

nuvei

e-book, consultoria
de pesquisa da IDC

EMPODERANDO NOVOS NEGÓCIOS COM INOVAÇÃO EM PAGAMENTOS

Como as empresas estão usando pagamentos para aprimorar a experiência dos clientes e abrir novos mercados



Resumo executivo

O ano de 2023 marca o fortalecimento da era dos pagamentos conectados, que tem por característica o surgimento de maneiras inovadoras de fazer pagamentos, uma infraestrutura avançada de pagamentos e novos modelos de negócios resultantes do ecossistema de pagamento interconectado.

A pesquisa feita para este InfoBrief exhibe as perspectivas contidas em entrevistas em profundidade com 10 líderes do setor que representam grandes empresas globais e operadores de tecnologia de crescimento rápido no mundo todo. Essas entrevistas examinam as perspectivas sobre a era de pagamentos conectados e como as empresas lidam com desafios em um cenário de pagamentos que está em rápida evolução.

As empresas com visão de futuro reconheceram em 2023 a importância estratégica dos pagamentos, o que as elevou a um patamar fundamental na estratégia comercial geral e nos planos de longo prazo. O pagamento já não é mais visto apenas como uma função transacional, mas como um fundamental acelerador de receitas e uma oportunidade para a redução de custos. Deixar de reconhecer o importante impacto dos pagamentos pode colocar a empresa atrás dos

líderes do setor que adotaram os pagamentos como prioridade estratégica.

Empresas grandes e em rápido crescimento exigem escalabilidade e flexibilidade em seus componentes de pagamentos. Obtém-se isso com o uso de diversos provedores de pagamentos, os quais permitem que as empresas acessem as melhores soluções nas diferentes regiões e segmentos onde operam. Dessa forma, as empresas conseguem concentrar a atenção na coordenação de seus componentes de pagamento para entregar o valor máximo.

O rápido surgimento de novos métodos de pagamento traz oportunidades de capitalização importantes para as empresas. As entrevistas realizadas pela IDC revelam que a ativação de novos canais de pagamento, como os aplicativos BNPL (compre agora, pague depois), pode gerar aumento de receita mensal de até 32%.

A complexidade dos novos tipos de pagamento em todas as regiões e a diversidade de operadores no ecossistema destacam o quanto é importante ter uma visão integrada dos fluxos de pagamentos e da orquestração para sucesso dos fluxos aplicados.

As empresas inovadoras reconhecem que os pagamentos são um elemento crucial na experiência geral do cliente e não apenas uma função isolada. Elas buscam constantemente formas de otimizar as experiências com pagamentos para aprimorar a geração de receita e diminuir perdas decorrentes de taxas e fraudes. Essas empresas exigem parcerias estratégicas e soluções expansíveis, que se adaptem às suas necessidades crescentes e otimizem continuamente os fluxos de pagamento para atingir seus objetivos.

Apesar dos avanços nas tecnologias de pagamento, ainda existem oportunidades significativas para geração de receita e economia de custos no âmbito dos pagamentos. As empresas com cultura progressista podem capitalizar com essas oportunidades e aproveitar da tecnologia para alcançar seus objetivos. As empresas que se mantêm à frente e adotam tecnologias de pagamento inovadoras conseguem liberar novos fluxos de receita e alcançar eficiência operacional, o que, por fim, impulsiona o sucesso geral dos negócios no cenário dinâmico dos pagamentos.

Modelos de pagamento inovadores que impulsionam a transformação

O ecossistema dos pagamentos progrediu rapidamente nos últimos anos, resultando em novos tipos de pagamentos e avanços de infraestrutura. Contudo, os requisitos para a tecnologia de pagamentos também mudaram. Para prosperar na era dos pagamentos conectados, as empresas precisam de recursos flexíveis que favoreçam o crescimento e a utilização de novas oportunidades.

O desenvolvimento da tecnologia de pagamento			
	Era do cartão	Era da Internet	Era dos pagamentos conectados
Período	Décadas de 1970 a 2000	Décadas de 2000 a 2020	De 2020 em diante
Criado para	Cartões de crédito e débito	Digital wallets, pagamentos on-line	Pagamentos em tempo real, BNPL, pagamentos integrados, CBDC, criptomoeda
Missão	Criado para processar cartões físicos nacional e internacionalmente	Criado para processar pagamentos on-line globalmente	Criado para impulsionar a conectividade de pagamento em plataformas globais
Capacidade de integração	Recurso integrativo limitado: canais separados e infraestruturas de redes e servidores usados para diferentes pagamentos	Capacidade integrativa em plataforma única para diversos pagamentos globais	Integração fluida na plataforma, independente de canal e marcas
Capacidade de coordenação	Execução manual	Geralmente realizada com aplicativos adicionais e alguma carga de trabalho manual	Recursos de coordenação automatizada e integrada
Método de implantação	Servidores locais	Servidores locais, nuvem privada	Nuvem privada e pública
Escalabilidade nativa	Limitado	Escalabilidade flexível	Escalabilidade dinâmica
	<p>A primeira geração de tecnologia de pagamentos visava o processamento de transações com cartão de crédito e priorizava conexões robustas entre locais físicos.</p> <p>No entanto, a abordagem centrada em hardware dessa geração limitou os recursos de integração, a coordenação e a escalabilidade.</p>	<p>O surgimento do eCommerce impulsionou a criação da era da Internet nos pagamentos. Isso levou à crescente variedade de tipos de pagamentos, como digital wallets, além de possibilitar a integração rápida de diversas opções de pagamento em uma plataforma unificada.</p> <p>Além disso, facilitou a integração contínua com os sistemas existentes, garantindo uma experiência de pagamento simplificada e abrangente.</p>	<p>As mais recentes inovações de pagamentos atendem a pagamentos nativos digitalmente em uma nova infraestrutura, inclusive pagamentos em tempo real, BNPL e serviços financeiros integrados. Essa nova era enfatiza a necessidade de plataformas flexíveis e escaláveis que permitam recursos de pagamentos como serviço (PaaS) para crescer.</p> <p>Essas plataformas integram com perfeição os canais de pagamentos e outras plataformas de pagamento, promovendo uma coordenação tranquila por meio de uma conexão única.</p>

Sobre a inovação de pagamentos: perspectiva regional e tendências globais

O cenário dos pagamentos, em muitas regiões e mercados, é caracterizado pela diversidade. Essa diversidade pode ser observada em ambientes normativos, nas preferências do consumidor e nas tendências de pagamentos. As empresas precisam compreender esses fatores para prosperar e atender às expectativas dos clientes quanto a serviços digitais excelentes. Embora cada região tenha uma dinâmica exclusiva, as tendências de pagamento globais influenciam os mercados locais. Essas tendências afetam diretamente a rápida adoção de novos métodos de pagamento digital, como BNPL, digital wallets e pagamentos em tempo real. Coletivamente, essas tendências sinalizam uma mudança global no cenário de pagamentos.

