



H&M x Klarna.

H&M kreiert einzigartige In-App-Erfahrung mit Klarna.

Mit neun etablierten Marken und Millionen von Kunden weltweit zählt H&M zu den führenden Fashion-Retailern der Welt und bietet seinen Kunden ein smartes, unkompliziertes und ansprechendes Shopping-Erlebnis. Da die physischen und digitalen Kanäle immer stärker integriert werden, profitieren treue Fans von H&M nun von einer ganz neuen und standortunabhängigen Art der Bezahlung ihrer Einkäufe – mit der mobilen App von Klarna.

Jung, modisch und trendy: Für H&M-Kunden ist Shoppen eine soziale Aktivität. Sie möchten Spaß haben und Fashion- und Saison-Trends mitmachen, ohne ihr Budget zu sprengen. Die Klientel von H&M shoppt und stöbert auch gerne auf dem Smartphone oder sucht online nach Inspiration – ob nun im Store oder zu Hause. Außerdem wird sie zunehmend „kreditaversiv“. Gewünscht sind Innovationen, die mehr Komfort bieten und Kundentreue belohnen.

Kunde
H&M

Schwerpunkt
Fashion-Retailer

Standort
International

Klarna-Lösung
Klarna In-App

H&M

Klarna.

Die Herausforderung

H&M wollte seinen treuen Kunden eine nahtlose, schnell laufende und reagierende native App zur Verfügung stellen, damit sie online und im Store mit ihren Smartphones einfacher shoppen können. Die App sollte es ihnen ermöglichen, mit ihren Treueprogramm-IDs auf verschiedene Zahlungsmethoden zuzugreifen – einschließlich der Option, jetzt einzukaufen und erst später zu bezahlen.

Außerdem sollte die App H&M die Gelegenheit bieten, problemlos neue Services zu testen, um mit den sich entwickelnden Kunden- und Marktanforderungen Schritt halten zu können. Darüber hinaus musste die App leicht integrierbar sein, damit sie schnell eingeführt werden konnte, um die internationalen Wachstumspläne von H&M zu unterstützen. Und vor allem sollte sie sicher sein.

Mikael Strand, Pay later Services Architect bei H&M, erklärt: „Unser Ziel war es, über alle Kanäle hinweg ein einheitliches Shopping-Erlebnis zu bieten. Mitglieder von Treueprogrammen sollten sofort erkannt werden – unabhängig davon, ob sie auf unserer Website oder in einer mobilen App surfen. Unsere bestehende App bot nicht die dafür nötige Funktionalität und Reaktionsgeschwindigkeit. Die Anpassung an Kundenwünsche und Änderungen der Services nahmen in Bezug auf die Implementierung sehr viel Zeit in Anspruch. Des Weiteren mussten zusätzliche Sicherheitsmaßnahmen rund um die Bezahlung in der App und die Kunden-ID berücksichtigt werden.“

„Wir hatten sehr hohe Ansprüche an unsere mobile App und haben es gemeinsam geschafft, sie noch zu übertreffen.“

- Mikael Strand, Pay later Services Architect bei H&M

Die Lösung

H&M arbeitete bereits mit Klarna als Zahlungspartner zusammen und wusste, dass das Unternehmen ebenso bestrebt war wie H&M selbst, die Erwartungen der Kunden zu übertreffen. Der Einsatz von Klarnas mobilem In-App-Bezahlmodul stellt sicher, dass die H&M-App den Kunden ein rund-um problemloses Shopping-Erlebnis bietet.

„Mit Klarna konnten wir auch eine neue Funktion entwickeln, die es uns erlaubt, die Identität eines Kunden im Store zu überprüfen, ohne dass es beim Bezahlen Probleme gibt“, so Strand. „Zudem wurden Strichcodes durch QR-Codes ersetzt – so konnten wir für mehr Sicherheit sorgen, ohne unseren Kunden zusätzliche Schritte beim Bezahlen aufzubürden. Klarna passte die Lösung an unsere individuellen Anforderungen an. Heraus kam unsere erstklassige App.“

Klarna In-App fügt sich nahtlos in die neue native H&M-App ein und ermöglicht es Mitgliedern des Treueprogramms von H&M, jetzt einzukaufen und erst später zu bezahlen – und zwar auf allen Kanälen. Rechnungen werden innerhalb der H&M-App verarbeitet. Die Kunden entscheiden selbst, wie und wann sie bezahlen möchten.

Eine ansprechende Benutzeroberfläche, die automatische Ausfüllfunktion, verschiedene flexible Zahlungsmöglichkeiten und eine problemlose Abwicklung nach dem Kauf machen das Projekt für H&M-Fans zu einem bequemen und überzeugenden Angebot. Und wie bei allen Klarna-Lösungen lässt sich die App einfach integrieren, skalieren und international einführen.

Die Ergebnisse

H&M weitet sein Angebot weltweit aus, und zwar online, mit Stores, digitalen Marktplätzen und externen Plattformen. Klarnas In-App-Lösung wurde bei H&M mittlerweile in zehn Ländern implementiert: USA, Großbritannien, Schweiz, Schweden, Niederlande, Österreich, Dänemark, Deutschland, Norwegen und Finnland. Weitere Märkte sind für 2020 geplant.

In einigen Ländern wird fast die Hälfte aller mobilen Käufe bei H&M von iOS-Benutzern getätigt. Zwischen 40 und 50 % dieser Kunden bezahlen nun mit Klarna In-App.

„Die Ergebnisse sind wirklich vielversprechend“, fügt Strand hinzu. „Allein bei den iOS-Benutzern haben wir einen zweistelligen Anstieg (11 %) der Conversion-Rate. Es ist eindeutig, dass treue Kunden es lieben, ganz bequem auf ihr Smartphone zu tippen und erst später zu bezahlen. Wir sehen Klarna In-App als zentrales Alleinstellungsmerkmal sowohl in bestehenden als auch in neuen Märkten, insbesondere für Millennials und die Generation Z, die ja sehr smartphoneaffin sind.“

50%

der mobilen Käufer entscheiden sich dafür, mit Klarna zu bezahlen.

11%

Anstieg der Conversion-Rate bei iOS-Benutzern.

„Wir sehen Klarna In-App als zentrales Alleinstellungsmerkmal... insbesondere für Millennials und die Generation Z, die ja sehr smartphoneaffin sind.“

- Mikael Strand

Die Vorteile

Die Partnerschaft mit Klarna hat es H&M ermöglicht, eine besondere und native Zahlungslösung zu entwickeln, die den Kunden ein wirklich zeitgemäßes Shopping-Erlebnis bietet. Ganz gleich, wo und wie sie einkaufen – für die nötige Sicherheit und eine reibungslose Bezahlung ist gesorgt.

Die In-App-Lösung ist auch für Retailer flexibler. Services lassen sich je nach Marktanforderungen und Kundenpräferenzen leicht hinzufügen und entfernen. H&M ist jetzt in der Lage, Verbesserungen beim Shopping-Erlebnis zu erkennen, diese mit Klarna umzusetzen und so

die Nase in der heutigen schnelllebigen Fashion-Welt vorn zu behalten.

Strand bestätigt: „Die Zusammenarbeit mit Klarna war großartig. Wir hatten sehr hohe Ansprüche an unsere mobile App und haben es gemeinsam geschafft, sie noch zu übertreffen. Es ist eine tolle Partnerschaft, die auf Offenheit und Transparenz basiert. Unsere Teams sind täglich in Kontakt und haben immer wieder neue und spannende Ideen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit. Es war bisher ein sehr schönes Erlebnis, und wir sind gespannt, wohin die Reise als Nächstes geht.“