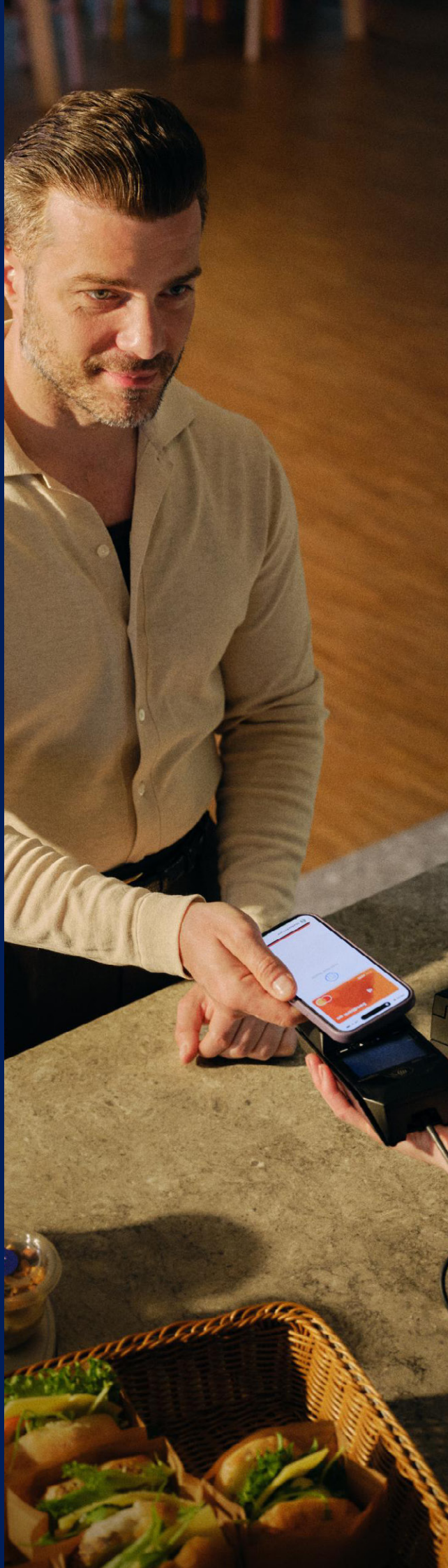
tieto

Moderniserat autogiro



tieto.com

Från faktura till automatiserad intäkt, i en sammanhängande kundresa

> Kundbeteendet har förändrats. Det borde autogiro också göra.
>
> **Chantal Jabbour Slaiby,**
> Lead Product Manager,
> Payments & Connectivity,
> Tieto Indtech

Sammanfattning

Autogiro är fortfarande en av de mest pålitliga metoderna för återkommande betalningar. Det som inte har hängt med är upplevelsen runt det. Kunder ombeds fortfarande mata in kontouppgifter manuellt, fylla i separata formulär, växla mellan kanaler och vänta på aktivering en process byggd för en annan tid, med andra digitala förväntningar.

Den här friktionen är inte bara ett obekvämt moment för kunden. Varje manuellt steg är en punkt där anslutningen misslyckas, support kontaktas, och back office-team får ta hand om efterarbetet.

Digitalt autogiro och återkommande betalningar omdefinierar mandatet som en del av kundresan, inte en separat administrativ uppgift bredvid den. Kommunikation, onboarding, mandathantering, återkommande betalningar, status och rapportering blir en sammanhängande upplevelse aktiverad genom de kontaktytor kunden redan använder: en digital faktura, SMS, e-post, QR-kod, kundportal eller app.

Möjligheten här är inte att digitalisera ett formulär. **Det är att förvandla en vardaglig kundinteraktion till en automatiserad, återkommande betalningsrelation.**



1. Autogiro behöver en modern kundupplevelse

Konsumenters förväntningar har formats av mobilbank, biometri och guidade digitala flöden. Mot den bakgrunden känns manuell kontoinmatning och frikopplad mandathantering inte bara omodern den motverkar aktivt konvertering.

Det gamla mönstret

Kundupplevelse	Affärspåverkan
Manuell inmatning och separata formulär	Fler fel vid uppsättning och fler avhopp
Växling mellan webbsidor och bank-appar	En fragmenterad kundresa
Mandat hanteras utanför fakturaflödet	Missade aktiveringstillfällen
Begränsad statussynlighet	Mer uppföljning och manuell administration

Den strategiska förflyttningen

Modern autogiro-onboarding för in betalningsuppsättningen i samma ögonblick kunden redan befinner sig i när de granskar en faktura, startar en tjänst, eller svarar på ett meddelande. Upplevelsen blir kontextuell: kunden förstår exakt vad mandatet gäller, och autentiserar sig genom en process de redan litar på.