Américas	Europa	Ásia-Pacífico
<ul style="list-style-type: none">• Crescimento de pagamentos tipo cartão/closed-loop: As empresas estão procurando otimizar o custo de pagamentos, o que leva ao surgimento de diversas plataformas de pagamento novas e de marca própria.• Modernização de plataformas de emissão e processamento: as plataformas de pagamento baseadas em nuvem oferecem diversos recursos novos, como módulos de PaaS.• BNPL conduzido pelo emissor: Visa, Mastercard e Amex oferecem seus componentes e soluções de BNPL as empresas e bancos.• Pagamentos em tempo real do FedNow e alterações na Automated Clearing House (ACH): a partir de julho de 2023, o FedNow permitirá pagamentos em tempo real a bancos nos EUA.• Crescimento de pagamentos em tempo real: na América Latina, países como o Brasil registram um aumento nos volumes de transações devido à adoção em massa do sistema Pix, o método de pagamento local em tempo real.	<ul style="list-style-type: none">• Pagamentos instantâneos cross-border na UE: o esquema da área única de pagamentos em Euro (SEPA) traz os pagamentos cross-border em tempo real para o Espaço Comum Europeu (EEE).• Nova arquitetura de pagamento no Reino Unido: a Nova arquitetura de pagamento (NPA) do Reino Unido adiciona camadas adicionais aos pagamentos em tempo real, permitindo novas funcionalidades como: Solicitação para pagar e pagamentos B2B, que favorecem ainda mais os casos de uso de pagamentos em tempo real.• Revolução do sistema open banking: a partir de inovações que surgem da estrutura existente, sua adoção continua a crescer, aumentando assim o uso entre novos usuários.• Moeda digital do banco central (CBDC), o Euro digital: a UE e os países nórdicos planejam lançar as CBDCs logo após a conclusão de testes.	<ul style="list-style-type: none">• Nova plataforma de pagamentos da Austrália: a Nova plataforma de pagamentos (NPP) da Austrália trouxe os pagamentos em tempo real a todos os bancos e continuará a desenvolver novos aplicativos e casos de uso para os segmentos de B2C e B2B.• Surgimento de pagamentos em tempo real: países como Tailândia e Índia presenciaram volumes significativos de pagamentos em tempo real, o que contribuiu com o aumento de inovações e com a transformação do cenário de pagamentos na Ásia.• Crescimento do BNPL: em algumas regiões com baixos índices de penetração do cartão de crédito, o BNPL aparece como uma solução ideal para pagamentos digitais e apresentou rápido crescimento na região da Ásia.• Lançamentos de CBDC: como a China está sendo a primeira a lançar CBDC de varejo globalmente, outros mercados, como Índia e Indonésia, também pretendem adotar suas próprias moedas digitais.

Perspectivas globais: adaptação a um cenário de pagamentos em transformação

Os 10 principais tomadores de decisões de oito mercados fornecem uma perspectiva internacional única.

A IDC realizou entrevistas com dez líderes mundiais experientes em pagamentos para:

- Gerar insights sobre alterações recentes no cenário dos pagamentos
- Explorar a importância dos pagamentos para suas empresas
- Estabelecer a abordagem estratégica de suas empresas para adaptação a essas alterações

A IDC analisou os planos de transformação digital e explorou oportunidades para otimizar pagamentos em suas operações comerciais. Entre os entrevistados havia líderes de diversas empresas globais de tecnologia em rápido crescimento, proporcionando uma perspectiva abrangente sobre como líderes de mercados estabelecidos e novos aproveitam os pagamentos para aprimorar a competitividade na nova era do eCommerce.



Como aproveitar o poder dos pagamentos para crescimento da empresa

Como os pagamentos afetam a receita e os custos ao entrar em novos mercados?

A pandemia acelerou a digitalização e impulsionou significativamente os pagamentos on-line e sem contato físico.

Foi um catalisador da mudança nos hábitos de compras dos consumidores. As entrevistas com os líderes de pagamentos revelaram que a migração do **cliente de POS para as compras on-line levou as empresas a otimizarem suas estratégias de vendas on-line para se alinharem com as preferências do cliente.**

Como a melhoria nos pagamentos eleva a experiência geral do cliente?

As entrevistas revelaram percepções significativas sobre a importância dos pagamentos para as empresas.

Muitas empresas agora consideram que a otimização de pagamentos é essencial para uma experiência positiva do cliente. Ao **otimizar os pagamentos, as empresas podem manter os clientes envolvidos, permitir compras tranquilas e aumentar a receita.** Essa mudança destaca os esforços contínuos que as empresas podem empreender para melhorar ainda mais a experiência de pagamento.

Como o cenário varejista pós-pandemia foi alterado?

De acordo com os entrevistados, a expectativa é que a situação econômica em 2023 apresente pressões adicionais sobre a competição, os custos e as receitas.

Os pagamentos desempenham um papel fundamental nessas áreas, uma vez que têm um impacto direto. Ao implementar a orquestração de pagamentos, as empresas podem aumentar a receita e reduzir os custos, além de oferecer os métodos de pagamentos preferidos dos consumidores. Além disso, os pagamentos podem ser fundamentais no acesso a novos mercados e na geração de novos fluxos de receita. Oferecer opções de pagamento personalizadas que atendem às necessidades locais pode ser o diferenciador exclusivo entre as marcas concorrentes.

Percepção do potencial dos pagamentos: como impactar estratégias de geração de receita e crescimento

Os pagamentos têm uma função crucial como principal pilar da estratégia comercial

“A importância dos pagamentos aumentou muito e bastante rápido. Agora, é um pilar do nosso plano estratégico de longo prazo.” — Uma rede de fast food no Brasil que é líder global

“Os pagamentos são a nossa base; um recurso fundamental que as empresas devem ter, e devemos ser excelentes nisso.” — Um líder global de uma marca de vestuário esportivo na Alemanha

“Desde o primeiro dia, os pagamentos têm sido um fator estratégico; se removermos um método de pagamento popular, pode ocorrer uma queda de até 30% em um mês.” — Alex Tay, ZeusX, um pioneiro no mercado global de marketplace de jogos

Os pagamentos têm um grande efeito sobre a receita e podem influenciar a elaboração das estratégias para empresas on-line. Dessa forma, os pagamentos não devem ser considerados como uma mercadoria, mas como um ativo vital voltado ao cliente, que requer otimização constante para ter resultados impactantes.

