

FATORES IMPORTANTES PARA ESCOLHA DA MELHOR SOLUÇÃO ANTIFRAUDE



Este é o último E-book, de uma série de **4 volumes**, que ajudarão sua empresa a compreender e a buscar soluções que protejam seu negócio da fraude, gerando mais receita com menos risco.

you are here

E-book 1

A GESTÃO ANTIFRAUDE
PODE SER O MAIOR
TRUNFO DO SEU
E-COMMERCE



E-book 2

CHEGOU UM PEDIDO
SUSPEITO, E AGORA?



E-book 3

OS 3 ERROS MAIS
COMUNS AO TENTAR
REDUZIR A FRAUDE EM
UM E-COMMERCE



E-book 4

FATORES IMPORTANTES
PARA ESCOLHA DA
MELHOR SOLUÇÃO
ANTIFRAUDE





Você verá nesta edição:

- Conheça os três fatores de sucesso para a sua solução antifraude
- Quais soluções as empresas líderes do segmento utilizam?
- 5 dicas essenciais para não errar na escolha de um serviço antifraude

Autores



Pedro Chimulera
CEO
Clearsale

- Formado em Ciências da Computação, Point Loma Nazarene College, San Diego
- Ex-atleta Olímpico
- Depois da carreira esportiva, Pedro se dedicou ao desenvolvimento de softwares
- Fundou a ClearSale em 2001
- Empreendedor Endeavor desde 2011



Bernardo Lustosa
COO
Clearsale

- Formado em Estatística pela Unicamp
- Mestre em Finanças pela Universidade Católica Brasileira
- PhD em Administração de Empresas pela FGV/SP
- Associou-se à ClearSale em 2008, quando criou o score nacional de fraude.
- Empreendedor Endeavor desde 2011



Barbara Gomes
Jornalista
Clearsale

- Jornalista responsável pela produção de conteúdo da ClearSale
- Graduada pela FIAM-FAAM
- Especialista em conteúdos relacionados a tecnologia e fraude
- 5 anos de experiência em reportagens e produções institucionais e jornalísticas
- Vasto conhecimento em cobertura de eventos, palestras e coletivas

CONHEÇA OS TRÊS FATORES
DE SUCESSO PARA A SUA
SOLUÇÃO ANTIFRAUDE





Onde tudo começou

Um CD do cantor Sting. Essa foi a primeira compra feita pela internet em 1994 nos Estados Unidos. A pedido de um amigo, Dan Kohn se arriscou e fez a transação. Ali, nascia o e-commerce. Em seus relatos, Dan mencionou que ninguém acreditava que a atividade tivesse futuro, já que as compras pela internet jamais seriam seguras. Muito tempo depois, apesar do crescimento incontestável do segmento, essa ainda é uma preocupação de consumidores do mundo todo. No Brasil, a cada minuto, R\$ 3.610,20 estão categorizados em tentativas de fraude. Diante deste cenário, as empresas que querem prosperar no mundo virtual precisam investir forte em segurança para proteger sua reputação, conquistar e fidelizar clientes.

Mas, como escolher a melhor solução entre tantas opções?



Para especialistas do mercado, existem três fatores críticos que precisam ser considerados na hora de escolher um parceiro antifraude: tecnologia, pessoas e profundo conhecimento sobre o cenário de fraudes.

“As soluções precisam incorporar as melhores práticas do mercado e ter muita flexibilidade para evoluir, pois as fraudes são dinâmicas e estão sempre mudando. O parceiro também precisa ter pessoas altamente preparadas na gestão antifraude. Esse olhar crítico é fundamental para que os bons clientes não sejam prejudicados e o negócio não perca vendas”, destaca **Rafael Pazotto, especialista em antifraude da ClearSale.**



Rafael Pazotto



Outro ponto decisivo para o sucesso da solução antifraude é o conhecimento que o parceiro possui sobre os diversos tipos de fraudes e particularidades de cada negócio. Afinal, a fraude no setor financeiro é completamente diferente do que acontece no varejo.

