**Silné ověření platících uživatelů v přechodném období. Mohou si e-shopy před sezonou oddechnout?**

**Komentář Adama Kolesy, CEO MALL Pay**

**Praha 12. září 2019: Silnější ověřování uživatele při online bankovních transakcích (SCA), jak ho definuje směrnice EU PSD2, dostane náhradní lhůtu na své zavedení. Původní termín 14. září, od kterého měly všechny banky závazně prověřovat, zda online platbu provádí skutečně oprávněná osoba, díky tomu vstupuje do přechodného období se zatím neurčitou lhůtou, kdy začne platit definitivně pro všechny. A to kvůli nepřipravenosti bank jako takových, které měly (jak komentuje ČNB) na implementaci nařízení málo času. Spolu s bankami si tak pravděpodobně oddechly také e-shopy, pro které byl zásah do platebních procesů před samotnou sezonou strašákem. Jen je otázka, na jak dlouho, dopadům se totiž nevyhne žádný z nich.**

Debaty kolem zavádění SCA zároveň poukazují na jednu přehlíženou věc. Ano, česká e-commerce může být díky dobré konstelaci hned několika faktorů zlatý důl. Minimálně na vnějšího pozorovatele to tak působí. Tržby rostou, počet e-shopů je v poměru k počtu obyvatel nejvyšší v Evropě. A česká ekonomika na tom nepřestává být dobře. Trh však neroste rovnoměrně, nůžky mezi jednotlivými e-shopy se rozevírají a rok od roku klesá šance, že se mezi hlavní hráče prodere kdokoli nový. A naopak se výrazně rozšiřuje rizikové pásmo, ve kterém si e-shop musí dávat pozor, aby uhlídal své cashflow a majitelům přinášel s ohledem na vynaložené úsilí odpovídající zisk.

Stačí pak de facto banální věc, jakou je SCA, a tržby mohou být ohroženy. Již dnes vede standardní 3DSecure ochrana k opuštění košíku ve zhruba 8 % případů. Silné způsoby ověření, ať bude implementace sebelepší, tuto hodnotu krátkodobě zvýší klidně až na dvojnásobek. Přičemž to „krátkodobě“ může podle frekvence nákupů znamenat pár týdnů i měsíců. Velké e-shopy se z podstaty věci dokážou na podobnou událost finančně i technologicky připravit, pro malé, které žijí z měsíce na měsíc, to je existenční riziko. Samozřejmě, že část klientů, kteří košík opustí, se k nim později opět vrátí, u nezanedbatelného množství ovšem může změna v platební metodě znamenat ztrátu důvěry a přechod ke konkurenci.

Jak z toho ven? Trh napověděl sám - cestou může být oddělit platbu od nákupního procesu. Pokud totiž není nákup podmíněn okamžitou úhradou, riziko jeho nedokončení se výrazně sníží a úspěšnost je v takovém případě o celou polovinu vyšší. Počet poptávek na zavedení odložené platby, jejíž implementace je naštěstí pro e-shopy otázkou pouhých týdnů, díky tomu za posledních 6 měsíců stoupl asi o 30 %. Svou roli v tom hrál i strach z toho, aby složitější placení kartou nevrátilo zákazníky jiným způsobům úhrady. Především k dobírce, která svou mírou nepřebraného zboží dokáže e-shop zbytečně potrápit.

Odložená platba ostatně pomáhá také s dalším klíčovým problémem. Dokáže zvyšovat důvěru v e-shop a snižovat vstupní bariéru pro nové zákazníky. Právem bývá považována za nejférovější deal díky absolutní minimalizaci všech online rizik. Obchodník dostane peníze již do 3 dnů od objednávky zákazníka, což je obdobná rychlost jako při platbě kartou. Nebát se nakoupit, to je před vánoční sezonou, která má být (opět) rekordní, klíčové v podstatě pro všechny malé a střední e-shopy.

Před nařízeními typu SCA tedy nemá smysl utíkat. Rozhodně se nejedná o poslední moment, kdy legislativa nepřímo ovlivní tržby e-shopů. O to více by však měly e-shopy hledat alternativní cesty, jak dopady co nejvíce zmírnit, ne-li eliminovat. A správně odprezentovaná odložená platba může být recept, který umožní být e-shopu v klidu i za předpokladu, že ČNB začne silnou autentizaci vyžadovat třeba uprostřed sezony.

**Pro více informací**

František Brož

FYI Prague

608 972 715

frantisek.broz@fyi.cz