A excelência nos pagamentos se tornou a nova referência para as empresas

“Os pagamentos não são transações; são uma experiência e um facilitador; os clientes agora têm a escolha e temos que proporcioná-la.” — Uma das maiores empresas globais de telecomunicações na Nova Zelândia

“É uma necessidade absoluta [ter] excelência técnica para atender às expectativas do cliente [nos pagamentos].” — Um líder global de uma marca de vestuário esportivo na Alemanha

Ao tratar os pagamentos como algo secundário, baseado apenas em preços, as empresas ficam em desvantagem significativa em relação aos líderes do setor, que estabelecem padrões altos para a experiência de pagamento de seus clientes.

As empresas estão se concentrando cada vez mais em oferecer um desempenho excepcional em todos os aspectos dos pagamentos: desde os tempos de processamento à oferta de uma ampla variedade de métodos de pagamento. Esse alto padrão de excelência nos pagamentos é uma parte integral da experiência geral do cliente e funciona como uma referência que todas as empresas devem procurar alcançar.

Os pagamentos podem gerar novos mercados e receitas, além de reduzir custos

“A introdução de BNPL aumentou as vendas em 32% durante o período de férias.” — Uma das maiores empresas globais de telecomunicações na Nova Zelândia

“É importante devido à receita que podemos obter ao usar os métodos de pagamentos preferidos. Eles também podem reduzir custos e assumir um papel importante na centralização do cliente e dos dados.” — Uma rede de fast food no Brasil que é líder global

As opções de pagamentos oferecidas podem representar uma diferença significativa entre o sucesso e o fracasso. Isso fica particularmente evidente em mercados com baixo uso de cartão, onde os métodos locais de pagamentos, como digital wallet, são cruciais para os negócios.

A introdução de novos métodos de pagamento também afeta direta e significativamente a receita. A infinidade de opções disponíveis às empresas mostra que com as ferramentas, insights e tecnologias corretas, os pagamentos podem ser um verdadeiro catalisador para o crescimento.

Escalada para o sucesso: por que as grandes empresas exigem infraestruturas robustas de pagamentos

O modelo de fluxo de vários fornecedores é o padrão para grandes operações internacionais

“A liderança decidiu que o objetivo é ter o máximo de métodos de pagamento possível, trazer tudo que o cliente quer usar; e queremos fazer com que o cliente use os melhores pagamentos possíveis.” — Uma rede de fast food no Brasil que é líder global

Conforme as empresas expandem suas operações on-line para atender aos clientes, aumentam as linhas de seus produtos. Ao entrar em novos mercados, as demandas de pagamento também aumentam proporcionalmente. As empresas podem investir mais em seu fluxo de pagamento e adicionar novos parceiros para atender a novos canais e mercados internacionais a fim de otimizar os custos e a experiência do cliente.

Entre as 10 empresas entrevistadas pela IDC, **seis tinham mais de cinco provedores de pagamento disponíveis**, sendo que **três tinham mais de 10 provedores de pagamento**. A decisão de usar diversos parceiros geralmente provém do apoio ideal a vários métodos de pagamento.

É fundamental para a otimização dos pagamentos ter um fluxo de pagamentos resiliente, escalável e econômica

“Escolhemos uma estratégia de diversos adquirentes para melhor atender [aos requisitos], melhorar as taxas de sucesso e os custos de transações.” — Alexander Zhelonkin, da Gett, a principal empresa de compartilhamento de viagens em Israel

A importância da escalabilidade e da flexibilidade nos pagamentos foi enfatizada durante as entrevistas, principalmente por empresas cujos produtos passam por picos de demanda repentinos, como vestuário de edição limitada. Observou-se que esses picos podiam sobrecarregar os processadores de pagamento, resultando em falhas na conexão on-line e em perdas de receita substanciais devido a pedidos não realizados.

Assim, ao encontrar modos de automatizar e simplificar o trabalho do pagamento manual, as empresas podem se beneficiar bastante quando encaram desafios semelhantes.

A evolução e o redimensionamento contínuos dos fluxos de pagamento são essenciais na resposta às necessidades mutáveis do mercado

“A excelência nos pagamentos é o objetivo geral, pois melhora a experiência e a detecção de fraudes.” — Uma das maiores empresas globais de telecomunicações na Nova Zelândia

“Estamos usando AI e IoT nas operações de análise dos pagamentos; com essa prática, podemos segmentar os clientes por idade/grupo e melhorar nossa abordagem de vendas. A AI é usada para modificar e desenvolver custos para cada pagamento, o que nos permite desenvolver uma estratégia.” — Uma das maiores empresas globais de telecomunicações na Nova Zelândia

A otimização e as atualizações trazem também oportunidades de implementar novas tecnologias nos fluxos de trabalho. Tecnologias como AI e IoT podem impulsionar ainda mais as melhorias.

Devido ao crescimento da força de trabalho e à crescente complexidade das operações de pagamentos, as empresas terão que explorar modos de otimizar ainda mais seus próprios fluxos tecnológicos. Essa otimização é fundamental para a melhoria dos custos internos e para aprimorar a experiência do cliente, o que garante competitividade nos respectivos setores.

Libertando novas oportunidades: como as mudanças nas tendências de pagamentos estão capacitando as empresas

BNPL e pagamentos digitais estão aumentando rapidamente

“O BNPL responde por 30% das vendas totais.”

— Um varejista líder em eCommerce na Itália

“Os cartões de crédito, como percentual do total de vendas, diminuirão.”

— Alex Tay, da ZeusX, pioneiro no mercado global de marketplace de jogos em Singapura

Surgiram várias empresas novas, com vários modelos de negócios e opções de pagamento parcelados e a prazo, contribuindo com o rápido crescimento global do BNPL.

Além do BNPL, outros métodos de pagamento que tiveram crescimento significativo são as digital wallets, como o Pix no Brasil, e as *localized wallets*, usadas nos mercados do sudeste da Ásia, como na Indonésia e na Tailândia. Os sistemas de pagamento bancário em tempo real, como o UPI (Unified Payments Interface) na Índia, também cresceram muito. Isso mostra como os cenários de pagamentos estão em evolução na medida em que métodos mais recentes ganham notoriedade.

