



● DOSSIER SPÉCIAL

# Paiements via mobile : pourquoi il faut déployer sa propre solution

PAR YANN SERRA



**DISPONIBLE EN MARQUE** blanche aux enseignes, la solution IBM Pay permet d'orchestrer toutes les informations client depuis les transactions faites sur mobiles. Il devient dès lors possible de mener des campagnes commerciales et marketing personnalisées et contextuelles.

ACCUEIL

PAIEMENTS VIA MOBILE:  
POURQUOI IL FAUT  
DÉPLOYER SA PROPRE  
SOLUTION

# Résumé

# Paiements via mobile: pourquoi il faut déployer sa propre solution

ACCUEIL

PAIEMENTS VIA MOBILE:  
POURQUOI IL FAUT  
DÉPLOYER SA PROPRE  
SOLUTION

**LES ANALYSTES** s'accordent à le dire : d'ici à 2018, la moitié des paiements en caisse se feront sans contact, en passant simplement son smartphone au-dessus d'un lecteur. Pourtant, Gartner est circonspect sur le succès des systèmes de paiement qu'Apple, Samsung et autre Google intègrent à leurs mobiles. Il leur reproche de ne pas partager les informations commerciales avec les commerçants. « *Quand un client paie avec Samsung Pay ou Apple Pay, le marchand ne voit qu'un ticket de caisse. Il passe à côté de toutes les données (nom du client, nature de ses achats...) qui lui permettraient de mieux communiquer (en temps réel et avant le paiement) avec l'acheteur, typiquement pour pousser des offres, couplées avec des systèmes de coupons ou de fidélité, etc.* », explique Yassine Essalih, spécialiste en commerce cognitif chez IBM.

## **PAYER EN CAISSE, SUR LE WEB OU À LA LIVRAISON DEPUIS L'APP MOBILE DE L'ENSEIGNE**

Yassine Essalih estime que la voie à suivre est plutôt celle des enseignes Walmart, Starbucks ou, en Europe, Tesco et Zara : à savoir intégrer des fonctions de paiement par smartphone directement dans l'application mobile que l'enseigne propose à ses clients de télécharger. « *IBM fournit par exemple un kit à intégrer dans une application iOS ou Android afin que celle-ci puisse envoyer des requêtes à notre plateforme IBM Pay. IBM Pay est une solution dédiée à l'enseigne installée dans son propre datacenter ou dans le Cloud afin de garder l'entière mainmise sur toutes les transactions. IBM Pay se connecte à la caisse du magasin d'où provient la demande de paiement, mais aussi au système de paiement qu'utilise l'enseigne,*

## DOSSIER SPÉCIAL

*Paiements via mobile :  
pourquoi il faut déployer sa  
propre solution*

### ACCUEIL

PAIEMENTS VIA MOBILE:  
POURQUOI IL FAUT  
DÉPLOYER SA PROPRE  
SOLUTION

*à son système de coupons, de fidélité, d'Animation Commerciale, etc. Il est au carrefour de tous les flux », décrit le spécialiste d'IBM.*

Vendu en marque blanche, IBM Pay présente aussi l'avantage d'être très simple à déployer. Alors que les solutions classiques nécessitent de remplacer tous les terminaux de paiement par des modèles compatibles NFC capables de détecter les smartphones, il suffit ici de scanner le QR Code collé sur la caisse enregistreuse. *« C'est ce QR Code qui indique où est effectué l'achat. Avec cette idée simple, toute l'infrastructure de paiement mobile est opérationnelle, des caisses jusqu'aux serveurs en passant par la mise à jour de l'application, est opérationnelle en à peine quelques mois. En comparaison, les projets basés sur d'autres plateformes s'enlisent en général dans un effet tunnel », se félicite Yassine Essalih.*

Il cite en exemple le cas de l'enseigne américaine Kohl's, qui a adopté la solution d'IBM car elle était la seule qui satisfaisait deux demandes : un paiement par mobile qui génère des points de bons d'achat et un geste universel qui serve aussi bien à payer en magasin que depuis son écran ou encore à la réception du colis. *« Dans les trois cas, nous avons proposé de scanner un QR code depuis une caisse enregistreuse ou un kiosque*

*(en magasin), depuis l'écran de l'ordinateur (sur le site web de l'enseigne) ou encore depuis le carton de livraison. C'est extrêmement efficace pour le consommateur et c'est ce qui les a séduits », dit Yassine Essalih.*

### EN COMPLÉMENT D'IPG, LA SOLUTION QUI APPORTE DE LA COHÉRENCE AUX PAIEMENTS

IBM Pay est un complément d'IBM Payment Gateway (IPG). Cette plateforme, qui existe on premise comme en SaaS, est le socle technique qu'IBM propose pour orchestrer toutes les transactions de paiement en ligne. Elle est autonome : outre le support d'IBM Pay, IPG sert de hub pour raccorder aux banques tous les moyens de paiements que l'enseigne propose à ses clients. IPG inclut par ailleurs des outils pour administrer les méthodes de paiement, en particulier pour écrire des règles qui vont servir arbitrer les bons clients ; par exemple ceux auxquels il est légitime de proposer du paiement par Paypal ou Alipay. Pour une enseigne qui vend à l'international, il s'agit ici aussi d'orchestrer les systèmes de paiement que l'on proposera selon les habitudes régionales et locales.

IPG s'accompagne aussi de son propre kit pour intégrer les interfaces de paiement tierces directement



## DOSSIER SPÉCIAL

*Paiements via mobile :  
pourquoi il faut déployer sa  
propre solution*

dans les pages web d'un site d'e-commerce. *« Ce point est particulièrement important car il sert à contourner l'un des plus importants problèmes du paiement en ligne : le manque d'ergonomie des systèmes de sécurité qui casse le processus d'achat. En général, le client est redirigé vers le site d'une banque, doit entrer un code reçu par SMS, etc. Avec IPG, l'enseigne a le moyen d'inclure les cellules du site de la banque directement dans la page de checkout de son site eCommerce. C'est bien moins anxiogène pour l'acheteur »*, témoigne Yassine Essalih.

Enfin, IPG a une dimension métier. Pour la comptabilité, la solution récupère les fichiers de

réconciliation envoyés par les banques et Acquéreurs et les fait correspondre dans une base interne aux transactions effectuées par les clients. Pour les forces de vente, IPG s'interconnecte avec le CRM, l'ERP, etc. afin de les alimenter de toutes les données commerciales que l'on peut tirer des transactions. *« Nous vendons IPG aux enseignes internationales depuis plus de 12 ans pour fluidifier leurs transactions liées aux paiements et y apporter de la cohérence. Mais aujourd'hui, à l'heure où le paiement mobile explose, IPG devient encore plus stratégique pour les marchands »*, conclut Yassine Essalih.

ACCUEIL

PAIEMENTS VIA MOBILE:  
POURQUOI IL FAUT  
DÉPLOYER SA PROPRE  
SOLUTION