

Monte o mix de pagamentos ideal para você

Descubra como entregar o que os clientes esperam quando vão pagar por uma compra



Índice

- Otimize seu mix de pagamentos 3
- Quais são as formas de pagamento mais usadas no mundo?..... 4
- Por que ter o mix de pagamentos certo é vital 5
- Preferências de pagamento por localidade 6
- Preferências de pagamento por faixa de idade 8
- Preferências de pagamento por setor 9
- Prioridades de pagamento para empresas de comércio eletrônico 10
- Prioridades de pagamento para jogos on-line 11
- Prioridades de pagamento para empresas de SaaS e serviços 12
- Monte o mix de pagamentos ideal para sua empresa 13
- Referências 14





Um em cada três compradores afirma que abandonaria uma compra

se não pudesse pagar como quer.¹



Um em cada seis abandonou uma compra na página de pagamento

porque o processo era muito demorado ou complicado.²



60% afirmam que querem usar sua forma de pagamento preferida

em todas as compras.³

Otimize seu mix de pagamentos

Com o avanço da tecnologia de pagamento, nunca foi tão fácil encontrar novos clientes e oferecer diversas opções de pagamento a eles.

Hoje, os consumidores têm mais poder de escolha e querem usar a forma de pagamento ideal para eles. A preferência dos consumidores pode variar por país, faixa de idade e tipo de transação. Por exemplo, alguns preferem cartão de crédito ou “compre agora, pague depois” (BNPL, no acrônimo em inglês) para produtos de maior valor, mas usam outro método para itens mais baratos.

Conclusão: você precisa oferecer um leque maior de opções de pagamento. Se a experiência de pagamento não é o que o cliente espera, você pode perder grupos inteiros de clientes e, em último caso, vendas.

É importante atender às expectativas do cliente nessa fase de fechamento, que é crítica para a transação, mas muitas empresas têm dificuldade em oferecer mais opções sem elevar custos, complexidade e riscos, além de acabarem perdendo um pouco da eficiência operacional.

Este guia vai ajudar você a montar o mix de pagamentos ideal para sua empresa. Além disso, você verá formas de entregar a experiência de pagamento que os clientes esperam, sem perder agilidade e lucratividade.

“A experiência do usuário é o coração da empresa, em termos de usabilidade, confiança e flexibilidade, principalmente para o consumidor nativo digital. A experiência que o PayPal nos ajuda a oferecer está superando todas as expectativas dos clientes.”

David Oksman, diretor de marketing da Samsonite⁴

Quais são as formas de pagamento mais usadas no mundo?

Forma de pagamento	Parcela global do comércio eletrônico ⁵		Descrição	Exemplos	Oferece pagamento recorrente?	Oferece reembolso?	Oferece resolução de disputas?
	Real - 2020	Projetada - 2024					
Carteiras digitais	44,5%	51,7%	Normalmente vinculadas a um cartão ou conta bancária, as carteiras armazenam os dados de pagamento com segurança, que podem ser usados para pagamentos virtuais e presenciais.	PayPal, Alipay, Google Pay, Apple Pay, WeChat Pay, PagSeguro, PayPay, GrabPay	✓	✓	✓
Cartões	39,5%	34,9%	O cartão de crédito dá ao titular a liberdade de comprar e pagar no fim de cada mês ou rolar a dívida e pagar juros. O cartão de débito deduz o pagamento diretamente da conta bancária do titular. Cartões pré-pagos podem ser carregados com uma quantia, que pode ser usada para fazer compras em seguida.	Visa, Mastercard, American Express, JCB, Discover & Diners Club, China Union Pay, NETS, EPS, Elo	✓	✓	✓
Transferência bancária	8,9%	6,3%	Pode ter várias formas, mas todas envolvem a transferência direta de recursos da conta do cliente para a do beneficiário. Alguns exemplos são: débito direto (o titular da conta assina uma ordem que autoriza o beneficiário a retirar os recursos diretamente) e transferência de crédito bancário (o cliente envia os recursos ao beneficiário e o banco os redireciona, o que adiciona mais uma camada de verificação à transação). O “pagamento instantâneo”, cada vez mais popular, é um exemplo de transferência bancária.	Direct Debit, iDEAL, GiroPay, PIX, SEPA, FPS	✓	✓	✓
Pagamento em espécie e similares	4,6%	2,4%	Além do pagamento na entrega, esse método inclui pagamento em terminais (comuns no Japão, América Latina, Índia e Rússia), em que o comprador imprime um cupom ou recebe um número de referência e faz o pagamento em um terminal, loja de conveniência ou banco. Em seguida, o terminal informa ao vendedor que o pagamento foi efetuado.	Konbini, Boleto Bancario, Oxxo, 7-Eleven, Pay-easy, QIWI, iNETS	✗	✗	✗
“Compre agora, pague depois” (BNPL) e outras soluções de pagamento parcelado	2,1%	4,2%	O BNPL vem crescendo bastante em todo o mundo. Muito usado por consumidores jovens, o BNPL e outras soluções de assinatura dão ao comprador a possibilidade de dividir o pagamento em parcelas fixas.	PayPal*, Klarna, Affirm, Afterpay, Addi, Atome, Hoolah, Pace, Paidy, Kueski	✗	✓	✓