Essas tendências indicam a natureza dinâmica do setor de pagamentos. As empresas devem permanecer atualizadas quanto a mudanças nas preferências e comportamentos dos consumidores e devem adaptar seu fluxo de pagamentos de acordo, para permanecerem competitivos no cenário dinâmico dos pagamentos.

A abertura de novos canais de pagamento leva a aumento significativo nas receitas

“Estamos prevendo um aumento de 6% a 8% na receita a partir da implementação de novos canais de pagamento.”

— Um líder global de uma marca de vestuário esportivo na Alemanha

Para empresas que operam em mercados onde os cartões de crédito não são amplamente usados, a oferta de métodos de pagamento locais, como as digital wallets e os métodos de transferência bancária que usam QR Codes (por exemplo, PayID na Austrália), é crucial para acessar os mercados e garantir opções de pagamentos aos clientes. A pesquisa da IDC destacou a importância em obter parceiros de pagamento que ofereçam essas opções. Não fazer isso resultará em perda de receitas e de clientes, que escolhem mudar para os concorrentes que oferecem essas opções de pagamento.

Isso enfatiza a importância de evoluir constantemente e otimizar os fluxos de pagamentos para que incluam novos canais de pagamentos que se alinhem com as necessidades do mercado e as preferências do cliente. A oferta de diversas opções de pagamento pode aumentar a receita e melhorar a experiência do cliente, a fidelidade e a retenção, e pode, por fim, contribuir com a competitividade das empresas no setor.

As apostas do futuro devem considerar mais BNPL, criptomoeda e mídias sociais

As rápidas mudanças no cenário dos pagamentos nos últimos anos devem continuar, com o surgimento de novos tipos de pagamento que estão ganhando mercado. Incluem-se variações do BNPL e pagamentos parcelados, pagamentos em tempo real, CBDCs e criptomoedas.

Os entrevistados no estudo identificaram o BNPL e os pagamentos com criptomoeda como os tipos de pagamento que monitorariam de perto no futuro quanto a possíveis mudanças na demanda do consumidor.

Por exemplo, uma rede global de fast food que é líder no mercado do Brasil e da América Latina implementou assistência a pagamento por meio dos canais de mídia social, como o Facebook, porque pesquisas indicaram que havia consumidores que desejavam essas opções de pagamento.

Conforme os novos métodos de pagamento continuam a evoluir globalmente, as empresas terão que estar preparadas para adaptar-se e para garantir que seus fluxos de pagamentos sejam flexíveis o suficiente para atender a essas mudanças e que permaneçam competitivos no cenário de pagamentos em constante evolução.

Sobre a complexidade dos pagamentos: como os dados e a orquestração impulsionam o sucesso

Os dados de pagamentos estão se tornando um diferencial para otimizar totalmente as operações

“Vamos ter que trabalhar por uma maior visibilidade nos custos e desempenho dos pagamentos. O custo é muito importante para nós; monitoramos esses dados diariamente.”

— Uma empresa de compartilhamento de viagens líder no mercado da Índia

“Planejamos aproveitar os dados para obter visibilidade dos custos de pagamento e incorporar planejamento financeiro em nossas análises.”— Um hipermercado e varejista de alimentos no México que é líder global

A importância da visibilidade clara dos dados de operações de pagamento foi observada como um tema comum, principalmente aqueles relacionados a custos na atualização do fluxo de pagamentos.

O custo dos pagamentos apareceu como uma medida de interesse proeminente no setor.

Por exemplo, um entrevistado mencionou que implementou infraestruturas de IA e IoT para otimizar o processamento do fluxo de pagamentos. Eles usaram dados – em camadas e de maneira granular – para extrair maior valor e eficiência de seus investimentos em pagamentos.

A complexidade criou a necessidade de orquestração

“A centralização será o principal objetivo; precisamos reduzir a complexidade em todas as nossas operações para reduzir os custos. E temos que obter entrega excelente e capacidade de integração desses parceiros.”

— Uma rede de fast food no Brasil que é líder global

Algumas empresas usam até 20 provedores diferentes em seus fluxos de pagamento. A isso soma-se lidar e cumprir os diversos requisitos normativos em cada mercado, com ênfase na complexidade das operações de pagamento. Consequentemente, tornou-se cada vez mais importante que as empresas escalem seus pagamentos, simplifiquem operações e otimizem fluxos de pagamento com rapidez.

A centralização da gestão de pagamentos pode impactar diretamente as operações internas e melhorar a experiência do cliente. Assim, as empresas estão criando seus **próprios mecanismos de pagamento para obter ainda mais visibilidade dos fluxos e coordená-los melhor.**

Os esforços para detecção de fraude estão em posição de destaque entre as prioridades e necessidades futuras

O equilíbrio entre a facilidade da transação e as taxas de fraudes nos pagamentos tem sido, tradicionalmente, uma escala móvel singular, onde as empresas têm definido suas preferências para ter uma taxa de fraude aceitável. No entanto, as técnicas preexistentes que dependem de regras estão se tornando menos relevantes em face às técnicas de fraudes cada vez mais sofisticadas.

Os comerciantes mudaram o enfoque e passaram de mecanismos baseados em regras para as novas tecnologias, como IA e aprendizado de máquina (*machine learning*), em suas atividades para detecção de fraude. Essas tecnologias avançadas permitem transações mais confiáveis e evitam tentativas de fraude, melhorando a proporção geral.

A frequência de novos métodos de ataque que estão sendo desenvolvidos por infratores obriga as empresas a otimizarem constantemente suas atividades para detecção e prevenção de fraude e para diminuir o transtorno na experiência do cliente. Um entrevistado observou que queria **criar a integração do protocolo 3D Secure (3DS) diretamente no aplicativo móvel.** A realização da verificação sem redirecionamentos a sites externos auxilia demais a fluidez tranquila do pagamento e permite que mais dados sejam coletados para atividades futuras.

Pagamentos focados no cliente: a chave para o sucesso em uma era de experiência

A mudança na forma de enxergar o sucesso em pagamentos como parte do sucesso de CX destaca a crescente importância do assunto

“A primeira referência é o foco no cliente, a segunda é reduzir atrito nas transações e a terceira é processamento rápido.” — Uma rede de fast food no Brasil que é líder global

O sucesso do pagamento tradicionalmente tem sido medido com o uso de métricas isoladas, como autorização, conversão e taxas de erro. Essas medidas foram isoladas de outras partes da experiência de compra. No entanto, essas métricas continuam com um papel crucial na determinação da eficiência dos pagamentos.

A pesquisa da IDC revelou uma nova perspectiva das empresas que consideram o sucesso dos pagamentos como parte integral da experiência geral do cliente.

