

A explosão do e-commerce: buscando as melhores ofertas online com total tranquilidade!

Novas populações de consumidores eletrônicos em todo o mundo, novos serviços online, uma economia online (essencialmente) sem fronteiras – enquanto estas tendências conduzem as transações de e-commerce, nossa percepção de riscos tende a mudar à medida que nossos hábitos de compras online evoluem.

INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

POSTADO EM 22/01/19



Picos sazonais na atividade ainda levam os consumidores para a web. Os compradores habituais agora fazem compras online com mais frequência do que nunca, e uma nova leva de consumidores chegou.

Stéphane Girodon, Head of Business Development, Financial Institutions at IDEMIA

A evolução do e-commerce

No início do e-commerce, havia uma população bem específica de compradores que pertenciam à geração hiperconectada, que prioriza, acima de tudo, a satisfação imediata de suas necessidades”. No entanto, nos últimos anos, temos visto o surgimento de uma nova população. Eles são mais velhos e menos conectados, mas também não conseguiram resistir ao apelo da entrega no dia seguinte ou à conveniência de reservar viagens, hotéis e outros serviços online. Picos sazonais de atividade – especialmente as vendas da Black Friday nos EUA, que atingiram 6,22 bilhões de dólares no ano passado¹ ou o Dia dos Solteiros na China, que estabeleceu um novo recorde com quase US\$ 31 bilhões em 24 horas² – também continuam levando consumidores para a web.

Paralelamente, os hábitos de compra dos consumidores online também têm evoluído. Para esta população, as compras online com os principais varejistas se tornaram naturais – um dia inteiro correndo de loja em loja foi substituído por apenas alguns cliques em seus sites favoritos, a qualquer hora do dia ou da noite. Além da frequência crescente, estes compradores astutos também usam a internet para pesquisar ofertas melhores, preços mais baixos ou produtos raros. Quase um terço deles agora usam as mídias sociais para pesquisar novos itens para comprar. O Facebook é a rede mais usada pelas pessoas (26%), seguido pelo Instagram (8%) e Pinterest (6%).³ As compras online – que antes eram reservadas para compras maiores junto a varejistas conhecidos – agora abrangem toda gama de produtos, desde as compras cotidianas nos supermercados até o rastreamento de artigos difíceis a se encontrar. Os compradores habituais agora se veem fazendo compras online com mais frequência do que nunca, e em sites menos conhecidos ou até mesmo estrangeiros.

Um mercado em expansão

Essas tendências levaram a uma explosão no e-commerce. Hoje, nos Estados Unidos e na União Europeia, o consumidor médio faz compras online ao menos uma vez por mês, ou até mesmo uma vez por semana (24 - 52 transações online por ano)⁴. Os consumidores norte-americanos lideram este processo, com 43% declarando-se como compradores online regulares e 16% realizando compras online semanais⁵. À medida em que essa tendência cresce, especialistas preveem que mais de 2 bilhões de consumidores realizarão compras online em 2019⁶, gerando uma receita de mais de 5 trilhões de dólares até 2021, um aumento em relação aos 2 trilhões de dólares no final de 2017⁷.

Quanto mais compras online, mais risco?

Essa mudança de hábitos e a natureza mutável do comércio eletrônico são inevitavelmente acompanhados por novos medos e desafios. Por exemplo, a nova onda de consumidores online que hesitam em compartilhar os dados de seus cartões de crédito preocupa-se com o uso potencial que poderia ser feito de seus dados. Um medo legítimo, pois não há como verificar se o usuário do número do cartão realmente tem o cartão na mão e é, de fato, seu proprietário legal. Enquanto isso, os compradores mais antigos, que sempre compartilharam seus dados livremente, começam a se sentir mais expostos à fraude à medida em que suas compras online se multiplicam. Além disso, como seus hábitos de consumo os levam a pequenos varejistas internacionais, eles também começam a se preocupar com questões de confiança. De fato, a falta de confiança em um website ou de suas políticas de uso e armazenamento de dados é o terceiro motivo mais citado pelos consumidores para abandonar seus carrinhos de compras online.

Aumentando a confiança do comprador de maneira integrada

A IDEMIA percebeu a clara necessidade de uma solução que aumente a confiança e a segurança dos compradores, sem a necessidade de mudança de comportamento ou passos adicionais a serem completados. Hoje, a maioria das transações padrão sem a presença física do cartão de pagamento (CNP, ou Card-Not-Present) são protegidas pelo código estático de 3 dígitos no verso dos cartões de pagamento. O **MOTION CODE, da IDEMIA**, substitui este código tradicional por uma mini tela que exibe um código atualizado a cada hora ou a cada dia. Totalmente transparente para o varejista eletrônico – inclusive em sites e aplicativos móveis que armazenam os dados de cartões e transações frequentes⁸, esta tecnologia torna os dados de um cartão roubado inúteis após um período muito curto de tempo, garantindo mais segurança às transações online e proporcionando tranquilidade tanto para consumidores online experientes e novatos. Mesmo aqueles mais receosos de compartilhar os dados de seu cartão de crédito online compreenderão imediatamente a alta segurança que este código dinâmico é capaz de oferecer.

1 Adobe Analytics

2 Alibaba

3 Semana de Marketing

4 IDEMIA

5 NPR (National Public Radio) e Marist Institute for Public Opinion

6 e-marketer

7 e-marketer

8 Neste caso em particular, o e-vendedor solicitará apenas que o titular do cartão atualize o código de 3 dígitos de seus cartões na primeira transação em um novo dispositivo.