“Quando falamos em segurança, a necessidade do cliente é sempre urgente, pois o seu negócio depende disso. Nessa hora, a especialização e o profundo conhecimento sobre o contexto das fraudes faz toda a diferença”, aponta **Gilmar Hansen, Diretor de Produtos da ClearSale.**

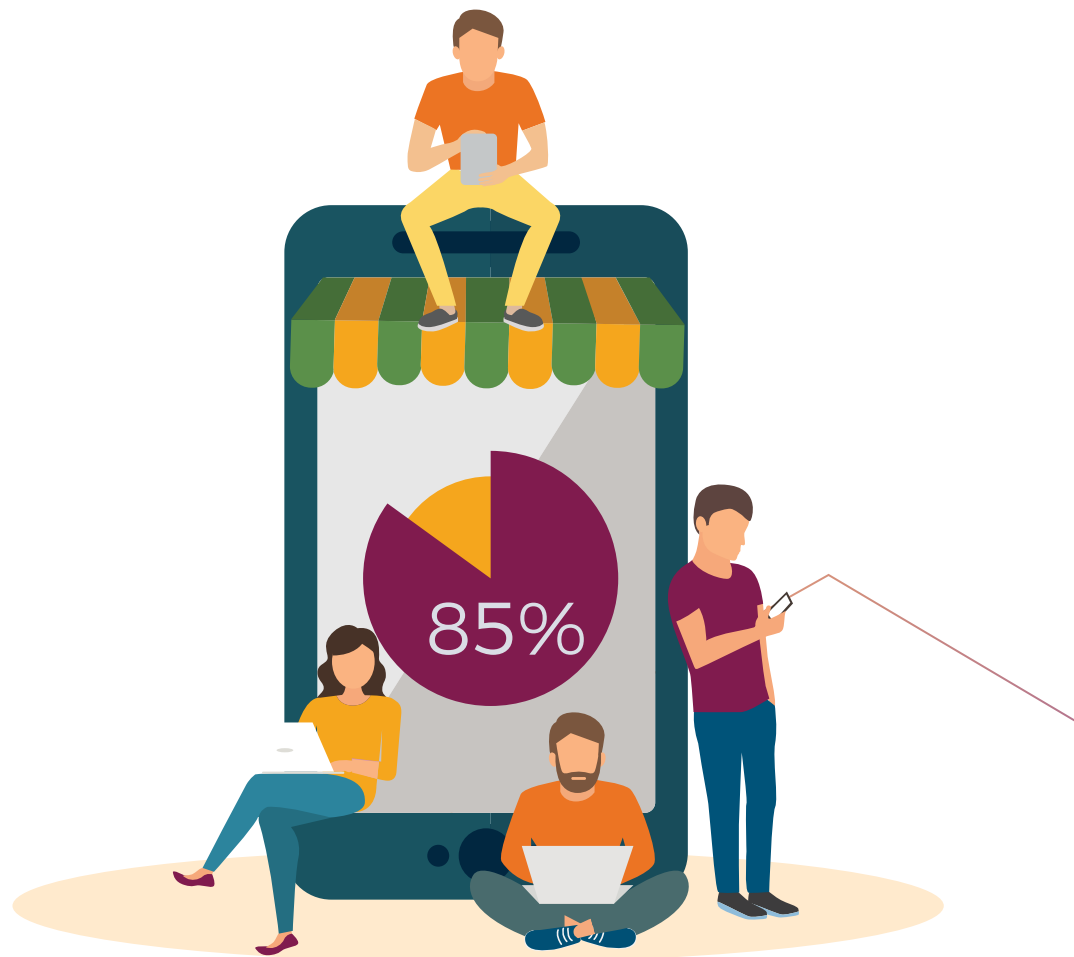


Gilmar Hansen

Ao pesquisar sobre soluções para a sua empresa, você deve sempre questionar quais são as experiências do parceiro, o quanto ele realmente conhece do seu mercado e como se vale desse conhecimento para evoluir e desenvolver modelos preventivos que ajudam a barrar fraudes.

“Na ClearSale, por exemplo, temos uma base única de dados que agrega informações sobre fraudes que acontecem em **85% do e-commerce brasileiro,**

contemplando diferentes segmentos. Todo esse conhecimento está à disposição dos nossos clientes, para aperfeiçoar soluções em atividade ou desenvolver produtos personalizados para atender demandas específicas”, complementa.



QUAIS SOLUÇÕES AS EMPRESAS
LÍDERES DO SEGMENTO UTILIZAM?



