



William\_Potter\_CANVA

FRAUDES NO E-COMMERCE

## LUXO, BELEZA E MODA NA MIRA DOS FRAUDADORES

Fraudes online se tornaram o verdadeiro inimigo silencioso durante as altas temporadas no varejo. Ao longo da Black Friday 2024, que deu início às compras de final de ano, enquanto os consumidores aproveitaram promoções irresistíveis, os fraudadores também tiraram proveito da onda de compras para atacar com mais intensidade e sofisticação.

De acordo com dados da Signifyd, líder global em antifraude para e-commerce, categorias como luxo, beleza e moda registraram aumentos importantes nas tentativas de fraudes. O setor de beleza registrou um aumento de 43% em tentativas de fraude no decorrer do Cyber Weekend (sexta, sábado e domingo), em comparação com o ano passado.

Em moda, o volume de fraudes cresceu na sexta-feira, mas diminuiu nos dias seguintes. Já no setor de luxo, o aumento nas tentativas de fraude chegaram a picos de 3,5 vezes em comparação com o ano anterior durante a Black Week. E o que isso significa para o e-commerce? Primeiro, que os fraudadores aproveitam os momentos de aumento no volume de vendas dos e-commerces para que as fraudes passem despercebidas.

Segundo, também aproveitam os descontos para conseguir ainda mais vantagens ao fraudar e, terceiro, mas talvez mais importante, investem e diversificam cada vez mais suas ferramentas para cometer fraudes de forma mais rápida e mais eficiente. Para o varejista, isso significa que a corrida para identificar e bloquear essas fraudes nunca foi tão urgente.

**Não olhar para aumento de fraude custa caro** – O foco de preparação para as altas temporadas de vendas, como a de fim de ano, começa meses antes, e é uma oportunidade de maximizar vendas. Porém, um erro que pode custar caro é esquecer que esses períodos também servem de campo fértil para os fraudadores, que sabem que o frenesi das compras pode criar melhores oportunidades para aplicar golpes.



zamaun\_CANVA

Os números observados na Black Friday se tornam informações valiosas para os varejistas durante o ano inteiro, mas que tomam proporções mais significativas durante picos de vendas. Por exemplo, luxo, beleza e moda foram as categorias mais visadas

ao longo da Black Friday 2024, justamente pelo alto valor dos produtos e pela sua facilidade de revenda.

Sem uma estratégia proativa de prevenção contra fraudes, alicerçada por ferramentas tão ágeis como os esquemas de fraude atuais e garantias de proteção, o aquecimento das vendas no final de ano também pode se traduzir em um aumento significativo no prejuízo gerado pelas fraudes, não somente através dos custos por chargebacks, mas também os custos administrativos para lidar com as disputas e as taxas envolvidas nestes processos.

**A solução está na inteligência rápida: prevenir antes de perder** – Com as redes de fraude evoluindo com sofisticação de táticas e recursos para atuar com mais rapidez, as ferramentas de proteção precisam ser igualmente ágeis e inteligentes.

As soluções antifraude de terceira geração têm liderado uma mudança no mercado com tecnologia de prevenção baseada em inteligência artificial e aprendizagem de máquina que não só identifica padrões fraudulentos, mas também antecipa as ameaças antes que elas causem danos.

“As tentativas de fraude por todo o tempo de alta temporada de vendas mostram esquemas cada vez mais rápidos, organizados e audaciosos. Períodos de grande movimentação no comércio eletrônico são especialmente visados por fraudadores devido ao aumento significativo no volume de transações.

O segredo para manter a rentabilidade é adotar uma abordagem antifraude proativa e instantânea”, afirma Gabriel Vecchia, diretor comercial da Signifyd, empresa que oferece uma solução antifraude de terceira geração.

**Fraudadores não dormem** – Enquanto as marcas se concentram em aumentar suas vendas, os fraudadores estão prontos para atacar. O que diferencia os negócios que têm sucesso em combater fraudes daqueles que enfrentam grandes perdas é a capacidade de reagir rapidamente, evoluir constantemente e garantir a proteção de receitas.

“O e-commerce não pode demorar ou titubear na identificação das fraudes; nem deve carregar essa responsabilidade sozinho. O uso adequado da tecnologia não só oferece a capacidade de bloquear tentativas fraudulentas em tempo real, mas também de garantir que os prejuízos causados pela fraude não afetem a saúde financeira do e-commerce; na terceira geração de soluções antifraude, isso se torna responsabilidade do provedor”, completa Vecchia.

Diante dos picos de tentativas fraudulentas em segmentos com tickets médios altos durante as vendas de fim de ano, a Signifyd reafirma a importância da inteligência artificial como uma ferramenta vital para os e-commerces protegerem suas operações contra as fraudes e contra os prejuízos que elas podem gerar.

“Tentar fraudar em épocas como a de compras para o Natal é como pescar em um tanque cheio – e os fraudadores sabem disso. Nossa missão é garantir que o comércio online continue crescendo, aproveitando todas as oportunidades de vender mais, com a tranquilidade de contar com uma proteção garantida, que efetivamente se responsabiliza pela fraude – o que só é possível com o uso massivo de tecnologia avançada”, conclui Vecchia. - Fonte e mais informações: (<https://br.signifyd.com/>).



marri031\_CANVA