



Digitalize + Prosper

Prepare sua empresa para as festas de fim de ano

Como preparar e proteger sua empresa para aproveitar ao máximo as festas de fim de ano

ÍNDICE

- 3 O fim do ano é a melhor época para as vendas**
- 4 Compras de fim de ano, em números**
- 5 Como preparar sua empresa para as festas de fim de ano**
- 6 Divulgue sua empresa pela internet**
 - 7 Gere tráfego com conteúdo sazonal e promoções
 - 9 Aposte nas experiências personalizadas para atrair clientes
- 11 Otimize a experiência de compra**
 - 12 Amplie o suporte ao cliente
 - 14 Simplifique o processo de compra ao máximo
- 16 Proteja sua loja virtual**
 - 17 Crie uma estrutura de cibersegurança forte para proteger seu sucesso
- 20 Primeiros passos**

O fim do ano é a melhor época para as vendas

Alguns dos maiores volumes de venda acontecem nas festas de fim de ano, o que traz **uma enorme oportunidade de crescimento para as empresas**. Seja na Black Friday, Cyber Monday, Dia dos Solteiros, Natal ou Ano Novo, milhões de clientes correm para presentear amigos, familiares — e a si mesmos. Na temporada de fim de ano de 2021, as vendas on-line cresceram 5% mundo afora, atingindo o valor recorde de US\$ 1,14 trilhão¹. Em 2022, a expectativa é de que o comércio eletrônico continue aquecido nessa época, mas as empresas precisam estar mais preparadas para lidar com os possíveis efeitos da inflação nos hábitos de consumo.

A inflação global deverá atingir a marca de 6,7% este ano, o nível mais alto em quatro décadas². Ao mesmo tempo, a confiança dos consumidores, mapeada pelo Global Consumer Confidence Index, que monitora as tendências de consumo futuro e a poupança das famílias, apresenta uma tendência de queda, refletindo os efeitos negativos da inflação³. Embora o consumo como um todo tenha se mantido em um bom nível, algumas categorias mostraram estabilidade ou perderam terreno. As despesas com mantimentos, por exemplo, aumentaram no comparativo anual, mas este é um efeito da inflação, não de um maior consumo. Em categorias como viagens e restaurantes, as pessoas estão gastando mais, mas consumindo menos.

Qualquer que seja seu setor, é fundamental levar em consideração o novo cenário de inflação recorde e desenvolver soluções que tornem suas operações sustentáveis, retenham clientes e garantam o crescimento a longo prazo. Será preciso

levar em conta os novos comportamentos de compra — por exemplo, neste fim de ano, cerca de metade dos clientes globais (2,5 bilhões de pessoas) se mostram dispostos a trocar de marca caso a concorrência tenha preços melhores³.

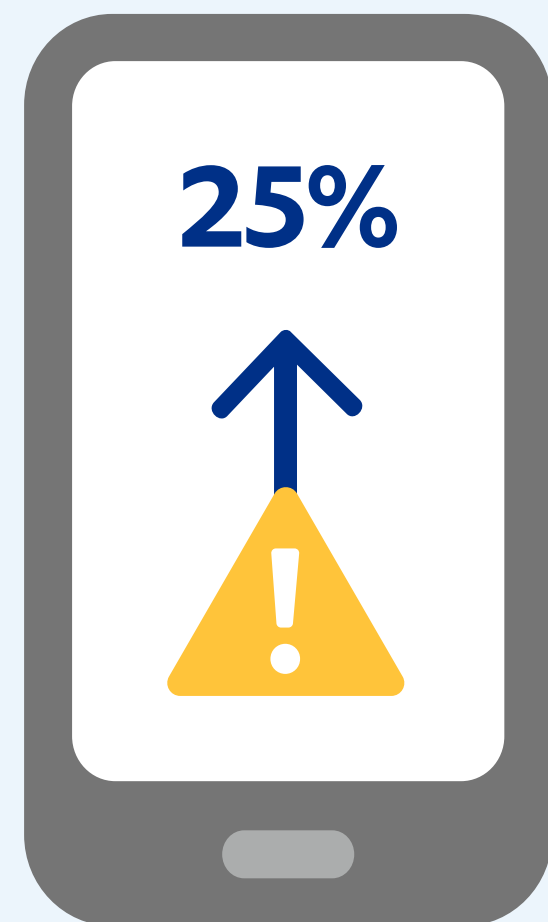
As empresas sempre precisaram estar preparadas para lidar com o acirramento da concorrência e a demanda dos clientes durante as festas de fim de ano. Mas, em 2022, os problemas na cadeia de abastecimento continuam, além de preocupações com fatores como inflação, orçamentos apertados e a explosão do comércio eletrônico. Para ser a principal opção dos clientes para as compras de fim de ano, as empresas precisam fazer a sua parte. Veja como tornar a experiência de compra dos clientes — da escolha do produto até o pagamento — mais fácil, segura, flexível e personalizada para, enfim, ser a empresa queridinha dos consumidores.