Além das técnicas e boas práticas mencionadas nos eBooks anteriores, grandes players do segmento online apostam na gestão antifraude e tecnologia de parceiros especializados. Atualmente na ClearSale, cuidamos de todo processo na prevenção de fraudes e chargebacks de mais de 3.000 empresas de todos os tipos, do pequeno ao grande e-commerce, entre elas:



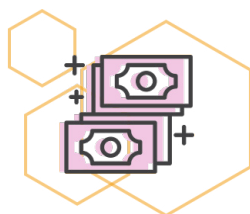
[Clique aqui e confira a lista completa](#)

Ao longo de mais de 16 anos de experiência, acumulamos:

**100 Milhões de transações autenticadas por ano.
+3000 clientes
+1000 pessoas especialistas no assunto
85% de e-commerce de varejo gerenciado
R\$ 530 milhões de reais em fraudes evitadas em 2016
46,7 bilhões de reais em transações analisadas em 2016
Grande expertise em soluções tecnológicas, como Behavior Analytics e Profiler**

Toda essa experiência nos tornou referência e autoridade quando o assunto é combater a fraude no mercado brasileiro e, também, internacional com nossa **filial em Miami**, que já analisa **pedidos gerados em mais de 150 países**.

Apesar de tal relevância, é fundamental que a escolha do parceiro antifraude seja feita tomando alguns cuidados. Você confere a seguir algumas dicas para tornar esse processo mais eficaz.



Analisa

**R\$ 46,7
Bilhões**

em transações



E também

**R\$ 530
Milhões**

em fraudes evitadas



O que corresponde a

**100
Milhões**

de transações analisadas

5 DICAS ESSENCIAIS PARA NÃO ERRAR NA ESCOLHA DE UM SERVIÇO ANTIFRAUDE



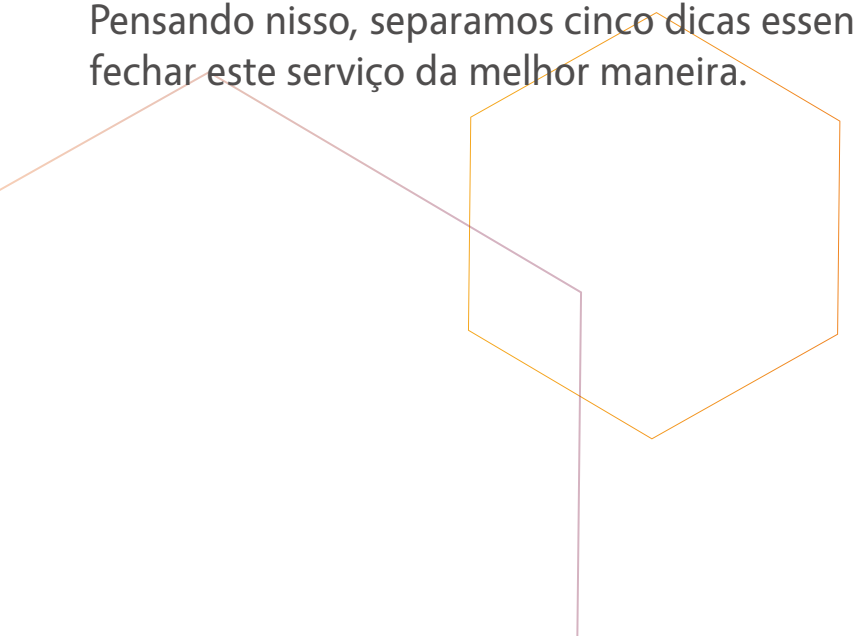


Empreender ou não empreender? Eis a questão

Quando se comenta com praticamente qualquer pessoa sobre abrir ou gerir um negócio, um dos primeiros olhares lançados envolvem preocupação e apontamento a dificuldades.

É claro, não vamos mentir, é difícil sim empreender, porém não é impossível! Por isso, se você vai embarcar nessa, ou já está, e passa por um momento de revisão de processos, vamos lhe ajudar com algo que nem sempre é a priorizado nestes momentos: a gestão antifraude.

Pensando nisso, separamos cinco dicas essenciais, especialmente preparadas pelos nossos especialistas, para te ajudar a fechar este serviço da melhor maneira.



1- Sempre peça informações sobre índices de aprovação e CBK

Durante o processo de conhecimento do trabalho dos fornecedores que você elencar, sempre peça uma referência dos índices de aprovação e reprovação automática que eles atingem no seu segmento. Diminuir taxas de chargeback pode parecer simples quando se olha apenas este indicador, porém atente-se a taxa de aprovação total. Lembre-se que a fraude é um evento raro, apesar de custoso, portanto baixas taxas de aprovação pode significar baixa eficiência da análise de prevenção à fraude.

