

Paydro Afrekenen zonder sores

Niet te veel vragen stellen

Nicolas Mertens van online betaalbedrijf **Paydro** zag dat betalingsverkeer op **internet** te stroef verliep en gooide het over een andere boeg.

Tjeerd Wiersma

AMSTERDAM

...

'Ik heb deze sombrero dit weekend speciaal op Marktplaats gekocht omdat dat nu eenmaal het handelsmerk van Paydro is', zegt een breed lachende Nicolas Mertens (24) van online betaalplatform Paydro.net, terwijl hij het gifgroene hoofddekseel toont en even later op zijn hoofd zet.

Op de markt voor online betalingen is volgens de ambitieuze jonge Belg nog veel werk te doen. 'Je hebt in Nederland een paar grote spelers, zoals Paylogic en Ticketscript die elkaar bij grote evenementen, bijvoorbeeld van ID&T, helemaal de tent uitvechten. Die concurreren met name op prijs, waardoor er nog maar weinig voor ze aan de strijdstok blijft hangen', schetst Mertens. Een markt waar Paydro nog zo lang mogelijk vandaan wil blijven. 'Anders dan de grote jongens willen wij op internet zoveel mogelijk drempels wegnemen die het betalingsverkeer belemmeren. Je kunt tegenwoordig bijna geen evenementensite meer op of je moet als consument eerst een waslijst met vragen invullen. Dat werpt barrières op en gebeurt omdat marketeers van evenementen er op uit zijn om mensen via internet zo veel mogelijk informatie te ontfutselen.'

Afhaken

Daardoor duurt het volgens Mertens namelijk veel te lang voordat het daadwerkelijk tot een transactie komt. Als die überhaupt al tot stand komt. Gevolg is dat veel mensen afhaken en dat organisatoren van evenementen vaak inkomsten mislopen. 'Hoe meer vragen je mensen vooraf stelt, hoe minder tickets je verkoopt.' En dat kan volgens Mertens niet de

bedoeling zijn.

Door bepaalde drempels, zoals het invullen van ellenlange vragenlijsten, weg te nemen denkt Paydro juist meer kaartjes te kunnen verkopen voor organisatoren van evene-

menten. 'Wie een evenement wil organiseren moet in principe binnen tien minuten een site in de lucht kunnen hebben met daarop een online betaalplatform. Dat is althans waar we naar streven en ook iets wat we tot nu toe waar hebben kunnen maken.' Organisatoren betalen Paydro alleen als er kaarten worden verkocht en als dat lukt, houdt het bedrijf minimaal 1 euro per verkocht kaartje in. Daarmee wil het online betaalplatform uiteindelijk zijn geld verdienen. Voorlopig richt Mertens zich met zijn bedrijf nog op de organisatoren van kleinere en middelgrote evenementen. Hoewel Paydro pas sinds november 2009 actief is, heeft het zeventig tot tachtig klanten en verzorgt het nu al de online kaartverkoop voor zo'n tweehonderd evenementen per jaar. 'Daar willen we eerst geld aan verdienen. Als dat lukt, gaan we ons ook op de grotere evenementen richten. En dan gaan we ons wellicht ook meten met partijen als Paylogic en Ticketscript.' Maar voor die krachtproef is Paydro nog niet klaar. Voorlopig wordt de kar namelijk alleen getrokken door Mertens zelf. Dat blijft natuurlijk niet zo.

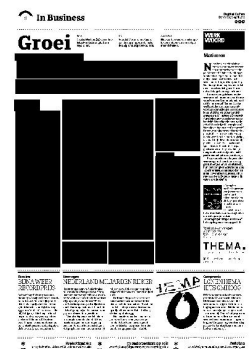
Webwinkels

Ambitie heeft Mertens genoeg. 'Op termijn wil ik vijf mensen in dienst hebben en 1 miljoen euro aan ticketomzet per maand genereren. Ik ben

nu dringend op zoek naar een jonge programmeur. Maar de pest is dat die heel moeilijk te vinden zijn.' Kennelijk is er onder jongeren weinig interesse voor het vak. En dat is spijtig, want Paydro wordt er doorgeremd in zijn groei.

Het bedrijf is, hoewel de uitvalsbasis Amsterdam is, met zijn ticketing activiteiten (kaartverkoop), al actief in vier landen. 'Nederland is natuurlijk onze thuismarkt, maar daarnaast werken we in België, Duitsland en Engeland.' In Nederland regelt het bedrijfje bijvoorbeeld de kaartverkoop voor alle evenementen van de Rotterdam School of Management (RMS) van de Erasmus Universiteit, maar ook voor het kleine Amsterdamse culturele festival Liteside. In België voor Lucky U, een oud & nieuwfeest dat onderdeel is van Laundry Day dat jaarlijks in de Antwerpse Expo wordt gehouden en waar zo'n 60.000 mensen op afkomen.

Nu beperkt hij zich nog tot de online kaartverkoop voor evenementen, maar uiteindelijk wil Mertens dat ook webwinkels Paydro gaan gebruiken. ●



Groei

Wie

Nicolas Mertens (24) van online betaal- en ticketingplatform Paydro.net.

CV

Voordat Mertens met Paydro aan de slag ging, werkte hij bij de Belgische uitgever Roularta.

Ambitie

Met kaartverkoop zo snel mogelijk een miljoen euro omzet per maand draaien.



Nicolas Mertens is de belichaming van betaalsite Paydro. FRANK GROELIKEN