



Müşteri Hikayeleri

2013 yılında Türkiye ofisimizin açılmasıyla birlikte PayU ile çalışmaya başladık. PayU, çok sayıda uluslararası firmayla çalıştığı için endişe ve beklentilerimizi hemen anladılar. Fraud koruması ve Müşteri Hizmetleri Ekibimizle sıkı bir iletişim içinde olan **PayU Destek Ekibi, şirket olarak kendimizi güvende hissetmemizi sağlıyor.**

Tuğrul Ünsal, E-ticaret Yöneticisi



Avrupa'da 30 ülkeye hizmet veren Zooplus, 2013 yılında girdiği Türkiye pazarında, bugün 2.500'ün üzerinde ürün, uygun fiyat seçenekleri, hızlı ve özenli kargo hizmetiyle hayvanseverlerin ilk seçeneklerinden biri olmayı başardı.

Kaliteli ve orijinal ürünleri, avantajlı fiyatlarla sunmanın yanı sıra sadakat programları, sürpriz hediyeleri ve tecrübeli müşteri hizmetleri ekibiyle 5 milyona yakın aktif müşterisinin memnuniyeti için çalışan **Zooplus, Türkiye ofislerini açtıkları ilk günden bugüne online ödeme operasyonları ve kart saklama hizmeti için PayU ile çalışıyor.**

Uluslararası deneyim

Almanya merkezli Zooplus, çok kısa sürede faaliyet alanını Avrupa'nın birçok ülkesine genişletmiş. Ağırlıklı kredi kartıyla ödeme alan şirket, farklı ülkelerde lokal ödeme çözümleri kullanımıyla da dikkat çekiyor. Türkiye'de ise ilk tercihleri PayU'dan yana olmuş. E-ticaret Yöneticisi olarak çalışan Tuğrul Ünsal bu seçimlerini şöyle açıklıyor; **"2013 yılında Türkiye ofisimizin açılmasıyla birlikte PayU ile çalışmaya başladık. PayU, çok sayıda uluslararası firmayla çalıştığı için endişe ve beklentilerimizi hemen anladılar.**

Fraud koruması ve Müşteri Hizmetleri Ekibimizle sıkı bir iletişim içinde olan PayU Destek Ekibi, şirket olarak kendimizi güvende hissetmemizi sağlıyor. Bu durum müşterilerimize de olumlu yansıyor. Ödeme adımında sorun yaşayan ya da sorusu olan müşterilerimiz PayU ve Zooplus ekiplerinin ortak çalışması sonrasında siparişlerini mutlu bir şekilde tamamlıyor."

E-ticarette var olmak için doğru fizibilite şart

Döviz kurlarındaki artışlara bağlı olarak lojistik maliyetlerinin çok yükseldiğini belirten Ünsal, bu durumun e-ticaretin karlı iş algısına da zarar verdiğini düşünüyor. Depolama ve kargolama maliyetleriyle ilgili sağlıklı fizibilite çalışmalarının, şirketlerin e-ticarette var olmaları açısından kritik önem taşıdığına inanan Ünsal, uluslararası şirketler için başka bir noktaya da dikkat çekiyor; **"Avrupa'daki ülkelerde enflasyon kimi zaman sifıra yaklaşıyor. Avrupa merkezli bir firma için şirket maliyetlerinizi düşük tutmak kadar komisyon oranları da büyük önem taşıyor. Bu nedenle düşük maliyetli çözümler sunan ödeme kuruluşları ile çalışmak kritik."**