Por que ter o mix de pagamentos certo é vital

Um em cada três compradores afirma que abandonaria uma compra se não pudesse pagar como quer.⁶ Imagine perder um terço do seu potencial de venda bem no final do processo de compra.



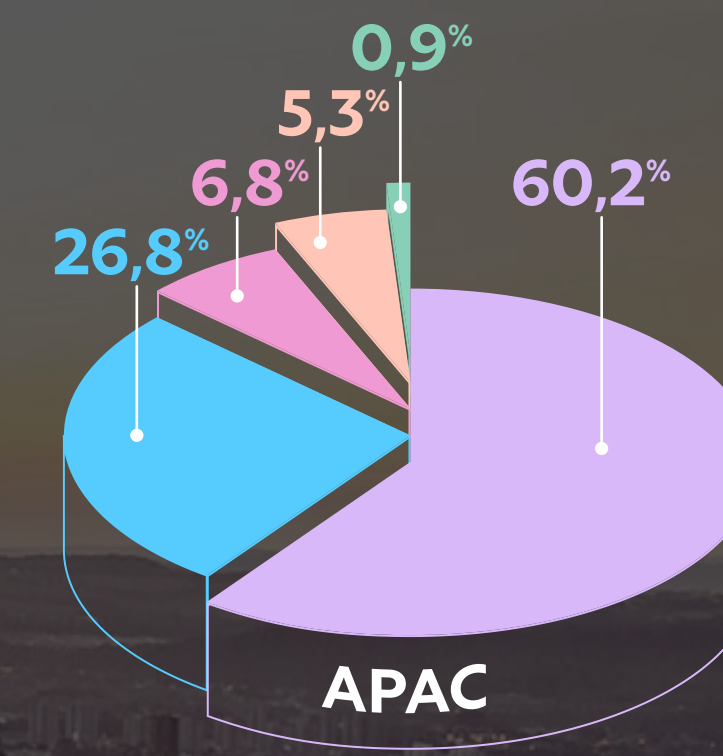
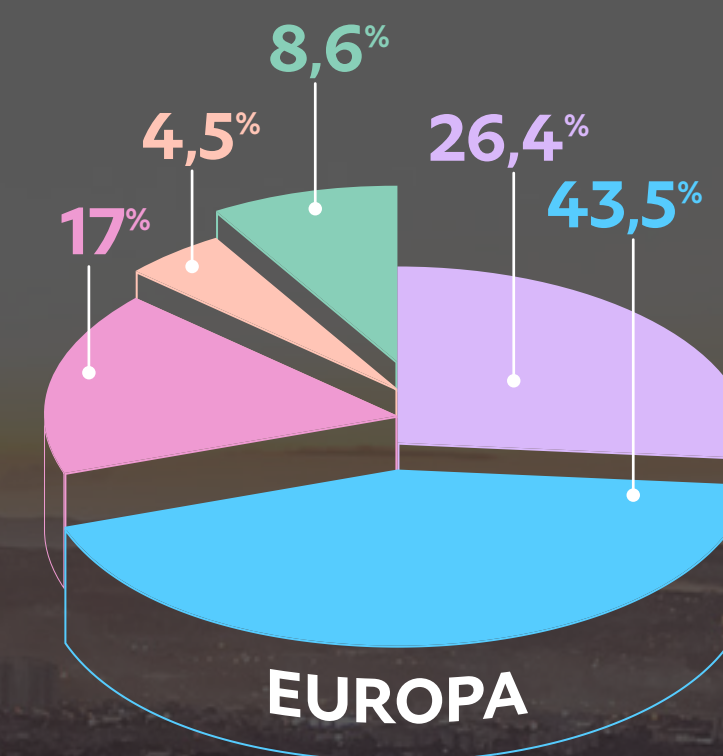
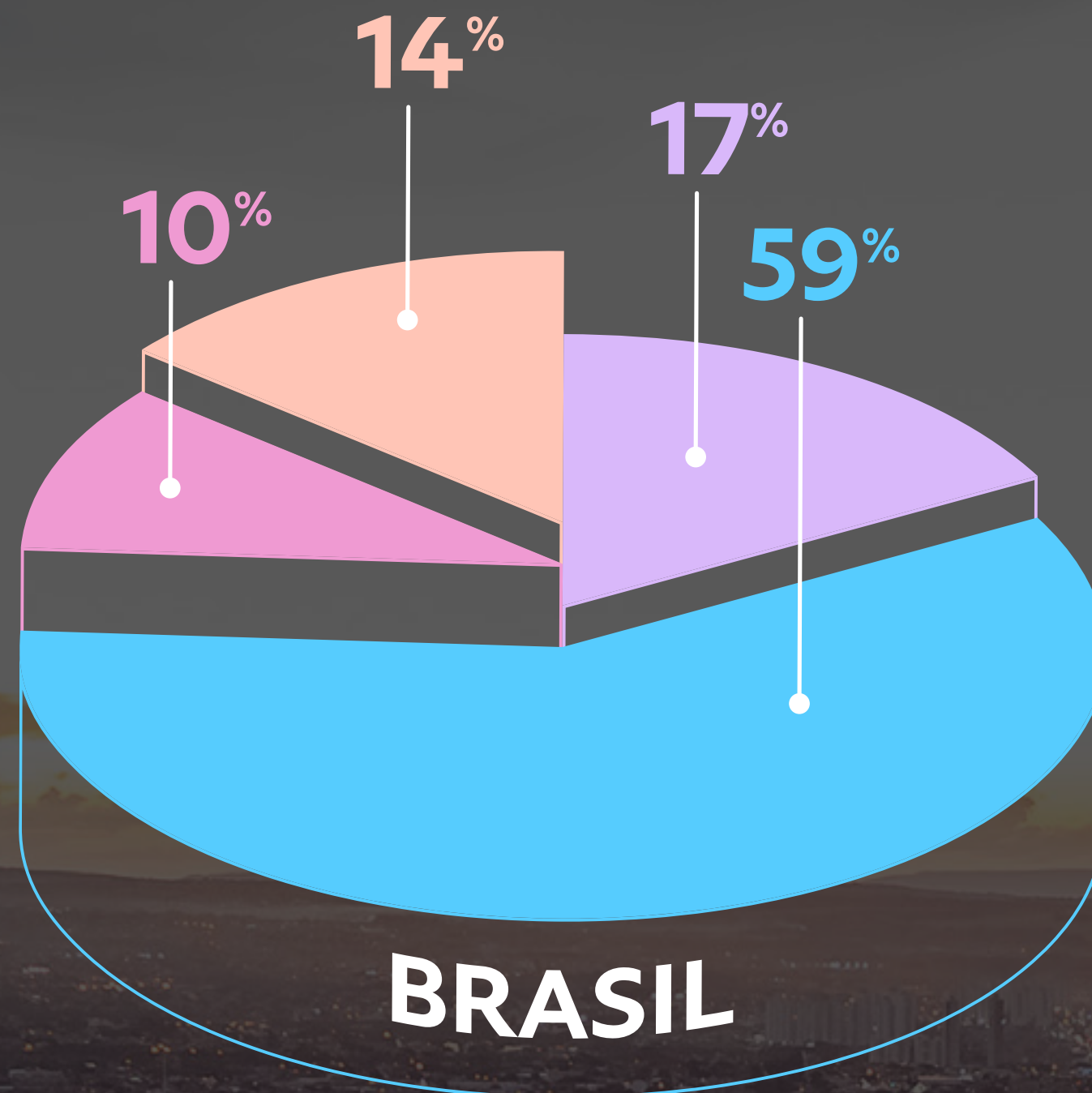
Mas oferecer todas as opções de pagamento existentes também não é viável. Muitas opções acabam confundindo, frustrando e paralisando o cliente.⁷ Oferecer e gerenciar muitas opções de pagamento de diversos provedores traz mais complexidade e custo para a empresa, reduzindo sua eficiência operacional. **Mais da metade (51%) das empresas afirma que a complexidade de gerenciar diversos parceiros e soluções de pagamento é um enorme desafio.**⁸

O mix de pagamentos ideal depende do país, dos aspectos demográficos dos clientes e do tipo de negócio.



