



Persbericht

Adyen gaat voor optimale balans tussen risico en opbrengst

Risk Analytics-tool helpt e-tailers goedwillende klanten te identificeren

AMSTERDAM, Nederland, __ februari 2012 – Adyen, de snelgroeïende Nederlandse leverancier van geavanceerde oplossingen voor mobiele en internetbetalingen, lanceert vandaag de Risk Analytics-tool, waarmee online winkeliers hun beveiligingsniveaus gemakkelijker kunnen optimaliseren.

Het optimaliseren van anti-fraude-instellingen is voor veel internetwinkeliers een kunst op zich die veel aandacht, analyse en geduld vereist. Staan de instellingen te rigide, dan worden veel welwillende klanten aan de poort geweigerd met omzetverlies tot gevolg. Bij instellingen die te ruim staan, kan de schade door frauduleuze shoppers enorm groeien.

Het vinden van de juiste anti-fraude-instellingen, ofwel de balans tussen risico en opbrengst, is daarom een belangrijke dagelijkse activiteit in de back office van veel internetwinkeliers.

De nieuwe fraude-analysetool van Adyen toont waar de fraude vandaan komt en welke landen al dan niet 'fraudegevoelig' zijn. Ook analyseert Risk Analytics continu de gevolgen van de huidige fraude-instellingen en stelt wijzigingen voor die meer omzet kunnen genereren. Hierbij kan de winkelier het niveau van fraude aangeven dat bij bepaalde omzetgroei nog acceptabel is. De 'wat-als'-analyse geeft winkeliers in real-time inzicht in de mogelijke gevolgen van deze wijzigingen. Voorheen bestond dit proces uit trial and error, waarbij nieuwe instellingen eerst voor langere tijd uitgeprobeerd moesten worden.

Met deze benadering wil Adyen een balans bereiken tussen strenge checks bij online betalingen en het onbedoeld weigeren van serieuze klanten ("false positives"). Het verschil tussen het systeem van Adyen en traditionele fraudepreventie-tools is dat bestaande tools veelal fraude koste wat kost willen voorkomen.

Roelant Prins van Adyen zegt hierover: "Vaste klanten wil je niet weigeren. Onze Risk Analytics-tool heeft al veel mogelijkheden om vaste klanten te herkennen op basis van eerdere transacties, maar biedt nu ook meer mogelijkheden om 'wat-als'-analyses te doen voor alle transacties. En afhankelijk van het businessmodel wil een winkelier misschien meer fraude accepteren als dat veel meer omzet oplevert. Hoewel dat laatste natuurlijk beter werkt met bijvoorbeeld online diensten dan met dure camera's".

De Risk Analytics tool van Adyen werkt volautomatisch en is meteen beschikbaar voor alle aangesloten winkeliers. Samen met de Payment Analytics tool, die het aanbod van betaalmethoden voor winkeliers optimaliseert, is deze tool een volgende stap in het verhogen van de conversie van online betalingsverkeer voor de merchants van Adyen.

Aad Verveld, CFO van Emesa, moederbedrijf van onder andere VakantieVeilingen.nl, is zeer te spreken over de fijnmazige manier waarop Adyen de fraude-instellingen kan afstemmen. Het bedrijf had vorig jaar te maken met een stijgend aantal credit card-transacties die achteraf frauduleus bleken te zijn en waarvoor het risico bij de e-tailer lag. In nauwe samenwerking met Adyen werd het platform zo geconfigureerd dat de fraude aanzienlijk daalde, zonder negatieve impact op het aantal 'false positives' en op de conversie. "We hebben nu veel beter inzicht in de 'echtheid' van transacties, en kunnen dankzij het Adyen-platform sneller ingrijpen wanneer er incidenten plaatsvinden."

Ook E. Hiemstra, Manager Webstore bij Scotch & Soda, is zeer te spreken over Adyen's aanpak tegen online betaalfraude. "Hun platform en rapportage helpt ons om veel fraude snel te detecteren. We hebben ook al meegemaakt dat we gebeld werden door Adyen om ons te attenderen op afwijkende patronen die zij zagen. Daarnaast kijken we zelf ook nog naar alle orders en hebben we 3D Secure ingeschakeld om fraude zoveel mogelijk uit te bannen."

Raadpleeg voor meer informatie www.adyen.com, [Twitter](#) of [LinkedIn](#).

Over Adyen

Adyen is een toonaangevende leveranciers van wereldwijde oplossingen voor online betalingsverkeer. De innovatieve oplossing van Adyen voor internetbetalingen is gebaseerd op tien jaar branche-ervaring en stelt e-commerce bedrijven in staat om hun online conversieratio's fors te verbeteren door het optimaliseren van de online betaalprocessen. Deze integrale oplossing kan in een kwestie van dagen worden geïmplementeerd door webwinkels, zodat klanten in alle delen van de wereld toegang worden geboden tot een groeiende reeks van betaalmethoden. Wereldwijd maken meer dan 1.500 klanten gebruik van de oplossing van Adyen, waaronder Scotch&Soda, Pathe, Albelli, Spil Games en Vodafone. Deze klanten kunnen rekenen op het hoogst mogelijke niveau van beveiliging. De Payment Analytics en Risk Analytics tools van Adyen biedt hen daarnaast waardevolle inzichten in, en een stevige grip op hun betalingsprocessen, die ze samen met Adyen verder kunnen optimaliseren. Raadpleeg voor meer informatie www.adyen.com.

Perscontact Adyen:

Emile Idzenga
AxiCom PR voor Adyen
+31 (0)20 754 6982
emile.idzenga@axicom-benelux.com

###