



7 etapas para garantir uma jornada de confiança



Os serviços digitais são agora a força vital da economia e muitas empresas estão expandindo sua presença digital em novos mercados. Em 2025, os gastos com transformação digital global devem chegar a 2,8 trilhões de dólares, com o e-commerce no Brasil crescendo 31% somente em 2021¹.

Para muitas empresas, esse crescimento precipita uma rápida expansão em canais digitais para atender à procura dos clientes. Cultivar o sucesso de longo prazo, porém, exigirá mais do que apenas a expansão. Mais da metade (53%) dos consumidores cortou seus gastos após uma experiência má² e, para garantir que os clientes continuem voltando, as empresas devem construir confiança em todas as fases da jornada do cliente.

Aqui estão sete maneiras de construir e manter a confiança de seus clientes sempre que eles interagirem com sua marca:



1. Equilibre segurança e conveniência

Encontrar o equilíbrio certo entre prevenir fraudes e tornar a experiência do cliente confiável é difícil. Faça muitas perguntas e os clientes em potencial simplesmente desligarão. Faça muito pouco e arriscará a reputação de sua marca.

Cada vez mais, os especialistas em segurança concordam que combinar dois dos seguintes fatores é a combinação certa:

- **Algo que você é** (biometria como voz, facial ou impressão digital)
- **Algo que você conhece** (senha, número PIN, perguntas de segurança)
- **Algo que você tem** (token, telefone, senha para sessão única)

Você pode pensar: “Se dois fatores são bons, três seriam melhores.” Mas a experiência ensina o oposto - colocar muitos obstáculos aumenta o conflito, levando ao abandono e enfraquecimento do engajamento do cliente.




2. Forneça opções para autenticação

Depois de decidir sobre a autenticação de dois fatores, considere quais são os dois fatores certos para sua empresa e seus clientes. Os que você escolher dependerão de seu modelo de negócio; como você está alcançando seus clientes; e quais ações seus clientes estão realizando em seu aplicativo ou plataforma.

Já houve casos de senha para sessão única entregues por SMS que foram vítimas de fraude de autenticação por telefone³. Isso não significa que você deve abandonar os dispositivos móveis para Autenticação Multifator, mas você pode fornecer outras maneiras de autenticação, como usando um serviço de telefone Voice over Internet Protocol (VoIP) ou por meio de protocolos específicos para plataformas como o WhatsApp para empresas.



3. Mostre que você é humano



Não há nada pior do que ligar para uma linha de ajuda e, em seguida, navegar em menus intermináveis apenas para ser colocado em espera. Oferecer a seus clientes uma maneira fácil de entrarem em contato rapidamente com o balcão de atendimento, caso tenham um problema, é essencial para que as pessoas sintam que isso é importante para você.

Seja um chat ao vivo, um número de telefone que chega a uma pessoa real ou por meio de um canal de mídia social, não importa como você alcança seu cliente. As empresas que são proativas e prestativas, em vez de lentas e desinteressadas, dão a seus clientes um motivo para voltar, mesmo depois de uma experiência desagradável.



4. Evite o excesso de informações

Nunca peça mais informações do que o necessário para seus objetivos de marketing. 96% dos brasileiros já acreditam que as empresas não fazem o suficiente para proteger seus dados⁴, pedir-lhes mais do que o necessário torna-se oneroso e suspeito.

Reduzindo a quantidade de informações que você coleta também mantém o processo de autenticação curto e dá aos clientes menos motivos para abandonar seu aplicativo, plataforma ou site.



5. Ofereça prova social

Ganhou alguns prêmios por seus créditos de segurança? Exiba-os com orgulho. Se você puder exibir um grande volume de comentários positivos, faça isso também. Quanto mais evidências você puder fornecer de que outros clientes e entidades do setor confiam em sua marca; os novos clientes estarão mais confortáveis fazendo negócios com você.

A autenticação também pode ajudá-lo a evitar avaliações falsas. 43% dos clientes perderiam a confiança em uma marca se existirem avaliações falsas em sua plataforma⁵. Evite isso implementando uma abordagem de verificação em camadas que conta com as principais evidências de identidade obtidas ao longo da jornada do cliente.



6. Seja transparente

80% das organizações globais acreditam que sofrerão um grande ataque cibernético em 2022⁶. Se isso acontecer com sua empresa, seja aberto com seus clientes e não esconda nada. Se a culpa foi da empresa, admita o erro e aceite a responsabilidade.

A coisa mais importante depois de proteger seus sistemas e corrigir vulnerabilidades é ser transparente. A fraude pode acontecer a qualquer momento e explicar a seus clientes o que aconteceu gera confiança quando você está mais vulnerável.



7. Torne sua política de privacidade descomplicada

Todos nós já vimos: políticas de privacidade complicadas, longas e ininteligíveis que a maioria dos advogados não consegue entender, muito menos o consumidor médio. O resultado desses textos pesados é óbvio - eles simplesmente não são lidos pelo consumidor médio.

Ao criar sua política de privacidade, comece conduzindo uma investigação factual e legal para alinhar suas práticas de privacidade com as promessas de privacidade. Use várias camadas para torná-la mais acessível, destaques na parte superior com informações detalhadas a seguir. E finalmente, seja claro. Evite o juridiquês, use termos mais simples e familiares que o consumidor médio possa entender.



Construir a confiança do cliente é uma jornada que nunca termina, mas esperamos que esses sete pontos o levem lá mais rapidamente. Como especialistas em autenticação e verificação, ajudamos clientes de todas as formas e dimensões a construir a confiança de seus clientes. Nossas parcerias globais abrangem quase todas as plataformas - melhorando a jornada do cliente por meio da integridade da identidade digital.

Para saber mais sobre como o TeleSign pode ajudar sua empresa a construir confiança em todas as fases da jornada do cliente, entre em contato com www.telesign.com/br-pt/whatsapp/como-adicionar-confianca-continua-em-todas-as-partes-da-jornada-de-seu-cliente

Referências

1 E-commerce no Brasil crescerá 31% em 2021 para US\$35 bilhões - Goldman Sachs, The Rio Times, 22 de outubro de 2021.

2 Fracas experiências do cliente colocam US \$ 1,9 trilhões em gastos do consumidor em risco anualmente, New Qualtrics XMI Study Finds, Qualtrics, 8 de novembro de 2021.

3 Além das mensagens de texto: Como proteger a Autenticação Segura 2 Fatores contra golpes de autenticação por telefone, Security Intelligence, 12 de fevereiro de 2021.

4 A consciência da privacidade de dados cresce no Brasil, The Harris Poll realizado para a IBM, dezembro de 2019.

5 Os compradores exigem novos padrões para combater avaliações falsas conforme a importância da confiança da marca cresce, Bazaarvoice, Inc, 5 de março de 2020.

6 Violações de dados: Um risco de 80% para todas as organizações globais em 2022, versão 2, 28 de outubro de 2021.