Isso se soma à importância de **posicionar os pagamentos como um facilitador de negócios e medir seu sucesso com base nesses termos.**

Ao mudar o foco dos pagamentos dentro da perspectiva da centralização e da experiência do cliente, as empresas podem se beneficiar muito se compreenderem o impacto dos pagamentos em todo o processo de compra, em vez de considerá-lo isoladamente. Isso abre espaço para desenvolver novas estratégias e táticas para otimizar a jornada.

Otimize a experiência de pagamento para alcançar objetivos de CX

A pesquisa da IDC destaca os elementos de pagamento mais importantes, sendo que cada um é crucial para a melhoria da experiência do cliente.



O primeiro elemento é a opcionalidade, que oferece aos clientes seus métodos de pagamento preferidos. Além disso, a pesquisa mostra que algumas empresas estão explorando a capacidade de mudar os métodos de pagamento durante estágios posteriores do processo de compras, como na fase de finalização no modelo de serviço compra com um clic, introduzindo novas dimensões ao conceito de opcionalidade.



O segundo elemento é a fluidez, que engloba velocidade de check-out, personalização, experiência do usuário (UX) e outros recursos inovadores que promovem transações suaves e descomplicadas. A estabilidade da plataforma e a velocidade de processamento normalmente são usadas para medir a fluidez.



O terceiro elemento é a segurança, onde medidas tradicionais, como taxas de autorização, são importantes. Entretanto, iniciativas como 3DS têm a segurança significativamente aprimorada, o que garante melhor proteção da transação.



O quarto elemento é a clareza no preço ao longo de todo o processo. A transparência e a ausência de mudança ou a existência de preços claros são vitais para instigar a confiança do consumidor. Pode-se medir isso por meio das taxas de abandono, já que a falta de clareza do preço geralmente leva à falta de confiança e possível desistência do cliente.

Ao otimizar esses elementos principais, as empresas podem criar uma experiência do cliente caracterizada pelas opções de pagamento preferidas, transações fluidas, segurança aprimorada e preços transparentes que, em última análise, contribuem com o sucesso geral de seus objetivos de CX.

Receita e custo definem sucesso nos pagamentos

As empresas usam diversas medidas para definir o sucesso dos pagamentos, inclusive geração de receita e custo por pagamento, que são cruciais para os negócios.

Uma plataforma de orquestração tem papel significativo na obtenção de visibilidade aprofundada do custo associado a cada pagamento.

Além disso, outra medida importante é a receita gerada por métodos de pagamento adicionado. Isso é importante, especialmente para as empresas que estão entrando em novos mercados, pois permite analisar rapidamente o desempenho de novos métodos na geração de receita para seus negócios.

Dada a infinidade de métodos de pagamento disponíveis, é muito importante que as empresas trabalhem com parceiros que possam habilitar transações por meio desses métodos e que lhes forneçam as métricas de dados necessárias para otimizar com eficácia o mix de pagamentos.



Colaboração estratégica: parcerias para experiência de pagamento aprimorada

Os parceiros de pagamento são necessários para auxiliar as empresas no crescimento

A pesquisa da IDC mostra que o apoio dos **parceiros de pagamento e a dinâmica de consultoria que oferecem podem resultar em relações produtivas e saudáveis.**

As parcerias de trabalho bem-sucedidas são caracterizadas pela oferta de soluções que **usam conhecimento técnico, fornecem compartilhamento de práticas recomendadas e que sejam dinâmicas na adaptação da mudança de requisitos.** Embora os custos sejam sempre importantes, os parceiros de pagamento que sabem como reduzir custos por meio de roteamento e orquestração eficientes do pagamento beneficiarão significativamente a empresa.

Escalabilidade, estabilidade e flexibilidade são fatores cruciais para dar apoio às iniciativas de pagamento

“Estamos escalando nossos recursos on-line e precisamos que nossos parceiros também escalem de modo correspondente. A escalabilidade massiva é necessária durante períodos de vendas e eventos.” — Um líder global de uma marca de vestuário esportivo da Alemanha

Ter parceiros de pagamento que podem atender às necessidades de escalabilidade das empresas e garantir operações contínuas mesmo durante períodos de pico é ainda mais significativo, pois podem auxiliá-los a expandirem de modo dinâmico para atender à demanda.

A capacidade de conciliação também é um fator importante na seleção de parceiros de pagamento. Ser capaz de conectar dados de pagamento de diversas fontes diretamente na plataforma e economizar tempo de conciliação manual também foi considerado um recurso vital.

Outra área crítica é a **flexibilidade para implementar e apoiar os sistemas existentes e integrar-se de maneira contínua com uma integração única.** Com a complexidade dos pagamentos surgindo como um tema importante na pesquisa, fornecer uma solução flexível e personalizável que possa funcionar com integrações complexas será muito valioso para colocar recursos on-line de maneira otimizada.

Os parceiros de pagamento devem evoluir conforme as mudanças nas empresas e pagamentos

Os fluxos de pagamento evoluíram por meio de várias iterações, que incorporam atualizações e mudanças. A capacidade de entregar um road map dos avanços e recursos é uma característica crucial dos melhores parceiros de pagamento.

Os entrevistados identificaram diversos fatores essenciais que buscariam em parcerias futuras, inclusive melhorias na segurança, aprimoramento no apoio a pagamentos, estabilidade, disponibilidade e atualizações normativas.

O conselho é que as empresas busquem parceiros de pagamento que demonstrem uma abordagem com visão no futuro das tendências de pagamentos e que estejam preparados para o futuro em seu desenvolvimento.

Pagamentos como uma alavanca estratégica: liberando oportunidades inexploradas

Os entrevistados revelaram as perspectivas das empresas sobre o aproveitamento dos pagamentos como uma oportunidade de criar valor no futuro.

1

Otimizar pagamentos digitais para aumentar as receitas da empresa e reduzir o custo por transação, por meio de uma combinação otimizada de pagamentos e opções de adquirentes, direcionando os clientes a combinações ideais de pagamento e economizando nos custos.

“Precisamos trabalhar mais com nossos parceiros para reduzir os custos das transações.”

— Uma rede de fast food no Brasil que é líder global

2

Otimizar ainda mais as opções de pagamento para adequação às necessidades do cliente de diferentes mercados por meio de hiperlocalização.

“Para cada mercado, precisamos analisar as tendências em cada região e fazer mais para atendê-las com métodos de pagamento relevantes; ao usar dados, pretendemos oferecer hiperlocalização.”