Compras de fim de ano, em números

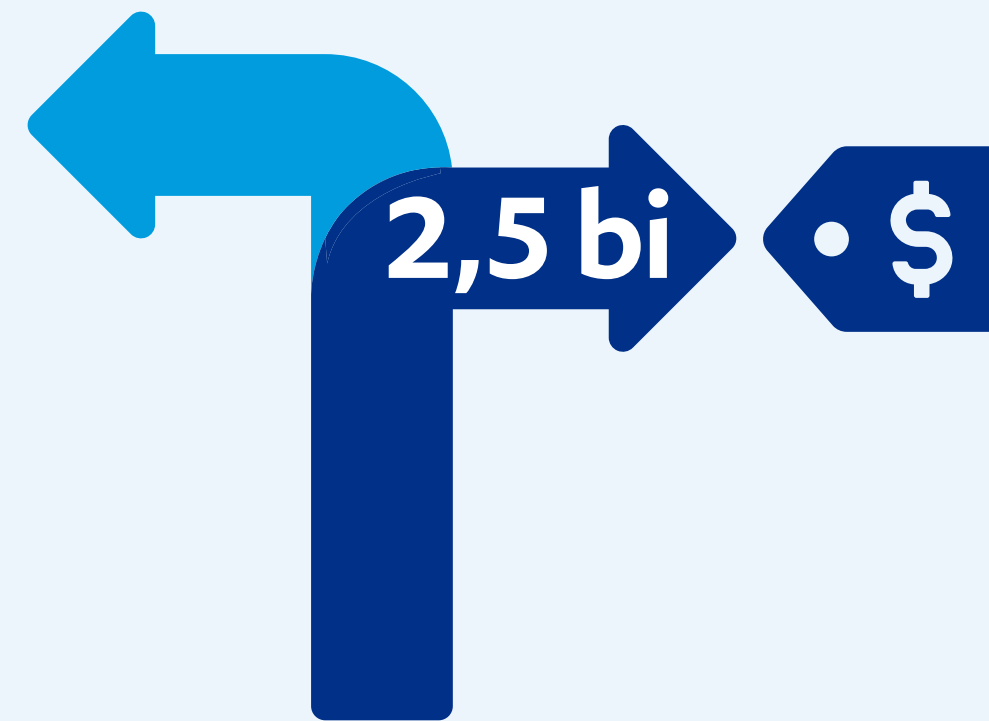
A TEMPORADA DE FRAUDES

As tentativas de fraude aumentaram em 25% durante a temporada de compras de fim de ano de 2021⁴.



OS PREÇOS COLOCAM A FIDELIDADE À PROVA

2,5 bilhões de consumidores mundo afora considerariam comprar de outra marca caso o preço fosse melhor⁵.



O IMPACTO DAS COMPRAS DE FIM DE ANO

O trimestre das festas representa **mais de 30%** do faturamento anual do varejo em alguns setores⁶.



Como preparar sua empresa para as festas de fim de ano

Para ter sucesso na temporada de vendas de fim de ano, sua empresa precisa estar pronta para atender à demanda – e para enfrentar a concorrência. É fundamental se organizar o quanto antes, usando dados para orientar sua estratégia. **Para que esta seja o melhor fim de ano da história da sua empresa, você precisa implementar três medidas importantes:**

✓ **Divulgue sua empresa pela internet:**

Chame a atenção dos clientes com experiências e promoções oportunas e personalizadas.

✓ **Otimize a experiência de compra:**

Simplifique o suporte ao cliente e o checkout.

✓ **Proteja sua loja virtual:**

Previna fraudes e proteja os dados e transações dos clientes.



