el 64% en 2020. Con este escenario, Easy Payment Gateway, agregador de servicios de pago y gestión de fraude español, revela la necesidad de que las tiendas prioricen esta forma de pago y la integren entre las opciones que ya ofrecen a sus usuarios, si desean seguir creciendo en un mercado cada vez más global

El móvil se ha convertido en una extensión del usuario. Le acompaña en todo momento y llega a suponer un elemento de identificación personal e, incluso, un medio de pago. De hecho, el 46% de los usuarios ya utiliza este dispositivo para pagar y se espera que este porcentaje crezca hasta el 64% en 2020.

Con este escenario, Easy Payment Gateway, agregador de servicios de pago y gestión de fraude español, revela la necesidad de que las tiendas prioricen esta forma de pago y la integren entre las opciones que ya ofrecen a sus usuarios, si desean seguir creciendo en un mercado cada vez más global.

“El usuario tiene en la palma de su mano el poder decidir dónde realiza una transacción y cómo la hace efectiva. Por este motivo, es indispensable que las tiendas incorporen todas las fórmulas para cerrar la operación en base a los gustos y necesidades de cada cliente”, asegura Manuel Prieto, CEO de Easy Payment Gateway. “Solo así conseguirán proporcionar una excelente experiencia de usuario y, lo que es más importante, captar y retener a un potencial cliente en un contexto tremendamente competitivo”.

De acuerdo con un estudio de GloblalWebIndex, 4 de cada 10 usuarios de todo el mundo pagan bienes y servicios a través del smartphone, por lo que “ya no es suficiente que el sitio sea web responsive”, puntualiza Prieto. Ahora, “es necesario dar un paso más e integrar el pago con móvil y otras modalidades de plataformas de social media, que surgirán en el corto/medio plazo siguiendo la estela de iniciativas asiáticas como WeChat y AliPay para completar la experiencia de cliente hasta alcanzar la excelencia”.

En este sentido, los expertos de Easy Payment Gateway destacan WhatssApp pay, un sistema de transferencia bancaria entre usuarios de la conocida app de mensajería que pronto estará disponible. Por su parte, Facebook Pay, disponible en Estados Unidos, funciona como un wallet en el que el usuario carga dinero con su tarjeta bancaria para, con ese saldo, poder realizar operaciones.

Easy Payment Gateway ofrece kits de desarrollo de software para plataformas móviles, para iOS y Android, de forma que los comercios puedan poner a disposición de los clientes finales múltiples medios de pago, garantizando que la experiencia de compra sea lo más cómoda y segura posible. Además, la integración progresiva en los smartphones de sistemas de reconocimiento biométrico,

como los lectores de huellas, facilitará el cumplimiento con la directiva europea PSD2. Esta exige el doble factor de autenticación a la hora de hacer los pagos, garantizando la total seguridad de la transacción.

“En los próximos años, los consumidores utilizarán cada vez más la huella dactilar y otros sistemas biométricos como la voz o el reconocimiento facial u ocular para desbloquear sus móviles, autorizar operaciones bancarias y pagar sus compras”, puntualiza Manuel Prieto, CEO de Easy Payment Gateway. “Esta forma de identificación nos permite llevar nuestra contraseña ‘siempre encima’, evitando posibles olvidos o fraudes”, añade.

La plataforma de Easy Payment Gateway soporta la autenticación de doble factor y ofrece compatibilidad con métodos avanzados de autenticación como el 3DSv2, muy importante en la futura aplicación de la regulación europea PSD2, que añade una capa adicional de seguridad que ayudará a hacer las transacciones más cómodas, eficientes y precisas.

Además, la compañía española integra en una sola pasarela más de 240 soluciones que permiten realizar transacciones en todo el planeta. “Esto significa más oportunidades de optimizar el número de clientes potenciales que se convierten en reales y una mejor experiencia de usuario que ayudará a fidelizarlos”, concluyen.

Datos de contacto:
Everythink PR
915519891

Nota de prensa publicada en: Madrid

Categorías: Nacional Franquicias Finanzas Marketing Emprendedores Logística E-Commerce Software Consumo

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es