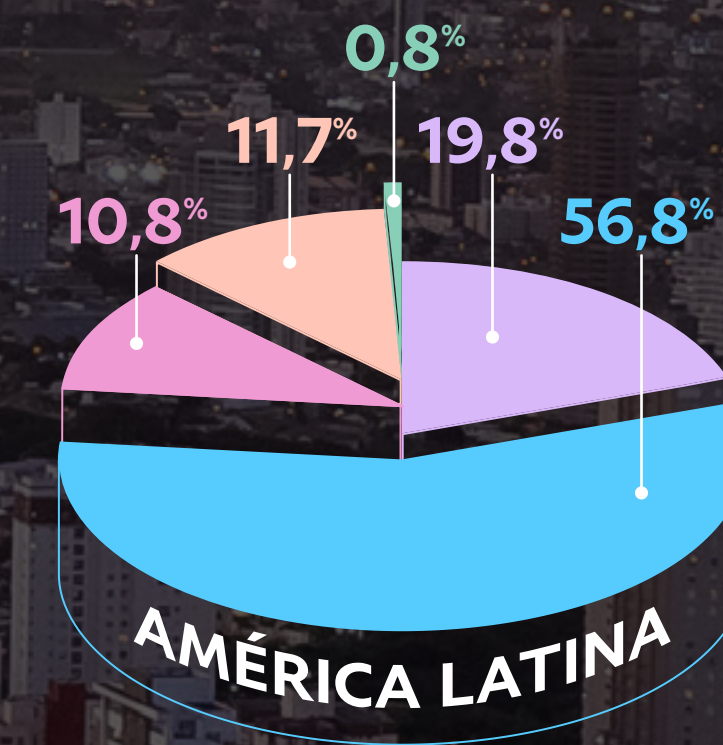
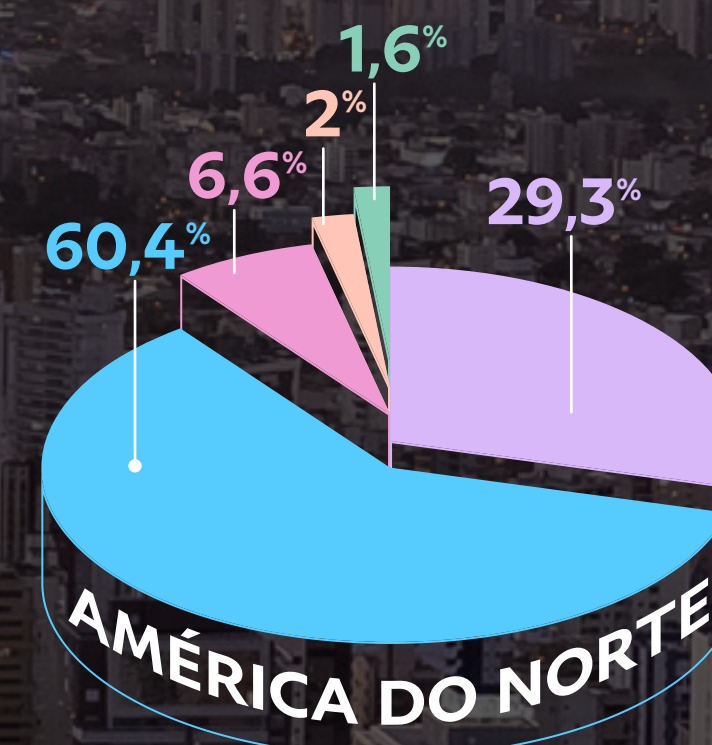
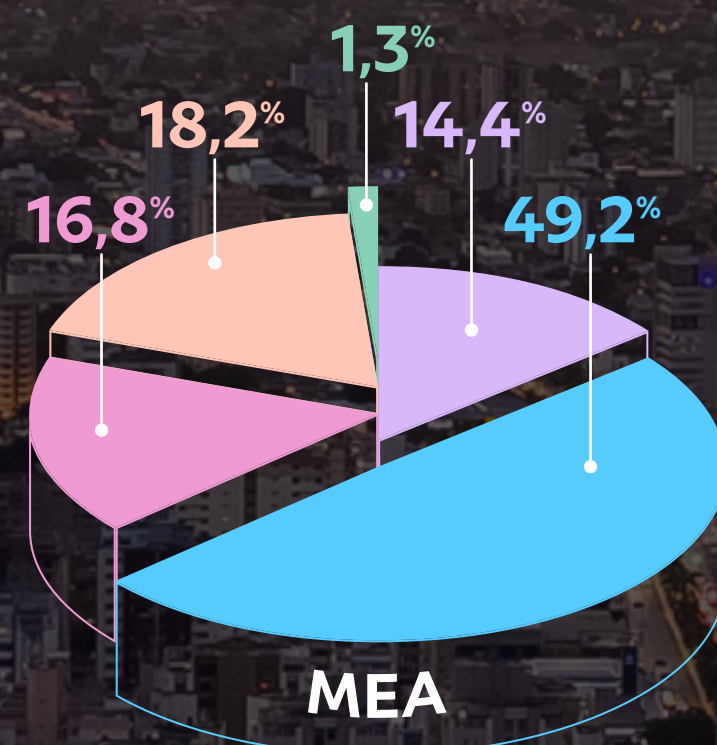
Preferências de pagamento por localidade⁹

Se você vende para diversos países, precisa oferecer as opções preferidas dos consumidores de cada região. E cada uma tem suas particularidades.