Divulgue sua empresa pela internet

A temporada de compras de fim de ano tem um grande potencial para ser lucrativa – e concorrida. Aproveite esta oportunidade para **impulsionar seus lucros**, divulgando sua empresa de forma efetiva pela internet, para que a época mais movimentada do ano também seja a mais lucrativa.



DIVULGUE SUA EMPRESA PELA INTERNET

Gere tráfego com conteúdo sazonal e promoções

Insight

Sua estratégia de marketing digital deve ser baseada em conteúdo útil e otimização inteligente para mecanismos de busca (SEO). Durante as festas de fim de ano, o conteúdo e o SEO são mais importantes do que nunca. O comportamento dos compradores muda de acordo com a época do ano. Por isso, definir palavras-chave específicas do fim de ano e escolher produtos que têm a ver com o período é essencial. Para aparecer no topo das pesquisas em mecanismos de busca e chamar a atenção de possíveis clientes, é preciso **otimizar seu conteúdo, SEO e promoções**.

Conselho

Renove seu conteúdo para as festas de fim de ano

Na hora de direcionar o tráfego de pesquisa, o conteúdo é tudo. Em outras palavras, conteúdos que atraiam e cativem os clientes podem melhorar sua classificação nos mecanismos de busca e, eventualmente, gerar vendas.

Veja algumas maneiras de criar conteúdo otimizado para mecanismos de busca para as festas de fim de ano:

- ✓ Otimize o conteúdo do seu site com palavras-chave específicas da época. Use ferramentas como o Planejador de Palavras-chave do Google ou o Google Trends para estudar as tendências de pesquisa do ano anterior e as palavras-chave de melhor desempenho. Palavras-chave longas — compostas por algumas palavras — também são importantes, pois são frases de pesquisa muito específicas que os clientes usam quando estão mais decididos a comprar.
- ✓ Crie landing pages específicas para vendas sazonais. Planeje, crie e otimize as landing pages muito antes das festas de fim de ano. Os rastreadores de site, que os mecanismos de busca usam para entender do que se trata cada página da internet, precisam de tempo para verificar e indexar as landing pages para exibi-las nas pesquisas.
- ✓ Aposte em Marketing para Mecanismos de Busca (SEM) específico para as festas de fim de ano.
- ✓ Lance campanhas de e-mail temáticas que utilizem termos de pesquisa semelhantes e reforcem sua mensagem.
- ✓ Faça parceria com influenciadores nas redes sociais ou use hashtags populares e intuitivas, como #TikTokMadeMeBuyIt.

Use promoções e incentivos para estimular a fidelização

As festas de fim de ano são um momento crucial para as empresas e seus clientes. Avalie a possibilidade de implementar as seguintes medidas para ajudar sua empresa a se destacar e aumentar a fidelização dos clientes, fazendo com que eles se sintam valorizados:

- ✓ **Crie guias de presentes personalizados** com descontos especiais para estimular os compradores a comprar vários itens de uma só vez e assim economizar no frete.
- ✓ **Ofereça serviços sazonais**, como embalagem de presente gratuita.
- ✓ **Crie ofertas por tempo limitado** e pacotes festivos para aumentar o senso de urgência e incentivar clientes com orçamentos apertados.
- ✓ **Fique por dentro** das tendências de compras de fim de ano para escolher quais produtos promover.
- ✓ **Amplie sua oferta de produtos** para incentivar os clientes a comprar vários presentes em um só lugar, economizando nos custos de envio e evitando que eles procurem seus concorrentes.
- ✓ **Ofereça frete e devoluções grátis** para garantir uma experiência positiva e aumentar a fidelização.
- ✓ **Crie um programa de indicações** para expandir sua base de clientes e ajudar os clientes atuais a economizar.



DIVULGUE SUA EMPRESA PELA INTERNET

Aposte nas experiências personalizadas para atrair clientes

Insight

Os clientes adoram um bom negócio, especialmente durante a correria do fim de ano. É por isso que quase metade das pessoas que fazem compras neste período escolhem empresas que oferecem melhores preços e promoções⁷. As empresas podem se destacar da concorrência oferecendo incentivos personalizados, uma estratégia muito eficaz na hora de fidelizar clientes. E é fundamental personalizar bem: 76% dos clientes disseram que receber comunicações personalizadas é um fator-chave na hora de escolher uma marca, enquanto 78% disseram que esse tipo de conteúdo os torna mais propensos a comprar novamente⁸.