— Um líder global de uma marca de vestuário esportivo da Alemanha

3

Inovar com produtos de pagamento de marca própria por meio de ofertas de pagamentos como serviço, permitindo que as empresas controlem a experiência de pagamento e reduzam custos.

“Existe uma oportunidade em nosso produto de pagamentos (de marca própria) se abriremos a carteira para uso por outros fornecedores.”

— Um líder global de uma marca de vestuário esportivo da Alemanha

“[Temos que] ver como podemos integrar o programa de fidelidade existente aos pagamentos.”

— Uma rede de fast food no Brasil que é líder global

O manual de sucesso dos pagamentos

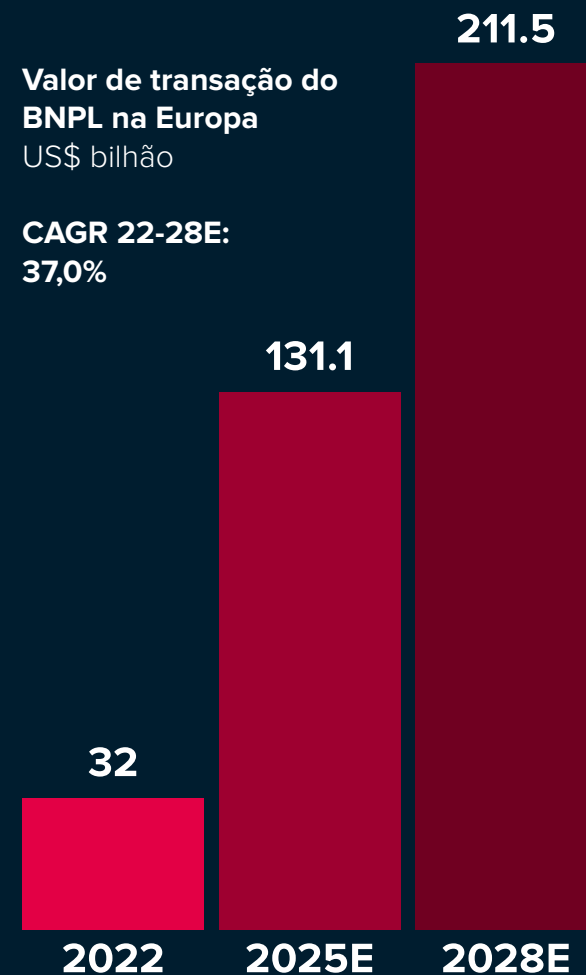
	Tendência	Principais conclusões
1	A crescente importância dos pagamentos na estratégia comercial. Segundo os padrões da indústria, os pagamentos agora são um dos fatores principais de receita, economia de custos e uma oportunidade para promover excelentes experiências do cliente.	As empresas devem definir altos padrões para as experiências de pagamento, tratando-as com a mesma prioridade de outros pilares estratégicos, ou ficarão atrás dos concorrentes.
2	As empresas grandes e em rápido crescimento precisam de fluxos de pagamento que apoiem suas ambições. As grandes empresas agora consideram que os fluxos de pagamentos complexos com múltiplos fornecedores são a norma. A capacidade de escalar esse fluxo e manter a flexibilidade tornou-se crítica.	Abordagens de múltiplos fornecedores e as rápidas mudanças nos pagamentos enfatizam a necessidade de um fluxo de pagamento flexível, escalável e modular para poder ser competitivo.
3	As mudanças nas tendências de pagamentos criam novas oportunidades significativas das quais as empresas podem se beneficiar. Novas oportunidades de gerar receita resultam de métodos de pagamento como o BNPL, e as soluções de pagamento que surgem revelam outros caminhos de crescimento.	Para aproveitar as oportunidades apresentadas por novos pagamentos, é preciso apoio de parceiros de pagamento. Quando não oferecemos apoio a opções de pagamento, os clientes recorrem aos concorrentes que o fazem.
4	A crescente complexidade dos pagamentos em 2023 e nos próximos anos exige dados e coordenação para o verdadeiro sucesso. Os que têm melhor desempenho em pagamentos se distinguem pela habilidade de obter visibilidade nas operações de pagamento e de coordená-las com eficiência.	Aqueles que se destacam nas ofertas de pagamentos estão em vantagem competitiva, enquanto as empresas que ignoram esse risco estão ficando atrás dos líderes.
5	As melhores empresas estão cada vez mais considerando o sucesso dos pagamentos como um componente importante da experiência do cliente. As empresas agora consideram as medidas de taxa de autorização como parte integral da CX e deixaram de considerá-las como as únicas medidas de sucesso dos pagamentos.	As empresas precisam pensar nos pagamentos como parte integral da jornada do cliente, para obter o máximo sucesso ao implementar as melhorias.
6	As empresas que procuram melhorar as experiências com pagamentos devem encontrar parceiros que tenham capacidade de otimizar continuamente suas ofertas. Parceiros que conseguem se adaptar às necessidades do setor que estão em rápida mudança e que oferecem otimização contínua são vitais para o sucesso a longo prazo.	As empresas correm o risco de inibir o crescimento, reduzir o acesso ao mercado e limitar ganhos de receita ao se associarem a parceiros inadequados.
7	As empresas têm inúmeras oportunidades inexploradas para utilizar os pagamentos como meio de gerar novo valor. Elas podem impulsionar novo valor ao explorar outras oportunidades em hiperlocalização, otimizando o custo dos pagamentos e com produtos da própria marca.	As iniciativas de crescimento mais recentes precisam das tecnologias e plataformas certas para serem lançadas com eficiência.

Validação por meio de dados: visões da IDC sobre a indústria de pagamentos

Europa – novos pagamentos precisam de orquestração

A pandemia global alimentou o rápido aumento de novos tipos de pagamento, como digital wallets, BNPL e pagamentos sem cartão. De acordo com a IDC, o BNPL deve crescer a uma taxa impressionante de 37% ao ano de 2022 a 2028, ultrapassando US\$ 200 bilhões em 2028.

Otimizar e maximizar receita além de melhorar as ofertas aos clientes tornou-se crucial para a eficiência operacional geral com múltiplos canais de pagamento. À medida que os varejistas se adaptam a esse cenário mutável dos pagamentos, a pesquisa da IDC mostra que a maior prioridade deles é obter orquestração e visibilidade dos custos dos pagamentos. Isso representa uma oportunidade significativa para bancos e fintechs oferecerem soluções em um modelo de banco como um serviço (BaaS) se tiverem os recursos necessários.



