

# OS 3 ERROS MAIS COMUNS AO TENTAR REDUZIR A FRAUDE EM UM E-COMMERCE E COMO SE PROTEGER DELES



Este é o terceiro 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.

### 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 está aqui



## Você verá nesta edição:

- 3 erros comuns ao tentar reduzir a fraude no universo online
- Como combater a fraude sem prejudicar a experiência do seu consumidor
- 7 vantagens ao terceirizar a solução antifraude do seu e-commerce

## 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



**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



**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

# 3 ERROS COMUNS AO TENTAR REDUZIR A FRAUDE NO UNIVERSO ONLINE



A fraude de cartão de crédito é um problema sério e crescente para todos os e-commerces. Mas, ao tentar combater estes ataques cibernéticos, às vezes o que você não faz é tão importante quanto o que você faz.

Por isso, vamos dar uma olhada nos erros mais comuns, entre pequenos empresários, e aprender como evitá-los!

## 1. Configurações rígidas demais em filtros antifraude

Considerando o quanto a fraude é praticada hoje em dia, muitos pequenos empresários preferem adotar medidas de segurança mais rígidas, pensando em estarem mais zelosos com seu negócio e com a experiência de seus clientes. Isso pode parecer uma boa ideia, afinal quando um pequeno empresário sofre uma fraude, o teor do prejuízo pode até o levar a falência. Mas, infelizmente, isso também impactará as vendas para bons consumidores, pois regras extremamente rígidas de análise de pedidos podem fazer com que uma compra boa que, tinha apenas algum mal entendido, seja barrada. Outro prejuízo que também pode acontecer por esta precipitação, são os atrasos no envio de encomendas, que pode frustrar clientes e fazê-los abandonar suas compras. Configurações excessivas em seus filtros antifraude, também podem produzir uma alta taxa de falsas rejeições em encomendas legítimas,

porque o sistema antifraude detecta algo suspeito na transação, que no final das contas não era fraude. A moral da história? Estabelecer um sistema que reduz transações fraudulentas na internet não é tão diferente de elaborar uma dieta saudável: tudo com moderação. Ajuste seus filtros antifraude para encontrar o equilíbrio perfeito entre segurança nas transações e conveniência para seus clientes.



## 2. Reação excessiva a sinais vermelhos

Seguindo esta mesma linha, outro erro muito comum ocorre quando pequenos empresários colocam muito peso em um ou dois sinais vermelhos, sem cuidadosamente analisar o quadro geral. Para ter certeza na utilização destes sinais, é essencial prestar atenção a coisas como:

- Alto volume de encomendas
- Endereços de entrega diferentes
- Crescimento nas encomendas internacionais

Mas, também há vezes em que esses sinais vermelhos podem estar presentes até mesmo em transações legítimas. Em outras palavras, nem toda encomenda enviada a uma (caixa postal?) é sinal de fraude. Pode simplesmente significar que você tem um sinal vermelho em potencial, como XXX ou XXX, que deveria ser analisado em conjunto com os outros dados da transação, como XXX ou XXX, para determinar se realmente existe algo errado.

### **A chave é...**

Estar sempre alerta sobre como esses fatores individuais podem significar fraude, mas não reprima todo instante em que eles aparecem sem explorar outros fatores e condições relacionadas.



### 3.A fraude além das fronteiras

Estatísticas apoiam a necessidade de uma quantidade saudável de suspeita ao analisar transações internacionais. Apesar disso, alguns pequenos empresários assumem que enquanto todas suas vendas forem domésticas, eles não serão vítimas de transações fraudulentas.

É aí que mora o erro!

Muitos ataques cibernéticos também podem ocorrer em território nacional, então não caia na armadilha de simplificar demais o verdadeiro risco. Nem todas as vendas domésticas são válidas, nem todas as vendas internacionais são ruins.

A chave é...

Continue prestando muita atenção às irregularidades em suas encomendas internacionais, mas aplique também a mesma carga de análise as irregularidades em suas encomendas domésticas.



# COMO COMBATER A FRAUDE SEM PREJUDICAR A EXPERIÊNCIA DO SEU CONSUMIDOR



## Transações canceladas

As transações canceladas são um dos maiores desafios de quem está começando um e-commerce. Quer saber como escapar desta armadilha?