Conselho

Personalize a experiência em seu site

Durante uma época tão competitiva quanto as festas de fim de ano, analise as preferências dos clientes de perto e com frequência, uma vez que eles estão se tornando menos fiéis às marcas e recorrendo a produtos genéricos para lidar com a inflação⁷. **Cada interação com seus clientes conta. E, para oferecer as melhores experiências possíveis, faça o seguinte:**

- ✓ **Use ferramentas baseadas em inteligência artificial** que apresentem recomendações de produto, conteúdo e coleções de produtos com base no comportamento dos clientes.
- ✓ **Personalize a pesquisa do site** para preencher automaticamente as palavras e frases-chave mais usadas, o que facilita a vida dos clientes.
- ✓ **Exiba produtos relacionados** com base no histórico de navegação do cliente no seu site. Quanto mais oportunidades seus clientes tiverem de comprar produtos relevantes direcionados especialmente a eles, melhor.

76%

dos clientes afirmaram que receber comunicações personalizadas é um fator-chave na hora de escolher uma marca⁸.

Faça retargeting com incentivos personalizados

Talvez você ache que um carrinho abandonado é a prova de que você perdeu o cliente para sempre, mas nem sempre é esse o caso. Há muitas razões para os compradores abandonarem uma compra — desde problemas técnicos até checkout demorados. É sempre uma boa ideia tentar recuperar a venda, enviando e-mails sobre o carrinho abandonado.

Você pode incentivar os clientes a finalizar uma compra da seguinte forma:

- ✓ Relembre os itens que ainda estão no carrinho enviando notificações por e-mail e mensagem de texto.
- ✓ Para estimular os clientes que abandonaram o carrinho a finalizar a compra, envie um cupom de desconto.
- ✓ Crie um senso de urgência com alertas que informem que as ofertas por tempo limitado vão acabar ou que os produtos que estão prestes a se esgotar.
- ✓ Lance campanhas de e-mail especificamente pensadas para as festas de fim de ano para entrar em contato com clientes antigos.

Coloque em prática

A criação de uma experiência de compra personalizada e o retargeting de clientes antigos são fundamentais para aumentar a fidelização à sua marca e gerar mais vendas.

O PayPal conta com a confiança de mais de 400 milhões de clientes mundo afora. Por isso, mostrar aos clientes que você aceita PayPal também é uma maneira de divulgar sua empresa e ganhar credibilidade.



Para ver mais estratégias para direcionar o tráfego, atrair clientes e aumentar as vendas, confira nosso e-book sobre como [divulgar sua empresa pela internet](#).

Otimizar a experiência de compra

Fazer com que os clientes acessem seu site é um bom começo para a temporada de fim de ano. Mas, para garantir o sucesso, é preciso que eles permaneçam em seu site. Para se preparar para o maior período de vendas do ano, veja como **gerar o maior número possível de vendas com uma experiência de site** que estimule os clientes a voltar.



OTIMIZE A EXPERIÊNCIA DE COMPRA

Amplie o suporte ao cliente

Insight

É simples: para atrair compradores e convertê-los em clientes recorrentes, é preciso oferecer um excelente atendimento. Mais de um quarto dos compradores considera que um atendimento ruim é inaceitável, e quase metade espera que suas perguntas sejam respondidas rapidamente⁹. Com o aumento de 75% nos contatos com o atendimento ao cliente durante as festas de fim de ano, a pressão para prestar suporte completo e na hora certa é ainda maior⁹.

Conselho

Aumente a estrutura de atendimento ao cliente durante o período

Os clientes estão dispostos a gastar mais com uma empresa que responda às suas perguntas rapidamente — de preferência, em 24 a 48 horas¹⁰.

Para reduzir o tempo de resposta do atendimento ao cliente, implemente estas medidas:

- ✓ Tenha uma equipe de suporte dedicada.
- ✓ Configure bots de bate-papo para automatizar respostas a dúvidas menos complexas.
- ✓ Garanta que seu serviço de hospedagem de sites e sua infraestrutura digital sejam capazes de lidar com o aumento no tráfego.
- ✓ Mantenha suas informações de contato on-line atualizadas.
- ✓ Publique uma página de perguntas frequentes que seja relevante e fácil de entender, oferecendo assim uma opção de autoatendimento para os clientes.
- ✓ Dê aos seus clientes a flexibilidade de pagar em prestações.



Comunique-se de forma clara com os clientes

Os compradores esperam honestidade e transparência.

