



“ Een mobielvriendelijk betaalproces speelt daarbij een belangrijke rol, en de checkout van Ingenico sluit naadloos aan op de gebruikte devices.

Bert van der Schelling, The Stone

Case Study /



divide .

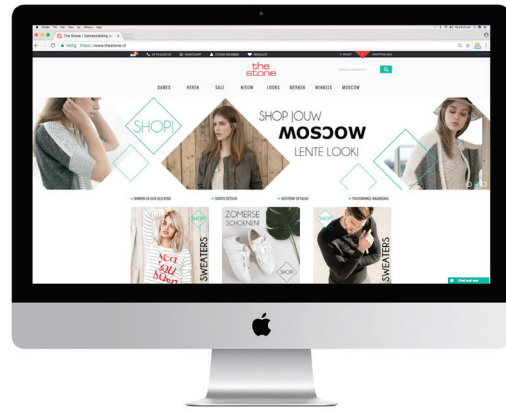
Ingenico zorgt ervoor dat shoppers afrekenen op ieder platform

## Omnichannel-aanpak van The Stone vraagt om samenwerking

The Stone is een multibrand-kledingwinkel met veertig fysieke winkelfilialen verspreid over West- en Midden-Nederland. Vanaf 2009 is The Stone online actief en heeft zich ontwikkeld van een multichannelretailer naar een retailorganisatie met een omnichannel-architectuur. De snelheid waarmee nieuwe ontwikkelingen, data en technologieën zich aankondigen vraagt om concrete stappen. Met een mobile first-strategie, een big data (loyalty) omgeving en een volledige integratie van e-commerceprocessen heeft The Stone zich ontwikkeld tot een omnichannel speler van formaat.

## (E)COMMERCE

De grens tussen de traditionele en online retail vervaagt. Fysieke en online payments gaan nog meer geïntegreerd worden, en daarvoor werkt Divide, partner van The Stone, intensief samen met Ingenico. Het aantal manieren waarop een klant kan afrekenen, neemt nog steeds toe, en ook Ingenico's noviteiten op het gebied van betalen worden door Divide geïntegreerd in de shops van The Stone.



## DE WEG NAAR EEN OMNICHANNEL-ORGANISATIE

Een naadloze communicatie tussen fysieke winkelkassa, back-office, loyaltyprogramma en het e-commerce platform is voor The Stone een belangrijke stap om echt omnichannel te kunnen zijn. Flexibiliteit staat centraal, en dat geldt voor alle systemen. Door de samenwerking tussen The Stone en haar partners Ingenico ePayments, Divide (e-commerce platform), ACA (ERP), 2Factors (big-data) en online marketingbureau Multiply wordt het

genereren, selecteren, interpreteren en distribueren van relevante en consistente consumenteninformatie mogelijk door geïntegreerde koppelingen en technologie. Ingenico zorgt ook voor correcte afhandeling van de betalingen en retouren van de retailer.

Bert van der Schelling, operationeel manager bij The Stone: ***“integratie tussen strategie, creatie, techniek en marketing is vereist. Het is niet haalbaar om direct alle kennis en competenties in huis te halen. Door één klant, één wachtwoord en één algehele synchronisatie van data, via elk aangesloten applicatie te creëren zijn we in staat nog relevanter te zijn in onze uitingen”.***

“  
Door één klant, één wachtwoord en één algehele synchronisatie van data, via elk aangesloten applicatie te creëren zijn we in staat nog relevanter te zijn in onze uitingen  
”

Bert van der Schelling, The Stone

## REFUNDEN | FOUTLOOS EN SNEL

In samenwerking met de ERP-leverancier ACA, Ingenico ePayments en Divide is de 'refund tool' ontwikkeld. Dit is een automatiseringsproces voor het doorvoeren van retourneringen. Retourbetalingen hoeven niet meer handmatig te worden verwerkt. Door de retour genomen artikelen te scannen wordt direct een refund verwerkt. Via het e-commerce platform van Divide ontvangt de klant een geautomatiseerde en persoonlijke retourbevestiging per e-mail. Van der Schelling is erg enthousiast over de geautomatiseerde refundmogelijkheden via Ingenico.

***“De verwerkingstijd om refunds af te handelen is met 60 procent afgenomen, de terugbetaaltermijn is teruggebracht en ook het aantal fouten is geminimaliseerd. Dat wordt enorm gewaardeerd door onze klanten”.***

“  
De verwerkingstijd om refunds af te handelen is met 60 procent afgenomen, de terugbetaaltermijn is teruggebracht en ook het aantal fouten is geminimaliseerd. Dat wordt enorm gewaardeerd door onze klanten.  
”

Bert van der Schelling, The Stone



## GROEI BUITEN NEDERLAND

De betalingen gaan onder andere samen met usability en backoffice-integratie. Het e-commerceplatform van Divide vormt onderdeel van een multilayer IT-architectuur, waarbij betaal- en verzendmiddelen per land zijn af te stemmen. De Belgische webshop van The Stone, [www.thestone.be](http://www.thestone.be), kent dan ook alle relevante lokale betaalmiddelen zoals ING Homepay, KBC Online, Belfius en Bancontact Mistercash. Het platform van Ingenico zorgt ervoor dat nieuwe betaalmiddelen eenvoudig kunnen worden toegevoegd.

## MOBILE FIRST!

Klanten gaan niet meer online, ze leven online. De customer journey wordt steeds digitaler en interactiever. Sander Goedhart, manager omnichannel bij Divide: **“Mobiel is allang niet meer slechts een oriëntatie- en verkoopkanaal, maar een integraal deel van de strategie en toekomst van fashionretailers. Fashion shopping is mobiel shopping! Bij The Stone komt meer dan de helft van de bezoekers de shop binnen via een mobiele device”.**

Van der Schelling: **“The Stone volgt dan ook de Mobile First-strategieën en de technische roadmap van Divide op het gebied van de user experience (UX), features en performance. Een mobielvriendelijk betaalproces speelt daarbij een belangrijke rol, en de checkout van Ingenico sluit naadloos aan op de gebruikte devices. Ingenico ePayments zorgt voor end-to-end beveiliging, controle en bewaking van transacties van merchants via een gecentraliseerde betaaloplossing”.**



Benieuwd hoe wij verder samen kunnen gaan?  
Kijk op [www.ingenico.com/epayments](http://www.ingenico.com/epayments)