FORMAS DE PAGAMENTO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO GLOBAL

- Carteiras digitais
- Cartões
- Transferência bancária e débito direto
- Dinheiro e similares
- Outra



⁹ FIS Worldpay (2021). The 2021 Global Payments Report

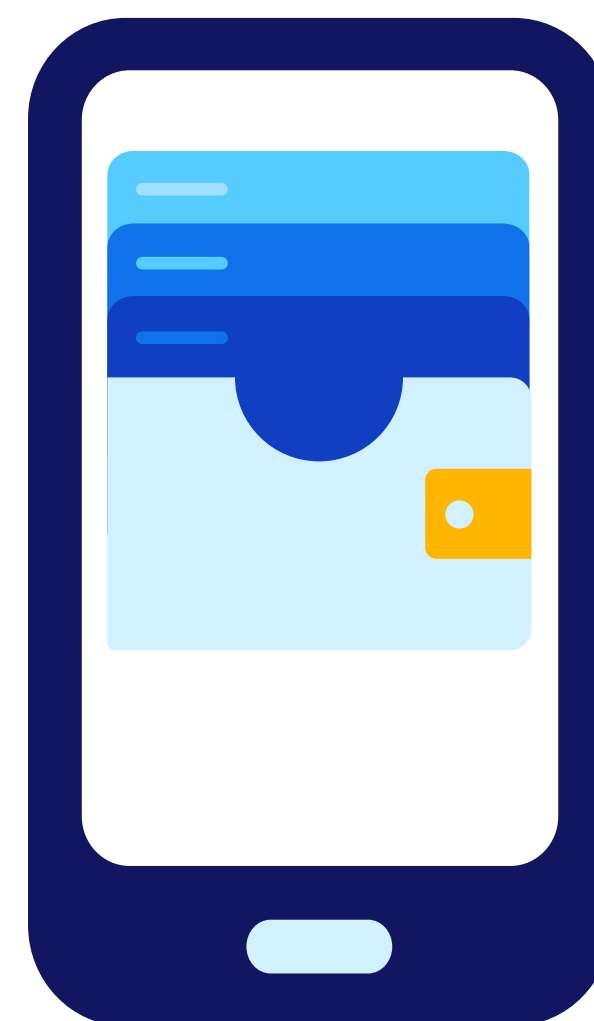


No Brasil, a penetração das carteiras móveis deve chegar a 86,6% da população até 2025, atingindo um volume total transacionado de US\$ 146 bilhões.¹⁷

A carteira digital é a forma de pagamento preferida no mundo para compras virtuais (44,5% do volume de transações do comércio eletrônico¹⁰). Além disso, as projeções indicam que ela deve supere os pagamentos em espécie e cartão nas lojas físicas. Porém, a adoção varia de mais de 60% na região da APAC a meros 14,4% na região da MEA.¹¹

Da mesma forma, o pagamento em espécie entrou em declínio durante a pandemia, mas continua sendo bastante usado, inclusive para compras virtuais em países onde muitas pessoas não têm conta bancária.

O pagamento na entrega está quase extinto na América do Norte, mas ainda representa 16,4% das transações (uma em cada seis) na região da MEA.¹²



Na região,
44,5%
das transações
do comércio
eletrônico são
feitas com
carteiras digitais.¹⁰

Na hora de planejar seu mix de pagamentos, é importante avaliar as mudanças que vem acontecendo em cada mercado para não ficar para trás.

Escolha um provedor que ofereça carteiras digitais e cartões em uma única integração com a sua infraestrutura, como o PayPal. Assim, você ganha eficiência operacional e reduz a burocracia da conformidade regulatória.

Além disso, veja se esse provedor é capaz de fornecer informações globais e locais sobre tendências de pagamento e fraude.