Från “fyll i detta betalningsformulär” till “aktivera automatiska betalningar nu.”

2. En sammanhängande kundresa

Digitalt autogiro och återkommande betalningar stödjer digital onboarding av mandat, mandathantering, initiering av återkommande betalningar och uppföljning byggt för att fungera inom de kommunikations- och distributionsflöden som redan finns, snarare än att kräva ett nytt.

01 **Nå kunden** — Initiera onboarding via digital faktura, SMS, e-post, QR-kod, kundportal eller app.

02 **Autentisera säkert** — Lokal e-legitimation och marknadsanpassade bankbaserade onboarding-alternativ.

03 **Skapa och hantera mandatet** — Mandatskapande, validering och statushantering.

04 **Genomför och följ upp** — Initiera återkommande betalningar, hantera misslyckade eller avvisade betalningar, och ge spårbarhet och rapportering.

Varför det här spelar roll

Många leverantörer kan digitalisera en del av mandatprocessen oftast autentiseringssteget. Det löser ett smalt problem isolerat.

Den större möjligheten är bredare: **kommunikation, fakturadistribution, onboarding och hantering av återkommande betalningar kopplas samman inom en och samma miljö.** Det innebär att företag kan aktivera autogiro genom kontaktytor de redan äger och som kunder redan litar på istället för att bygga och underhålla en separat resa enbart för mandatuppsättning.

> Värdet ligger inte i att ett enskilt steg görs bra. Det ligger i att hela resan fungerar som en helhet.
>
> **Chantal Jabbour Slaiby,**
> Lead Product Manager,
> Payments & Connectivity,
> Tieto Indtech

3. Var detta skapar störst värde

Varje bransch har ett ögonblick där kunden redan är uppmärksam en faktura, en förnyelse, en anmälan. Det är då betalningsautomatisering ska erbjudas, inte begravas i ett separat steg i efterhand.

Segment	Ögonblicket som räknas	Möjligheten
Telekom & abonnemang	Avtals- eller tjänsteaktivering	Anmälningsögonblicket är också det bästa tillfället att säkra en långsiktig, automatiserad betalningsrelation men det behandlas sällan så.
Energi & kommunala bolag	Fakturagranskning	Varje faktura kunden öppnar är ett missat eller utnyttjat tillfälle att konvertera dem till automatiska betalningar.
Försäkring	Policy-onboarding eller premieavisering	Återkommande premier bör aktiveras lika naturligt som själva policyn inte som en separat administrativ uppföljning.
Konsumentfinans & medlemskap	Återbetalningsuppsättning eller förnyelse	Att förenkla återkommande avgifter och betalningsplaner minskar avhopp exakt där leverantörer har minst råd med det.

4. Den större bilden

Det här följer ett mönster vi ser inom betalningar i stort: **värde flyttas bort från isolerade transaktioner och mot att orkestrera hela kund- och betalningsresan.** Modernisering av autogiro är inte bara en förbättring av användarupplevelsen det är ett exempel på vad som händer när kommunikation, onboarding och betalningar slutar behandlas som separata system och istället blir en sammanhängande upplevelse.

Organisationer som ser mandataktivering som ett verkligt ögonblick i kundrelationen snarare än ett administrativt hinder står bättre rustade att konvertera fler kunder till förutsägbara, automatiserade intäkter, med färre fel och mindre manuell uppföljning på båda sidor.

Vill du utforska hur det här skulle kunna se ut för er organisation?

Hör gärna av dig, vi pratar gärna vidare med andra som funderar på betalningsupplevelsen och återkommande intäkter.

Tieto är ett ledande företag inom programvara samt digitala utvecklings- och konsulttjänster, med en global räckvidd och kapacitet. Vi erbjuder affärskritiska lösningar till kunder inom olika branscher genom våra specialiserade programvaruverksamheter Tieto Caretech, Tieto Banktech och Tieto Indtech, samt vår verksamhet för konsulttjänster, Tieto Tech Consulting. Våra 13 000 experter har stor kompetens inom branschspecifika programvaror, design, molntjänster samt artificiell intelligens – och vi hjälper våra kunder att framgångsrikt driva innovation med hjälp av den senaste teknologin.

Tietos årliga omsättning är cirka 2 miljarder euro. Bolagets aktier handlas på NASDAQ i Helsingfors och Stockholm.

www.tieto.com



Chantal Jabbour Slaiby
Lead Product Manager, Payments & Connectivity,
Tieto Indtech

With 20 years of experience in payments and financial services, Chantal brings deep industry expertise across product management, transaction processing, operations, compliance, and business development. Today, she leads the Payments & Connectivity area, with a focus on connecting customer needs, business opportunities, and technology to develop relevant and scalable services. She is passionate about simplifying complexity and turning payment capabilities into tangible value for customers and the business.