

Kunden in den Fokus: Customer First!

Klarna garantiert Konsumenten optimale Benutzerfreundlichkeit und schafft damit positive Grundlagen für Händler in allen Branchen.

WIEN/MÜNCHEN. Getreu dem Motto „Smooth Payments“ offeriert Klarna sichere und einfache Bezahl- und damit Einkaufserlebnisse. Im Mittelpunkt steht die Benutzerfreundlichkeit mit dem zentralen „Touchpoint“ Klarna App. Damit können Kunden alle Einkäufe in Echtzeit verwalten, per 1-Klick bezahlen oder Retouren anmelden.

„Unsere App steht für individuelle Inspiration“, erklärt Robert Bueninck, seit März dieses Jahres Klarna-Geschäftsführer für die DACH-Region. „Mit der App kann der Kunde jederzeit den Status der Lieferung zur getätigten Bestellung einsehen. Die All-in-One-Lösung ermöglicht es daher jedem Nutzer, sich ganz auf das Einkaufserlebnis konzentrieren zu können!“

Klarna kennt den Kunden

Der Königsgedanke von Klarna: Konsumenten sind heute anspruchsvoller denn je und können täglich aus einer Vielzahl von Shopping-Angeboten wählen.

„Das macht Kundenentscheidungen immer noch komplexer“, sagt Bueninck. „Was will man kaufen und wo? Wo gibt's den besten Preis?“ Anstelle von Shoppingvergnügen kommt dadurch nicht selten (große) Frustration auf. Bueninck: „Wir gestalten deshalb das Shopping-Erlebnis in allen Branchen neu – und dazu gehört unbedingt ein einfacher, intuitiver Bezahlprozess, der sich ganz den individuellen Bedürfnissen und Wünschen des Kunden anpasst – und das meinen wir mit smooth!“

Denn der Checkout-Prozess ist als letzter Schritt ein besonders wichtiger Teil im Einkaufsprozess: Überdurchschnittlich viele Menschen brechen hier den Einkauf ab. Der Einkauf muss sich schnell in wenigen Klicks abschließen lassen, z. B. mit Prefill-Funktionen.



Robert Bueninck ist seit sechs Jahren bei Klarna und seit März 2018 Geschäftsführer für Deutschland, Österreich und die Schweiz.

Das System erkennt den Kunden, wenn er schon einmal mit Klarna bezahlt hat und ergänzt auf Wunsch sämtliche Daten in den Bestellformularen automatisch. Der Trend geht immer mehr zum mobilen Shoppen und entsprechend einfach und schnell muss daher der Checkout funktionieren.

Noch mehr Kundenloyalität

In einem Satz: Unternehmen, die (ihre) Einkaufsprozesse vereinfachen und positive Erlebnisse ohne Irritationen entlang der gesamten Customer Journey schaffen, gewinnen den Kampf um Aufmerksamkeit und Loyalität der Konsumenten.

„Customer first“ bedeutet also, ganz nah am Kunden zu sein. Viele Klarna-Features für Händler basieren auf dem Nutzerverhalten von Kunden und auf früheren Fehlerquellen. Ein Beispiel ist wie schon erwähnt das „Prefill“, das Händler bei Klarna besonders wertschätzen. Weiters hat Klarna vor Kurzem ein Adressmodul eingeführt: Beim Eingeben der Adresse im Klarna Checkout werden automatisch Vorschläge für die korrekte Straße und Stadt eingeblendet, um Tippfehler und dadurch verspätete oder unzustellbare Lieferungen zu vermeiden.

Oder auch der „Buy“-Button, den Händler an verschiedenen Touchpoints der Customer Journey, wie etwa auf Produktdetailseiten, integrieren können.

Der Konsument kann so jederzeit das Wunschprodukt direkt mit wenigen Klicks kaufen.

Es geht immer NOCH besser

Zudem entwickelt Klarna die App unter der Devise „Customer first“ kontinuierlich weiter und macht damit Shoppen noch einfacher und intuitiver – auf allen Endgeräten und über die Bezahlung hinaus. Und dieser „Customer First“-Ansatz kommt dem Händler sehr zugute: Kunden mit Klarna App-Nutzung sind nachweislich zufriedener!

Damit nicht genug: Klarna bewegt sich immer mehr in Richtung einer „Concierge Economy“, wo es darum geht, Komplexität immer weiter zu reduzieren.

Schon bald werden digitale Assistenten die Konsumenten noch massiver unterstützen.

Für Klarna bedeutet das, zusätzlich zum Bezahlen das gesamte Einkaufserlebnis mitzugestalten und zu verbessern – z.B. mit einem persönlichen Einkaufsberater für die Hosentasche. Damit können Konsumenten schon

demnächst alles rund um ihre Einkäufe einfach und schnell verwalten: die volle Kontrolle über die eigenen Finanzen behalten, Zeit sparen und positive Erfahrungen mitnehmen, die weit über die eigentliche Transaktion hinausgehen.

Bei Problemen oder Fragen ist der Kundenservice dank Chat-Funktion 24/7 erreichbar.

Mit der Klarna-App sind Händler also schon heute auf dem Königsweg: Als persönlicher Shopping-Assistent ermöglicht sie dem Nutzer, den Überblick über alle seine Einkäufe zu behalten, nie wieder eine Zahlung zu verpassen und sich ganz auf das Einkaufserlebnis konzentrieren zu können.

Klarna ...

... ist einer der führenden Zahlungsanbieter in Europa und eine neu lizenzierte Bank, die das Bezahlerlebnis für Käufer und Händler revolutionieren will.

Gegründet 2005 in Stockholm, gibt Klarna Online-Shoppern die Möglichkeit, per Rechnung oder sofort beim Bestellabschluss per Sofortüberweisung oder Lastschrift zu zahlen – und bietet dabei ein sicheres und einfaches Checkout-Erlebnis.

Seit 2014 gehören die Sofort GmbH, seit 2017 auch der deutsche direkte Wettbewerber Bill-Pay zur Gruppe; Klarna arbeitet mit 89.000 Händlern zusammen.

Das Unternehmen beschäftigt 2.000 Mitarbeiter und ist in 14 Ländern aktiv.

Klarna®

Klarna Austria GmbH

Tel: +43 (0)720 88 3811

vertrieb-at@klarna.com

www.klarna.com