Imagine só como deve ser frustrante. Após meses de planejamento, finalmente você consegue abrir o seu e-commerce. Os clientes estão felizes com o seu produto, as vendas estão aquecidas e você já está pensando em aproveitar o bom momento para investir na expansão do negócio. Mas aí, de repente, começam a chegar alguns avisos de que parte das suas vendas feitas com cartão de crédito eram fraudulentas. Ao analisar essa situação de perto, você descobre também que as despesas causadas por esse problema sairão do seu bolso, como pagamento de fornecedores e impostos. A receita obtida não existe mais, o fluxo de caixa está comprometido e a sustentabilidade do negócio está em cheque. Talvez você não saiba, mas é assim que muitas empresas de pequeno e médio porte tomam conhecimento sobre o chargeback, um dos maiores desafios para quem está começando no universo de vendas online.

## Mas, o que é chargeback mesmo?

O chargeback é a reversão de uma venda já realizada através de cartão de débito ou crédito por, basicamente, dois motivos: Ou a pessoa titular pela compra não a reconhece ou aquele processo não respeitou regras acordadas em contrato. Resumindo, o logista fez a venda e descobre que aquele valor não lhe será creditado, pois é uma venda inválida ou fraudulenta, ou seja, o varejista é quem arca com o custo da fraude.

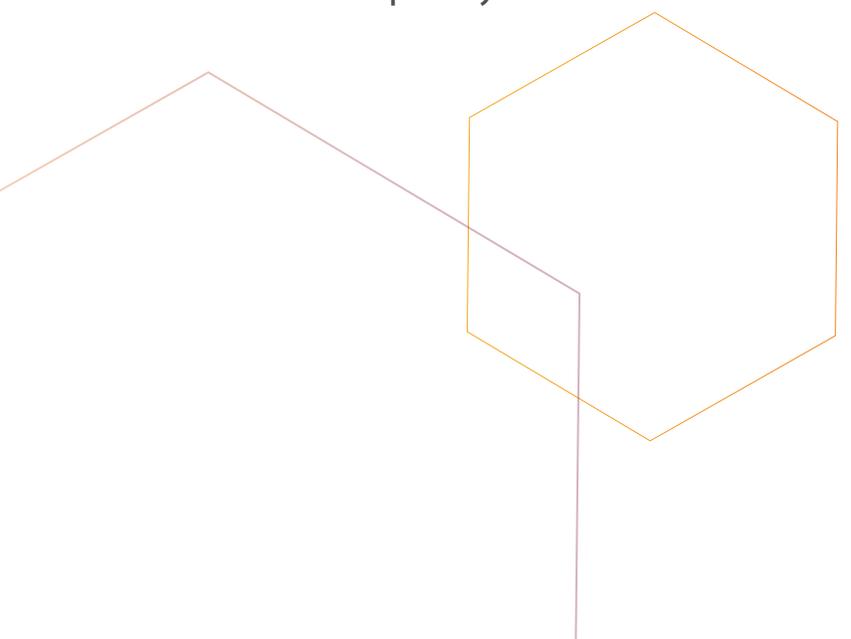




Com uma crescente ameaça de fraudes, muitos varejos têm procurado um serviço de alta proteção para os seus negócios, que acaba deixando a experiência do consumidor em segundo plano. Processos de finalização complicados e múltiplas camadas de verificação, deixam o site mais seguro, mas também menos conveniente e mais incômodo ao fazer uma compra, caso este cuidado passe dos limites.

### **Consumidores felizes x Tranquilidade para vender**

Com isso em mente, o que você pode fazer para manter seus consumidores felizes e neutralizar fraudadores em potencial? A resposta tem como base sua habilidade de executar uma estratégia de prevenção à fraude cuidadosamente planejada com flexibilidade e mente aberta. Vamos te explicar como ;)



## Flexibilidade

Sistemas de detecção de fraudes muito rígidos podem levar à lentidão na resposta ao pedido ou à grande quantidade de reprovações indevidas. Se isso acontece, você encara um novo problema: consumidores insatisfeitos que deixam seu site para comprar na concorrência.