A região da Ásia-Pacífico (APAC) é líder no uso de pagamentos digitais. Atualmente, quase metade (46%) dos consumidores da região prefere usar carteiras digitais¹³, **68% esperam usá-las em 2021/2022¹⁴ e 94% afirmam que pensam em usar pelo menos uma das formas de pagamento emergentes, como código QR, carteira digital, parcelamento, criptomoeda, biometria, entre outras.¹⁵**

A América Latina é um dos mercados móveis que mais crescem no mundo.¹⁶

Preferências de pagamento por faixa de idade

Não é surpresa que as gerações Z e Y (18 a 30 anos de idade) sejam os grupos mais familiarizados com as novas formas de pagamento. Os mais jovens lideram a adoção tanto de carteiras digitais quanto de BNPL.

Em uma pesquisa recente sobre a adoção do BNPL no mundo, a Global Data observou que “a idade é um fator determinante no uso do BNPL, e a maior presença de millenials na economia indica um possível crescimento dessa forma de pagamento”.¹⁸

Diversos estudos constataram que os consumidores mais jovens se sentem muito confortáveis com o BNPL e que 28% das pessoas de 18 a 39 anos são mais propensas a voltar a comprar em um varejista que ofereça essa opção de pagamento.¹⁹

As gerações Z e Y também representam a faixa de idade mais propensa a usar criptomoedas e pagamentos digitais, com 42% preferindo comprar pelo celular.²⁰

Na outra ponta da escala, os idosos (acima de 66 anos), em sua grande maioria, preferem pagamentos por cartão. Na fase adulta, essas pessoas usavam cheque ou dinheiro em espécie e, portanto, são a faixa de idade menos propensa a usar aplicativos no celular, pagamentos P2P ou gerenciar uma conta bancária pela internet.²¹

“A idade é um fator determinante no uso do BNPL, e a maior presença de millenials na economia indica um possível crescimento dessa forma de pagamento.”

Pesquisa recente sobre a adoção do BNPL no mundo, Global Data¹⁸



Preferências de pagamento por setor

Cada forma de pagamento tem suas vantagens e desvantagens dependendo da situação. Normalmente, os consumidores se sentem à vontade para usar vários métodos e escolher o mais indicado para cada ocasião.



Por exemplo, talvez o débito direto seja a melhor opção para pagamentos regulares a um provedor de confiança. Por outro lado, pode ser que as carteiras digitais sejam mais indicadas para transações virtuais pela maior segurança, mas cartão(ou até mesmo dinheiro) pode ser a preferência para pagamentos presenciais.

Entender a interação entre localidade, dados demográficos e tipo de negócio é fundamental para montar o mix de pagamentos ideal para sua empresa.

Nas próximas seções, vamos analisar alguns setores e os tipos de pagamento mais indicados para cada um.





Prioridades de pagamento para empresas de comércio eletrônico

No comércio eletrônico, velocidade e conveniência são elementos essenciais. Quando encontram os produtos que querem, os consumidores esperam ter uma experiência de pagamento simples e não hesitam em abandonar a compra se essa expectativa não for atendida. Lembre-se: um em cada seis compradores abandonou uma compra na hora de pagar porque o processo era muito demorado ou complicado.²²

A carteira digital é a forma de pagamento mais usada no comércio eletrônico, seguida pelo cartão. Portanto, é importante oferecer ambos. Leve aspectos demográficos em consideração. Por exemplo, se você atua no setor de moda rápida e tem uma base de clientes mais jovem, os pagamentos com carteira digital serão cada vez mais importantes. Se você vende bens de luxo para clientes mais maduros, é importante oferecer a opção de pagar com cartões de várias bandeiras.

Preste atenção também nos seus clientes internacionais. **O comércio eletrônico internacional deve movimentar US\$ 2,2 trilhões até 2026, registrando um crescimento anual composto de 17,4%.²³** Se você pretende atuar em países específicos, não deixe de oferecer as formas de pagamentos mais usadas em cada região para dar liberdade e facilidade aos clientes. Por exemplo, nos EUA, pode ser a American Express; no Reino Unido, o Apple Pay; e na Coreia do Sul, o KakaoPay.

Opte por um provedor de pagamentos com alcance mundial, que possa indicar as melhores formas de pagamento para cada país, inclusive o seu. Veja se ele oferece formas de pagamento modernas, como carteira digital, mas sem deixar para trás os métodos tradicionais, como cartão, em uma experiência de pagamento simples e integrada.

Recomendações para uma empresa de comércio eletrônico:
carteira digital, cartão e parcelamento.



O Brasil representa 53,7% desse mercado na América Latina.²⁴ Com uma projeção de crescimento anual de 41% até 2025 para o comércio eletrônico internacional²⁵, as oportunidades no mundo para as empresas brasileiras são enormes.