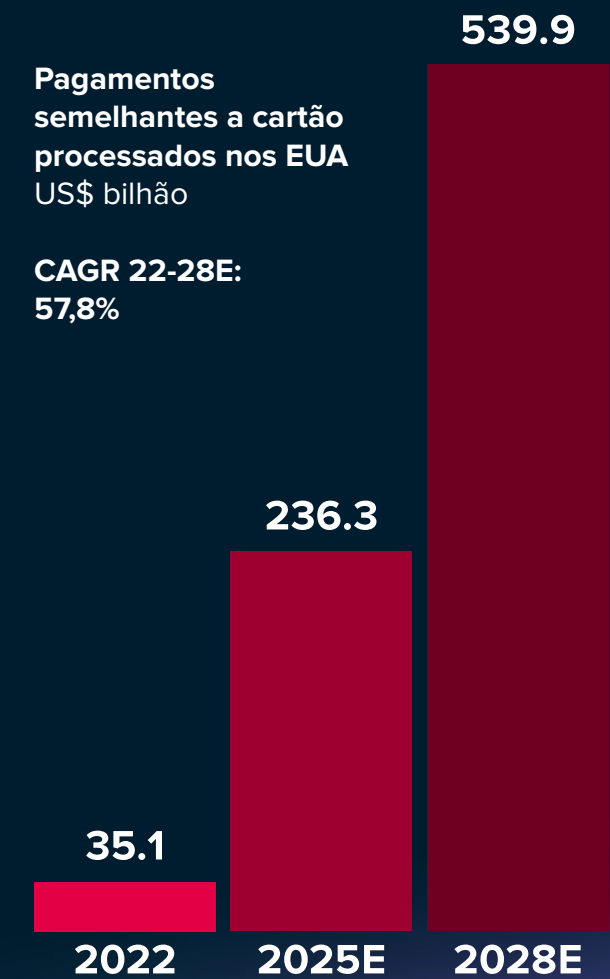
Américas – Os métodos de pagamento semelhantes ao cartão estão crescendo

Sistemas de closed-loop ou pagamentos semelhantes a cartão estão entre as principais áreas de crescimento em pagamentos que não são lideradas por bancos nas Américas. Um acréscimo recente nesse campo são os pagamentos Amazon Layway, o mais recente avanço na estratégia de diversificar as opções de pagamento.

De acordo com a pesquisa da IDC de 2023, os principais varejistas globais cada vez mais consideram importante desenvolver sistemas de pagamento de closed-loop que operam independentemente das plataformas tradicionais de redes de cartões. Essa abordagem se baseia no desejo de maior controle sobre a experiência do cliente, visibilidade melhorada nos pagamentos e redução nas taxas das empresas. Esse avanço pretende fornecer aos varejistas maior autonomia e flexibilidade no gerenciamento de seus processos de pagamentos, como um reflexo do cenário em evolução no setor varejista.

Embora essa nova geração de ferramentas de pagamentos se baseie no conceito de sistemas de closed-loop, que está presente no

varejo global há décadas em seus cartões da marca, eles oferecem mais personalização e percepção dos dados.



Ásia-Pacífico – BNPL fazendo movimentos significativos

Na região Ásia-Pacífico, as empresas de pagamento em tempo real estão presentes on-line e a conexão com os padrões da norma ISO20022 é evidente.

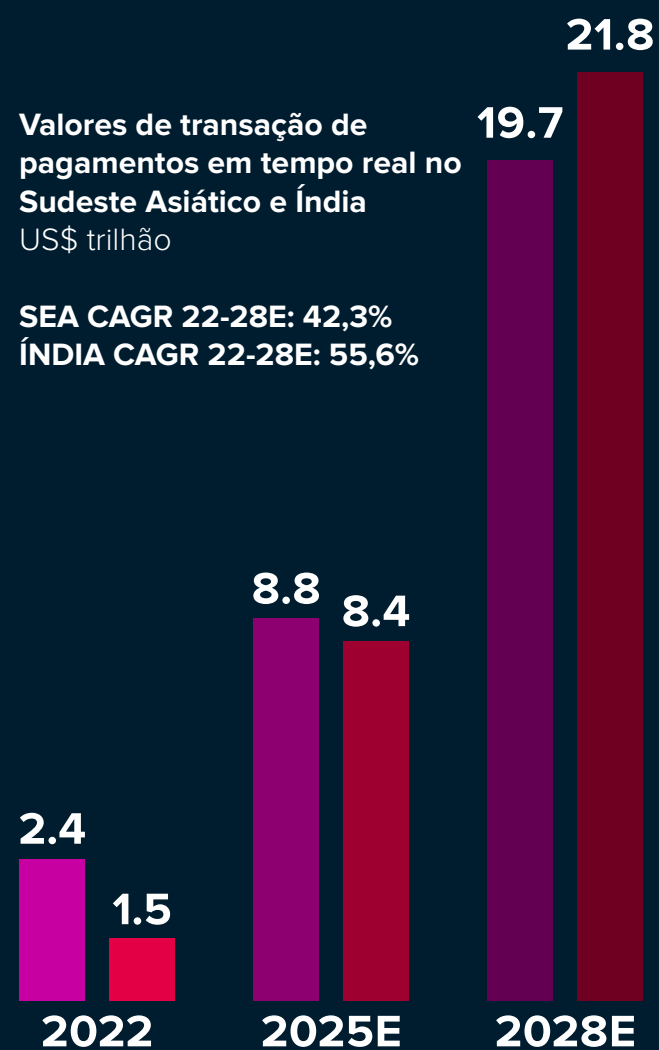
As várias empresas de pagamento em tempo real do Sudeste Asiático (SEA), como os da Tailândia (PromptPay), Malásia (DoitNow) e Indonésia (BI-FAST); e a Índia com sua Unified Payments Interface, receberam reconhecimento como alguns dos projetos de pagamentos em tempo real de maior sucesso globalmente. Os valores das transações de pagamentos em tempo real no varejo e nas empresas apresentaram um aumento na região. O que ajuda aqui é a falta de penetração histórica de cartões em mercados com poucos bancos e iniciativas do governo voltadas à redução no uso de dinheiro em espécie por meio das convenientes ferramentas de pagamento em dispositivos móveis.

A próxima onda de desenvolvimento terá enfoque nas novas capacidades de pagamento, que podem ser ativadas com a padronização da ISO20022 em todos os âmbitos e a integração cross-border das diversas

empresas de pagamento em tempo real. A Austrália e as nações do Sudeste Asiático já estão na fase de planejamento para realizar essas integrações.