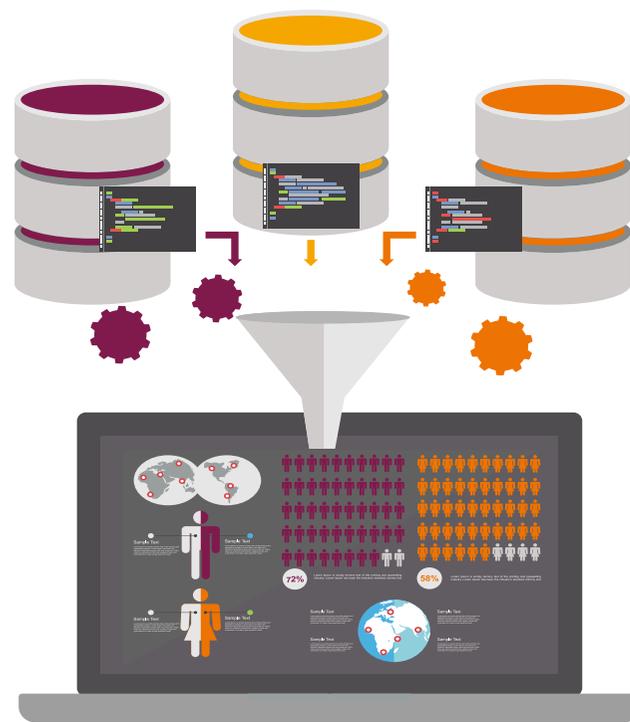
## A melhor aposta...

Reunir, antecipadamente o máximo de informações do consumidor e do mercado para que você esteja pronto quando seus clientes forem comprar no seu e-commerce.

## Exemplos:

Isso pode envolver algum trabalho da sua parte. Por exemplo, uma boa prática é a coleta de dados de transações aprovadas e reprovadas para comparar novos pedidos aos dois perfis de dados. Você também pode conectar-se a uma rede de proteção à fraude(?), que pode oferecer dados de muitos varejistas. Além disso, ficar por dentro de novos padrões de fraude em geral, seja por meio de seu próprio relatório ou por meio de uma parceria com um serviço especializado em proteção a fraude. Isso te ajudará a não ser pego de surpresa.

**Resumindo**, seu objetivo final é munir-se de dados para tomar decisões mais embasadas do que um sistema de segurança fechado teria a capacidade de tomar.



## Mente Aberta

Ficar de olho nos sinais de alerta de fraude é um aspecto importante para ficar à frente da ameaça, mas ter flexibilidade em seu sistema de proteção pode ajudar muito a manter um serviço ao consumidor positivo. Em outras palavras, uma indicação de que uma transação pode ser fraudulenta, não uma prova definitiva de que é, de fato, fraudulenta.

## Reprovação automática

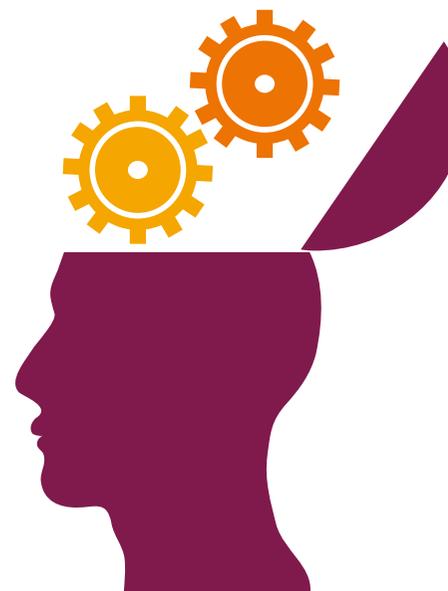
Esta é uma técnica que existe e funciona no combate à fraude, porém CUIDADO! Ela só funciona quando, antes de se chegar a este grupo de pedidos, uma importante e minuciosa análise é feita para que bons consumidores não entrem nesta jogada. Ferramentas tecnológicas como Behavior Analytics e aquele toque subjetivo da análise humana são uma boa combinação para obter sucesso com esta técnica.

O objetivo é oferecer a experiência ideal ao consumidor, tanto segura quanto conveniente.

## Então como acertar em cheio nesta experiência?

Começar com um serviço de prevenção a fraude compreensivo, que combina a análise humana experiente com análise automática computadorizada, é essencial. Isso trará a você um mundo de informações, muito além de sua experiência interna.

