



FLOA, líder francés en facilidades de pago, acelera su despliegue en Europa, empezando por España

- Con el confinamiento y el aumento de las ventas online, las soluciones de pago aplazado se han convertido en una herramienta que permite al comercio electrónico ofrecer más opciones en el checkout.
- La integración del pago fraccionado y aplazado en el ecommerce puede aumentar la cesta de la compra media entre un 25 y un 50%, según el sector.
- Soluciones como FLOA, revisan la experiencia del cliente ofreciendo un pago fraccionado sencillo. Con sólo introducir su ubicación y fecha de nacimiento, los clientes pueden recibir una respuesta inmediata y finalizar su compra sin necesidad de recurrir a formularios o crear una cuenta en una plataforma externa al vendedor.

Barcelona, 13 de octubre de 2021. Nuevos hábitos de compra, nuevos hábitos de pago. Desde el inicio de la pandemia, el consumo a través del comercio electrónico ha aumentado de forma espectacular. En 2020, el ecommerce español consiguió un total de 51.600 millones de euros en volumen de facturación.

La crisis sanitaria ha llevado a un gran número de usuarios a recurrir a la compra online para minimizar el contacto, una tendencia que, a día de hoy, continúa. Este contexto ha supuesto una oportunidad de desarrollo para los minoristas electrónicos, que han visto aumentar sus ventas en un 36% en 2020, según un estudio de eMarketer. Pero como a todos, a este sector también le ha pillado por sorpresa la nueva realidad que estamos viviendo y ha tenido que adaptarse a la situación a marchas forzadas.

Uno de los factores decisivos en la finalización del proceso de compra es la forma de pago y las facilidades que los comercios pueden ofrecer al usuario; una asignatura que el comercio electrónico todavía tenía pendiente de optimizar al inicio de la pandemia.

Las soluciones de pago diferido y fraccionado han crecido en todo el mundo, con recientes lanzamientos, adquisiciones, recaudación de fondos y mejoras en este sector. En Europa, en particular, el desarrollo de estas facilidades de pago se ha acelerado en los últimos 18 meses. En este sentido, herramientas como FLOA Pay atraen cada vez a más comerciantes europeos, que ven en ellas una oportunidad para satisfacer las necesidades de los consumidores.

En el caso de esta empresa, de origen francés, con más de 20 años de experiencia e innovación, que ha iniciado su internacionalización con el despliegue del servicio en España, "se trata de ofrecer la mejor experiencia posible al cliente, proponiendo el pago en varios plazos con la misma facilidad que realizando un pago único", ha dicho Marc Lanvin, Director General Adjunto de FLOA.

El consumidor puede aplazar y fraccionar su pago al instante con sólo dos datos adicionales: la ubicación y la fecha de nacimiento. Una vía sencilla que permite una rápida actuación del cliente y una respuesta inmediata de FLOA, que evita formularios o registros en aplicaciones externas.

Es una herramienta beneficiosa para el comercio electrónico porque al pagar su compra en varios plazos, los usuarios pueden aumentar su umbral de gasto. De hecho, se estima que la cesta de la compra media puede aumentar entre un 25 y un 50%, dependiendo del sector en el que se realice la compra.

Por otra parte, la protección del comercio siempre ha sido objeto de debate a la hora de incorporar el pago aplazado, ya que los minoristas temen tener que asumir el riesgo de un posible impago o retraso del consumidor. Con FLOA esta preocupación desaparece, ya que la empresa asume el riesgo y el comerciante recibe los fondos al día siguiente de la venta.

Tres factores clave para elegir una herramienta de pago diferido o fraccionado

1. **Simplicidad.** Financiar la compra en tres o cuatro plazos debería ser fácil. Es muy común perder una venta cuando el proceso de pago es complicado. Por eso es esencial que los comerciantes integren plenamente este paso en el recorrido del cliente. Evitar la creación de una cuenta o la redirección a una plataforma de pago externa es clave para no perder a un comprador potencial. Garantizar una experiencia de pago fluida aumentará el compromiso con la empresa e incrementará las ventas.
2. **Soluciones multicanal.** Las herramientas omnicanal aportan un valor diferencial porque se adaptan a todo tipo de actores: comerciantes, ecommerce o marketplaces, pequeños o grandes. En el caso de FLOA Pay, todas las soluciones de pago son omnicanal y el recorrido del cliente está diseñado principalmente para los teléfonos móviles, dispositivos que representan el 64% de las ventas durante la temporada alta de compras en 2020, según un reciente estudio de Contentsquare.
3. **Tecnología punta.** Los sistemas de información deben ser robustos para manejar grandes volúmenes, sin comprometer la disponibilidad del servicio, y no deben sobrecargar el proceso. En el caso de FLOA ha llegado a gestionar hasta 60.000 pagos en una hora, lo que supone un dato decisivo en periodos de alto consumo como el Black Friday.

FLOA, en la carrera por el desarrollo internacional

En los últimos cinco años, FLOA ha crecido más de un 20% al año y ha triplicado su plantilla en Francia. Con una producción de casi 1.200 millones de euros en el primer semestre de 2021, la empresa ha logrado posicionarse como una referencia dispuesta a acelerar su presencia en toda Europa. Tanto es así que el objetivo del banco es estar presente en más de 10 países en 2025, convirtiéndose en un actor clave en el mercado europeo.

"FLOA se ha consolidado en Francia como un socio clave para los ecommerces y las fintechs por su experiencia en pagos y su enfoque orientado al cliente. Estamos preparados para acelerar nuestro crecimiento internacional y ofrecer nuestros servicios a todos los consumidores europeos", ha dicho Catherine Vidal, directora general de FLOA.

En la actualidad, más de 3 millones de consumidores utilizan la herramienta, que cuenta con más de 8.000 socios y puntos de venta, entre los que se encuentran grandes marcas del comercio electrónico como Cdiscount, Oscaro, organizaciones del sector turístico como Logitravel, Centerparcs o algunas de las principales Fintech francesas, como Lydia.

En el caso de España, Oscaro, 1001 neumáticos, Yescapa y Turopark son ya también socios de la compañía.

Sobre FLOA

Líder en facilidades de pago digitales, FLOA facilita la vida de los consumidores mediante pagos fraccionados, minicréditos y tarjetas bancarias. FLOA es socio de los principales minoristas (e) (Cdiscount, Oscaro, SFR, Vide dressing...), de los principales actores del sector de los viajes (Selectour, Misterfly, Cdiscount Voyages, Pierre et Vacances...) y de las fintechs (Lydia, Bankin) para las que desarrolla servicios a medida. Los productos y servicios de FLOA se distinguen por su sencillez de uso para los clientes y su rápida integración para los socios. FLOA tiene más de 3 millones de clientes y financia cada año bienes y servicios por valor de más de 2.000 millones de euros. FLOA ha sido elegida Servicio de Atención al Cliente del Año 2021. FLOA, que ya es líder en Francia y está presente en España y Bélgica, tiene la ambición de convertirse en el líder europeo en facilidades de pago. Para más información: www.floapay.com