Veja como demonstrar isso:

- ✓ **Apresente todos os custos e taxas**, como impostos e frete, no momento do checkout.
- ✓ **Informe os prazos e** forneça atualizações oportunas aos clientes em caso de atrasos na entrega.
- ✓ **Apresente claramente sua política de devolução**, indicando datas-limite e o processo de devolução.

Durante as festas de fim de ano, as consultas ao atendimento ao cliente aumentaram em

75%⁹



OTIMIZE A EXPERIÊNCIA DE COMPRA

Simplifique o processo de compra ao máximo

Insight

Seja pessoalmente ou on-line, não há nada mais frustrante para os clientes do que um processo de checkout lento ou travado. Exigir login para fazer uma compra? Pode esquecer. Metade dos clientes relata frustração quando é preciso criar uma conta ou digitar uma senha apenas para poder fazer o checkout¹¹.

Conselho

Para maximizar as vendas de fim de ano durante um período movimentado e estressante para os clientes, remova barreiras e obstáculos que possam dificultar a finalização da compra. Veja como:

Remova barreiras ou obstáculos desnecessários à finalização da compra

Os clientes esperam um checkout rápido e sem burocracia. Se seu site não oferece uma experiência direta, a concorrência passa a ser uma opção. Um em cada cinco clientes abandona o carrinho de compras devido a processos de checkout complicados ou demorados¹².

Como ajudar a garantir um checkout rápido e sem entraves:

- ✓ Ofereça a opção de fazer checkout como convidado, para que os clientes não precisem criar uma conta.
- ✓ Otimize o processo de checkout para todos os tipos de dispositivo.
- ✓ Remova campos de formulário desnecessários.
- ✓ Reduza o número de cliques no processo de checkout. Por exemplo, coloque um botão “Comprar agora” nas páginas do produto para levar o cliente direto para o checkout em um só clique, sem a necessidade de adicionar o produto ao carrinho.
- ✓ Aceite várias formas de pagamento — como parcelamento, PayPal, carteiras digitais e cartões de crédito e débito — para que os clientes possam pagar como preferirem.

Faça com que os clientes se sintam seguros no checkout

Nas compras on-line, confiança é um elemento fundamental da decisão. Ao conquistar a confiança de um cliente, você dá a ele tranquilidade para comprar na sua loja. **Devido à natureza sensível dos dados usados para finalizar uma compra, é importante que os clientes confiem que suas informações estão seguras e protegidas.**

- ✓ Ofereça um **Programa de Proteção ao Comprador*** que reembolse os clientes caso a entrega não aconteça ou o produto seja diferente da descrição.
- ✓ **Exiba os protocolos de segurança** no checkout, como escudos ou cadeados, para fazer os clientes se sentirem mais seguros.
- ✓ **Destaque depoimentos** que ofereçam aos clientes uma visão real sobre seus produtos.

Coloque em prática

Nas compras on-line, simplicidade e segurança são as principais preocupações dos clientes. Com o PayPal Checkout, você faz uma integração só e passa a oferecer várias formas de pagamento. Assim, os clientes podem pagar com PayPal ou cartão de débito ou crédito em mais de 100 moedas de mais de 200 mercados mundo afora. Da integração mais simples à mais personalizada, o PayPal tem uma solução ideal para você.

O PayPal é uma das marcas mais confiáveis do mundo, e isso ajuda a deixar seus clientes mais seguros na hora de comprar. A Proteção ao Comprador do PayPal*, disponível em transações qualificadas, reembolsa os clientes caso os pedidos não cheguem ou não correspondam à descrição, o que contribui muito para conquistar a confiança de seus compradores. E, com uma plataforma de segurança que fica mais inteligente a cada transação, podemos garantir que você sempre terá as ferramentas certas para que seus clientes possam comprar com segurança e confiança.

 Para descobrir como otimizar a experiência de checkout para seus clientes, leia nosso e-book sobre otimização da taxa de conversão de checkout.



Proteja sua loja virtual

O fim de ano é uma época de grandes vendas, mas as fraudes on-line também aumentam nesse período. Embora possa ser difícil equilibrar um aumento tanto nas vendas quanto nas fraudes, existem medidas que você pode adotar para se proteger contra atividades fraudulentas mesmo antes que elas aconteçam. **Veja como manter sua empresa segura durante a época mais movimentada do ano.**



13. Statista, Value of e-commerce losses to online payment fraud worldwide in 2020 and 2021, 25 de março de 2022.

Mundo afora, estima-se que as fraudes em pagamentos on-line causaram perdas de

US\$20bi

em 2021¹³.