Valores de transação de pagamentos em tempo real no Sudeste Asiático e Índia
US\$ trilhão

SEA CAGR 22-28E: 42,3%
ÍNDIA CAGR 22-28E: 55,6%



Europa – Reformulação da arquitetura de pagamentos

A região da Europa está presenciando o surgimento de novas infraestruturas significativas que revolucionarão o modo como os pagamentos são realizados. Uma dessas transformações é a atualização dos pagamentos em tempo real, como, por exemplo, a New Payments Architecture (NPA) do Reino Unido, que estabelece a base para funcionalidades aprimoradas e mais inovação no setor de pagamentos. A NPA permite novos tipos de pagamentos, como pagamento prioritário, pagamento instantâneo, solicitação para pagar e pagamento no mesmo dia. Para aproveitar totalmente as possibilidades oferecidas por essa nova infraestrutura, os bancos deverão atualizar suas arquiteturas segundo as normas ISO20022, além de outras mudanças.

Adotar as normas ISO20022 traz uma grande variedade de possibilidades de dados para todas as partes interessadas dos pagamentos. A disponibilidade de novos conjuntos de dados permite um maior refinamento da experiência do cliente e facilita a criação de camadas de produtos que se alinham melhor às necessidades dos clientes. Essas normas abrem as portas para uma melhor integração e interação do cliente com base nos dados de maior valor fornecidos pela ISO20022,

o que, em última análise, melhora o cenário geral dos pagamentos.

O bloco da UE está digitalizando efetivamente a área única de pagamentos em Euro, visando melhorar a conectividade de respaldo entre os países. Simultaneamente, esforços estão em curso para obter unidade e integração aprimorada no atendimento ao cliente de varejo e clientes comerciais, com o objetivo de realizar pagamentos cross-border dentro da UE tão contínuos e fluidos quanto os pagamentos domésticos em tempo real.

A UE e a Suécia deram passos significativos na pesquisa e desenvolvimento de CBDC. O euro digital e a e-krona foram apresentados como possíveis alternativas às suas respectivas moedas. Em 2023, essas moedas encontram-se em estágios avançados de planejamento e avaliação de viabilidade, o que apresenta novas oportunidades para bancos e outras partes interessadas no ecossistema aproveitarem e desenvolverem. Bancos com as capacidades necessárias podem explorar a sobreposição em camadas de seus produtos e serviços para além dessas moedas digitais e ter acesso a seus possíveis benefícios.

Autoavaliação da empresa: principais perguntas para otimizar os pagamentos

O cenário tecnológico de pagamentos em rápida evolução conduz a várias perguntas importantes para a compreender os requisitos de transformação e preparar-se para a jornada futura.

	Refletir sobre...	Ação...
1	Você está procurando modos de gerenciar melhor seu atual fluxo de pagamentos? Obter visibilidade dos custos e melhorá-los?	Entender como as soluções de orquestração de pagamentos e mais dados podem ajudá-lo em sua jornada para assumir total controle de suas operações de pagamentos, aumentar eficiências e gerar novos fluxos de receita, além de reduzir custos. Entender a diferença entre os tipos de soluções de orquestração e como elas podem beneficiar sua empresa com os respectivos atributos.
2	Sua empresa vê os pagamentos como um motivador estratégico dos negócios?	Analisar suas operações de pagamentos para identificar áreas onde possam ser feitas mudanças que impactem significativamente seus negócios. Procurar assistência de parceiros experientes nesse processo.
3	A atual herança tecnológica está criando restrições ao escalonamento de pagamentos?	Analisar novamente seu fluxo de pagamentos e como ela está satisfazendo às suas necessidades atuais a partir de uma perspectiva interna e também do cliente. Identificar soluções que abrangem compradores mais otimizados e modernos no caso de serem estabelecidas lacunas nas expectativas.
4	Você gostaria de entrar em novos mercados logo e precisa adaptar os pagamentos para atender às necessidades locais?	Analisar segmentos de vendas, produtos e mercados diferentes para entender o efeito de uma estratégia de pagamentos otimizada no desempenho e onde podem ser gerados ganhos.
5	Você está procurando novas maneiras de criar e implantar produtos de pagamentos, como digital wallets?	Avaliar seus atuais parceiros de pagamentos e entender se eles podem lhe fornecer novas e inovadoras soluções de pagamentos que lhe ajudem a interagir melhor com seus clientes. Criar um plano de longo prazo que possibilite inovações futuras em pagamentos.
6	Seu atual provedor de pagamentos pode lhe apoiar com todas as opções de pagamentos que você necessita, como BNPL ou criptomoeda?	Entender os novos tipos de pagamento disponíveis, seus benefícios e como seus segmentos-alvo poderiam querer usá-los. Pensar em uma estratégia integrada para criar uma combinação de pagamentos ideal e direcionar os clientes a ela.
7	Você está procurando maneiras de melhorar a segurança de sua experiência com pagamentos usando tecnologias como 3DS?	Familiarizar-se com os novos avanços em segurança, como 3DS integrado em aplicativo e avanços em AI/ML, que poderiam reduzir significativamente as taxas de fraudes e perdas.
8	Você gostaria de fazer mais com os dados das transações de pagamentos?	Entender a importância dos dados nos pagamentos e como o maior volume de dados pode ajudar a criar uma melhor experiência de pagamentos. Aprender a integrar o desempenho de pagamentos com as outras partes da jornada do cliente para obter uma compreensão mais holística da jornada de pagamentos.
9	Você está procurando maneiras de melhorar ainda mais a experiência de pagamentos e de melhorar métricas, como as conversões?	Consultar seus parceiros de pagamentos existentes e novos para entender os conselhos e soluções sobre promover a experiência de pagamentos com base na experiência e conhecimento.
10	Seus atuais provedores de pagamentos estão fornecendo um road map viável de seus próximos avanços e atualizações?	Procurar líderes do setor para apoio e inovação a fim de satisfazer aos avanços atuais e futuros na indústria de pagamentos.

SOBRE A NUVEI

Nuvei (Nasdaq: NVEI) (TSX: NVEI) é uma fintech canadense que acelera os negócios de clientes no mundo todo. Nossa tecnologia modular, flexível e escalável permite que as maiores empresas ofereçam todas as opções de pagamentos e se beneficiem de serviços bancários, de gestão de fraudes e riscos. A Nuvei conecta empresas aos seus clientes em mais de 200 mercados, com aquisição local em mais de 47 países, contando com 150 moedas e mais de 600 métodos de pagamento alternativos, fornecendo tecnologias e insights para clientes e parceiros para ter sucesso local e global com uma só integração.

Para obter mais informações, visite <https://nuvei.com/>