O resultado será um procedimento de carrinho de compras que não é atolado por transações rejeitadas, ligações de confirmação ou procedimentos exagerados de autenticação, e que não é seguido pelo trabalho importuno que é a remediação de fraudes.



**7 VANTAGENS DE TER UMA  
SOLUÇÃO ANTIFRAUDE NO SEU  
E-COMMERCE!**



Escolher o melhor modelo para integrar uma solução antifraude ao e-commerce é uma tarefa complicada para quem está começando ou já possui um e-commerce. 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.

### **E agora José?**

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. Mas será que estas opções são realmente as melhores para o seu negócio?

Sem dúvida, as soluções automatizadas têm um custo mais atraente, mas em contrapartida possuem níveis de reprovação altíssimos que podem comprometer sua geração de receita. Por sua vez, as soluções internas garantem mais controle e praticidade. O problema é que a empresa precisa lidar com os custos de contratação de pessoal especializado, atualização tecnológica e capacitação profissional contínua.

Levando tudo isso em consideração, a terceirização de um antifraude que une análises automáticas e humanas surge como uma ótima alternativa para o seu e-commerce.

Pensando nisso, listamos abaixo as principais vantagens e benefícios de se optar pela gestão feita por um parceiro totalmente especializado.



## 1. Investimento garantido



À primeira vista, você pode achar que uma solução terceirizada seria uma despesa extra. Na verdade, mas na verdade, trata-se de um investimento. Isto porque o valor utilizado na contratação do parceiro especializado é muito menor do que o prejuízo financeiro do seu e-commerce em caso de fraudes recorrentes. (case com cálculo)

## 2. Mais tempo para cuidar da gestão do negócio



Com um parceiro especializado cuidando da gestão antifraude, você ganha mais tempo para se dedicar efetivamente às estratégias que ajudarão a impulsionar os resultados do e-commerce, como marketing, logística e experiência do usuário.

## 3. Antifraude ativo no menor tempo possível



Com uma solução interna, é preciso contratar uma ferramenta antifraude, recrutar e treinar pessoas para usá-la. Já com uma solução terceirizada, você passa a contar com uma proteção efetiva no menor tempo possível, pois os profissionais já são altamente capacitados.

## 4. Mais performance



Outra vantagem da terceirização é contar com um produto desenvolvido e testado para oferecer sempre a melhor performance. Esse é um diferencial muito importante para garantir que a gestão antifraude funcione perfeitamente e suporte a operação em datas de maior volume de vendas, como a Black Friday e o Natal.

## 5. Melhores práticas contra a fraude



Ao optar pela terceirização, o seu e-commerce passa a contar com muitos diferenciais que só um parceiro especializado pode oferecer. Entre eles, vale destacar a base de dados mais abrangente, experiência para criar modelos estatísticos adequados para o seu negócio e alta capacidade para identificar e barrar transações fraudulentas, além de evoluir os mecanismos de defesa acompanhando novas tendências.

## 6. Análises manuais



Algumas soluções especializadas contam com a atuação de equipes preparadas para analisar transações caso a caso, eliminando as reprovações automáticas. Deste modo, cada pedido é observado de perto para identificar se realmente trata-se de uma fraude ou apenas uma situação incomum em que o cliente não deveria ser negado. Assim é possível garantir uma maior taxa de aprovação de vendas, com o menor risco possível.

## 7. Garantia contra estornos



A perda de receita por estorno de vendas fraudulentas é uma das maiores preocupações de quem atua no universo de vendas online. Felizmente, hoje já é possível encontrar parceiros especializados que oferecem serviços de garantia complementares a solução antifraude com ressarcimento de 100% do estorno em caso de fraudes comprovadas.

Este é o terceiro material de uma série de 4 e-books que ajudará sua empresa a compreender e a buscar soluções que protejam suas vendas de fraudadores.

## Confira um pouco do que você verá nos próximos e-books:

- 1- Conheça os três fatores de sucesso para considerar em sua solução antifraude
- 2- Entenda por que análise humana é tão importante na gestão antifraude  
E outros.

Quer saber mais sobre o tema?  
Acesse os próximos conteúdos:

**Fatores importantes para escolha  
da melhor solução antifraude  
e-Book #4**

**Clique para baixar**



clearsale

Liberdade para vender