Prioridades de pagamento para jogos on-line

Velocidade e continuidade são tudo para os gamers. Eles não querem perder tempo ou se distrair com pagamentos complicados.

Por isso, um a cada quatro jogadores on-line prefere o PayPal.²⁶ Por oferecer pagamento de compras no aplicativo, como skins, personagens e DLCs, além de inscrições em torneios na internet, o PayPal é a opção perfeita para qualquer uma das grandes plataformas.

Os jogos on-line têm um público cativo internacional, por isso, sua solução de pagamentos precisa dar o que os consumidores precisam, seja uma carteira digital internacional, como o PayPal e o Apple Pay, cartões de pagamento ou outras formas de pagamento comuns de cada região.

Pense nas características do seu público-alvo e no tipo de pagamento envolvido. Por exemplo, se seu mercado é majoritariamente formado por jogadores muito jovens, procure oferecer formas de pagamento em dinheiro para quem não tem cartão.

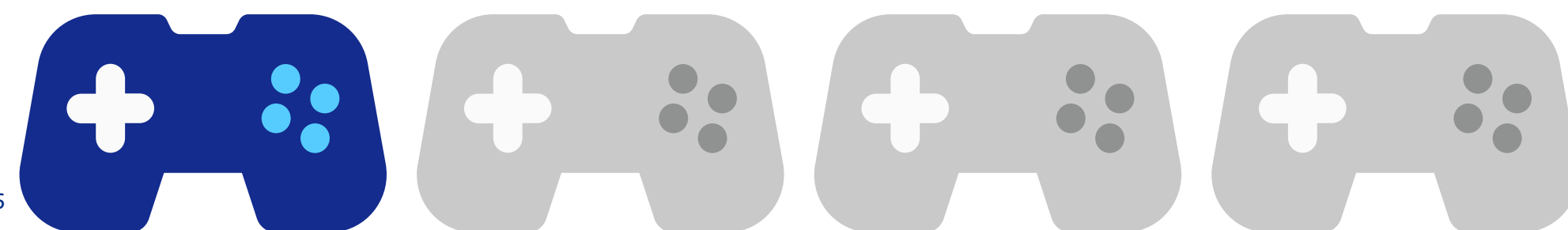
Se seu jogo vende assinaturas, facilite a renovação disponibilizando opções que permitam pagamento recorrente.

Além disso, pense na redução do risco de fraude. Com grandes volumes de transação e a ênfase dos consumidores em velocidade, os jogos sempre são um alvo interessante para os criminosos. Entre as fraudes comuns estão o teste de cartão, a fraude amigável e o phishing ou a invasão de conta. Saiba mais sobre os tipos de fraude de pagamento e como combatê-los.

Para proteger sua empresa, seus clientes e sua reputação, procure um parceiro de pagamentos que ofereça detecção e prevenção avançadas de fraude em tempo real.

Recomendação para empresas de jogos on-line: carteira digital e cartão.

Um em cada quatro gamers on-line prefere o PayPal.²⁶



Prioridades de pagamento para empresas de SaaS e serviços

Se você lida com pagamentos recorrentes, por exemplo, para assinaturas de software mensais, precisa pensar na forma de armazenar e reutilizar os dados de pagamento para que o cliente tenha segurança e, ao mesmo tempo, não precise autorizar cada pagamento. Usando um serviço como o PayPal, que oferece tecnologia de cofre e tokenização, os dados de pagamento dos clientes ficam armazenados em segurança na plataforma e podem ser reutilizados sem uma nova autorização.

Além disso, a tokenização ajuda sua empresa a cumprir as exigências regulatórias.

O mix de pagamentos ideal também pode ajudar na retenção de clientes, um elemento importante para as empresas de SaaS. Empresas com taxas de retenção acima da média crescem quase 50% mais rápido que as demais abaixo da média.²⁷

Uma das maneiras mais simples de impulsionar as taxas de retenção é facilitar os pagamentos recorrentes. Do contato inicial à assinatura regular, a tecnologia de pagamento é mais importante na experiência do cliente para uma empresa de SaaS do que para qualquer outra.

Uma boa solução de pagamento precisa integrar ofertas para não assinantes, além de diversos planos com preços diferentes e renovações automáticas.

É fundamental que as empresas de SaaS em rápida expansão gerenciem os pagamentos recorrentes das assinaturas com eficiência. Portanto, procure a ajuda de uma ferramenta como as [Assinaturas do PayPal](#).

Muitos clientes de SaaS procuram aplicativos para dispositivos móveis. Então, ofereça uma tecnologia de pagamento que funcione bem nesses aparelhos também.

Recomendação para empresas de SaaS e serviços: carteira digital, cartão, transferência bancária (como débito direto).