2 – Como e com qual agilidade este fornecedor calibra a sua performance

Fraudadores investigam continuamente novas brechas para atuar, ou seja, conseguem criar rapidamente modelos de transação que parecem cada vez mais autênticos. Sendo assim, caso o serviço antifraude não tenha mecanismos para identificar antecipadamente novos comportamentos, o impacto financeiro em seu negócio ganha maior proporção. Por isso, é primordial consultar quais ferramentas ou procedimentos aquele serviço antifraude utiliza para descobrir que a análise que ele oferece não está apresentando uma boa performance.

Como, por exemplo, ter pessoas que analisam

manualmente uma amostra de pedidos que o modelo estatístico aprovou automaticamente. Isso permite antecipar novos comportamentos de ataque. Caso o fornecedor não tenha preocupações neste quesito, atente-se! Pois, o acúmulo de tempo para descobrir ações fraudulentas se transforma em acúmulo de perdas para você.

3 – Investigue qual é o nível de conhecimento do fornecedor sobre o seu segmento

Nunca é demais pesquisar ou pedir a relação de clientes que os fornecedores que estiver analisando tem no mesmo segmento que o seu. Isto já lhe dará uma boa noção da base de dados que ele oferece, de Marketshare e também se você será um caso experimental ou não. Principalmente empresas que atuam com vendas de produtos de alto risco, como games, celulares e eletrônicos em geral, devem se preocupar muito com o know how que aquele fornecedor detém, pois poucos erros já podem lhe custar muito caro.

E mesmo se o seu negócio não for de tamanho expressivo, cuidado! As vezes uma pequena diferença na hora de fechar o contrato pode refletir em grandes perdas futuramente, a conta jamais deve ser feita apenas sobre o valor mensal pago ao fornecedor, mas sim nos ganhos a longo prazo.

4 – Socorro, cálculos!

Ao pedir todos os números necessários (que basicamente devem ser os indicadores de perda e reprovação previstos e o custo total da ferramenta) ao fornecedor, não saia correndo! Analisar números é muito importante e você não precisa fazer isso sozinho. Sempre pergunte ao antifraude se ele tem algum simulador de resultados ou pode juntar aqueles números e fazer as contas de perdas e ganhos junto com você. Enxergar todos os pontos que podem lhe dar lucro ou prejuízo e o resultado desta equação com qualidade, com certeza lhe darão a clareza necessária para visualizar o cenário não só na hora do acordo, mas também ao decorrer da relação.

5 – E o pós-venda, como fica?

Se tem um ponto que geralmente é um dos últimos a serem lembrados quando se fecha um serviço antifraude é o pós-vendas. Saber como será o relacionamento com quem se contrata é essencial, pois se houver qualquer tipo de problema com sistema, serviços prometidos x serviços oferecidos, dúvidas sobre pagamentos, performance de score, qualquer coisa, quem vai te ajudar? Analise o máximo de pontos possíveis que possam gerar um contato com o SAC ou seu gerente de relacionamento, como: quais são os horários de atendimento? Eu terei suporte para X ou Y tipo de problema? Terei um gerente de relacionamento? Caso não tenha o gerente: quais serão os canais de atendimento? Receberei visitas periódicas para reavaliação de resultados? Entre outras. Sane todas as dúvidas possíveis, pois tempo é dinheiro e resoluções ágeis e de qualidade são essenciais.

Escolher o melhor modelo para integrar uma solução antifraude ao e-commerce é tarefa complicada para quem está começando ou já possui uma loja virtual estabelecida no mercado. Aliás, é muito comum encontrar empresas que decidem trocar de solução após um breve período por não estarem satisfeitas com o resultado obtido e, com isso, perder meses de trabalho preparando uma proteção efetiva.

Se você está vivendo este dilema neste momento saiba que isto é perfeitamente normal. Afinal, existem muitas possibilidades à disposição, desde soluções internas até as 100% automatizadas.

Esperamos que esta série de conteúdos tenha ajudado você e sua empresa a tomarem as melhores decisões no combate e prevenção à fraude.

Acesse nosso blog e assine a nossa newsletter para ficar por dentro de todas as novidades no segmento antifraude!

br.clear.sale/blog



clearsale

Liberdade para vender