PROTEJA SUA LOJA VIRTUAL

Crie uma estrutura de cibersegurança forte para proteger seu sucesso

Insight

Os fraudadores normalmente aparecem nas épocas de alto tráfego, como nas festas de fim de ano. Atualmente, os clientes começam a comprar para o fim do ano já em outubro¹⁴, visto que algumas empresas lançam ofertas “dignas de Black Friday” por volta do Dia das Bruxas¹⁵. Essa é uma boa ideia para garantir a disponibilidade de produtos no estoque. Mas, por outro lado, os fraudadores passam a ter mais oportunidades para enganar os compradores — e impactar negativamente sua empresa.

Veja algumas dicas que podem ajudar a **aumentar a cibersegurança da sua empresa e proteger você contra fraudes** neste fim de ano.

Conselho

Fique de olho nas atividades no seu site

Um aumento no tráfego do site geralmente é ótimo para as vendas, mas também pode chamar a atenção dos fraudadores — e colocar você em risco. Sua primeira linha de defesa deve ser o monitoramento da atividade do seu site, o que permite que você detecte rapidamente ameaças que possam prejudicar o crescimento da sua empresa durante a importante temporada de festas.

Algumas atividades devem acender o sinal amarelo. Dentre elas:

- ✓ Um número muito grande de novas contas.
- ✓ Pedidos inusitadamente grandes.
- ✓ Pedidos nos quais o endereço de cobrança é diferente do endereço de envio.
- ✓ Endereços de e-mail que parecem ter sido gerados automaticamente.
- ✓ Uso de vários cartões de crédito em um mesmo pedido.



Proteja as transações e os dados dos clientes

Vazamentos de dados e roubos de informações de cartão de crédito podem destruir sua empresa e a reputação que você construiu. No entanto, você pode adotar algumas medidas para se proteger contra as fraudes e manter suas transações seguras:

- ✓ **Habilite a autenticação multifator**, como códigos únicos que são enviados ao celular ou e-mail do cliente.
- ✓ **Criptografe os dados com conexões seguras.**
A criptografia converte dados em código. Assim, se alguma informação confidencial cair nas mãos erradas, a pessoa que a interceptou não terá como utilizá-la.
- ✓ **Implemente um Sistema de Verificação de Endereço (AVS)** ou exija o Código de Verificação do Cartão (CVV) para ter mais uma camada de proteção para as compras com cartão de crédito.
- ✓ **Mantenha seu software atualizado** para evitar violações de dados.



Coloque em prática

Permanecer alerta, prestando atenção em atividades potencialmente fraudulentas e usando ferramentas para proteger os dados dos compradores, ajudará você a fortalecer a segurança geral do seu site e conquistar a confiança dos clientes.

Quer ter ainda mais tranquilidade? Os recursos de prevenção de fraudes da PayPal Commerce Platform e o programa de Proteção ao Vendedor do PayPal* podem ajudar a minimizar estornos e cobrir transações qualificadas quando determinadas atividades de fraude surgirem. Não tendo que se preocupar em identificar possíveis padrões de fraude e avaliar os riscos um por um, você poderá se concentrar em vender o máximo que puder no fim do ano.



Para descobrir mais maneiras de proteger sua empresa contra fraudes, confira nosso e-book sobre prevenção de fraudes.



O sucesso nas vendas de fim de ano começa com o PayPal

As vendas on-line estão crescendo, as festas de fim de ano estão batendo na porta e os clientes estão preocupados com as fraudes. Para aproveitar essas oportunidades sem deixar de proteger sua reputação e resultados, é importante seguir táticas comprovadas e implementar ferramentas orientadas por dados que ajudarão você a expandir sua empresa. Tem momento melhor do que agora para começar a se preparar para a correria das vendas de fim de ano?

Usado por milhões de vendedores em todo o mundo, o PayPal ajuda você a encontrar compradores globais e dar a eles liberdade para pagar como quiserem. Com segurança robusta, praticidade e flexibilidade, o objetivo do PayPal é ajudar empresas como a sua a transformar este fim de ano (e todos os próximos) no melhor de todos.

Comece já — 