“Com o PayPal, podemos cobrar o valor recorrente que cada [cliente] deseja pagar, ou seja, o vendedor pode aumentar o orçamento gradualmente à medida que sua empresa cresce. Usamos o PayPal há 8 anos e os testes A/B mostram que **nossas taxas de conversão aumentam 33% quando oferecemos o PayPal como forma de pagamento a clientes em potencial.**”

Yariv Dror, cofundador e CEO da StoreYa.com



As empresas podem crescer **50%** mais rápido com taxas de retenção acima da média.²⁷

Monte o mix de pagamentos ideal para sua empresa

A experiência de pagamento é uma parte imprescindível da experiência do cliente. Se bem-feita, seu índice de fidelidade e suas vendas podem aumentar bastante. Por outro lado, uma experiência de pagamento ruim pode resultar em perda de clientes e menos vendas.

Para encontrar o mix ideal para sua empresa, vale a pena trabalhar com um parceiro de pagamentos de alto nível que possa oferecer escala global e conhecimento local.

O PayPal tem mais de 20 anos de experiência no setor de pagamentos e conta com a confiança de empresas e consumidores mundo afora. Com uma única integração, o PayPal pode dar os recursos de pagamento e as ferramentas de gestão de fraudes certos para você. Com a gente, é mais fácil expandir sua empresa e entrar

em novos mercados nacionais e internacionais. E tudo está disponível para você em um único painel, ajudando a simplificar suas operações.

Nossa rede de mais de 40 milhões de vendedores pelo mundo é a prova de que temos escala, conhecimento, capacidade de processamento e informações baseadas em dados para sermos um propulsor do crescimento, da capacidade competitiva e do sucesso da sua empresa no comércio digital atual.

Com serviços premium e suporte técnico, estamos prontos para trabalhar com nossos maiores clientes corporativos para prever e resolver os problemas que surgirem.

Veja como o PayPal pode ajudar você a escolher, montar e gerenciar o mix de pagamentos ideal para sua empresa.

Saiba mais



Mais de **40 milhões** de vendedores mundo afora usam o PayPal.





Referências:

1. [FIS Worldpay \(2021\), Shopping Trends Every Retailer Needs to Know](#)
2. [Baymard Institute \(2022\), Reasons for Abandonments During Checkout](#)
3. [Business of Fashion / Worldpay \(2020\), Worldpay's Insights on Retail's New Growth Levers](#)
4. [PayPal, Samsonite case study \(2021\), How PayPal Pay in 4 helps Samsonite deliver a stellar customer experience](#)
5. [FIS Worldpay \(2021\), The 2021 Global Payments Report](#)
6. [FIS Worldpay \(2021\), Shopping Trends Every Retailer Needs to Know](#)
7. [Baymard Institute \(2021\), Payment Method UX: How to Design the Payment Selector](#)
8. [FIS Worldpay \(2021\), Global Payment Risk Mitigation](#)
9. [FIS Worldpay \(2021\), The 2021 Global Payments Report](#)
10. [FIS Worldpay \(2021\), The 2021 Global Payments Report](#)
11. [FIS Worldpay \(2021\), The 2021 Global Payments Report](#)
12. [FIS Worldpay \(2021\), The 2021 Global Payments Report](#)
13. [Fintechnews \(2021\), APAC E-Commerce Customers Embrace Digital Wallets and Buy Now, Pay Later](#)
14. [Mastercard \(2021\), Mastercard New Payments Index](#)
15. [Mastercard \(2021\), Mastercard New Payments Index](#)
16. [Capgemini \(2021\), World Payments Report 2021](#)
17. [Boku \(2021\), Mobile Wallets Report 2021](#)
18. [Verdict \(2021\), 40 Buy-Now-Pay-Later companies you need to know about](#)
19. [PayPal \(2021\), Buy Now, Pay Later Has Been Around for a While. Why Is It Exploding Now?](#)
20. [Due.com \(2022\), Different Demographics Prefer Different Payment Options](#)
21. [Due.com \(2022\), Different Demographics Prefer Different Payment Options](#)
22. [Baymard Institute \(2022\), Reasons for Abandonments During Checkout](#)
23. [All The Research \(2021\), Cross-Border E-commerce Market is Expected to Reach US\\$2,248.57 bn by 2026](#)
24. [EBANX \(2021\), Beyond Borders](#)
25. [EBANX \(2021\), Beyond Borders](#)
26. [PayPal \(2021\), Game on with PayPal](#)
27. [SaaS Capital \(2021\), 2021 Private SaaS Company Growth Rate Benchmarks](#)