



O objetivo desse material é contribuir para que você, empresário online, utilize as melhores práticas do comércio eletrônico por meio de ferramentas e iniciativas inovadoras e atraentes disponíveis no mercado. Essa primeira edição trata do checkout e sobre como, a partir dele, é possível incrementar os negócios e converter acessos em vendas.

Acelere a conversão das vendas online

Saiba como é possível diminuir radicalmente o índice de abandono de carrinhos e incrementar os lucros no competitivo mundo do comércio eletrônico

Você sabia que **68% dos compradores online no mundo não finalizam suas compras**? No Brasil, os números são ainda mais alarmantes: em sites de casa e decoração, a fuga está em 76%, e **em informática atinge incríveis 83%**, como revelou pesquisa do Ibope. Assustado? Pois saiba que é possível **reverter esse processo com o uso de melhores práticas de conversão online.**

Indicar de forma rápida as opções de cartão ou propiciar compras com apenas um click são **ações que comprovadamente ajudam na conversão de vendas**, assim como uma comunicação positiva e mensagens claras também fazem a diferença. Afinal, o cliente deseja que o seu site seja um **facilitador de compras.**

Veja a seguir estas e outras **melhores práticas e ferramentas que podem ajudar nessa conversão, e multiplique as suas vendas!**

*pesquisa do Baymard Institute 2015 com sites de e-commerce de todo o mundo.



**mercado
pago**



Checkout rápido, mais vendas

Seu cliente deseja realizar compras de **forma rápida e eficiente com total segurança**, certo? Como resposta, utilize o chamado **checkout transparente**. Com ele, o cliente não precisa ser redirecionado para nenhum outro site; basta adaptar ferramentas de checkout, como a do Mercado Pago, ao layout da sua loja.

Além de garantir uma **maior integração e dinamismo na operação de compra**, eliminar o excesso de informações solicitadas ao cliente recorrente evita que ele fique frustrado. Mesmo para novos usuários, peça **apenas o necessário no checkout** para que ele não desista da compra. Um conjunto de seis dados é o ideal: **número do cartão, data de validade, código de segurança, titular do cartão, CPF e número de parcelas**.

O checkout no modo transparente pode **umentar sua conversão em até 30%**. Não é por acaso que empresas de sucesso, como **ClickBus e Bilheteria Digital**, adotaram o conceito.

As pessoas querem gastar **pouco tempo para fazer uma compra**, e isso precisa ser natural. Com a **plataforma de checkout transparente, aberta e adaptada ao layout da loja**, é possível integrar de lojas online a consoles de videogame.

Mundo Mobile

Não esqueça de adaptar sua loja à plataforma móvel. De acordo com pesquisa da e-bit, **mais de 37% dos acessos às lojas virtuais no Brasil têm origem em smartphones e tablets**, e esse número tende a aumentar ano a ano. Diversas ferramentas tecnológicas podem ajudar para que essa **migração seja realizada com rapidez, eficiência e total integração** com seu e-commerce.



mercado
pago

| 2

Botão COMPRAR: quanto mais destaque, melhor

Entre as melhores práticas destacadas para **aumentar a conversão de vendas**, mesmo algumas ações que parecem simples podem dar um excelente resultado. Segundo publicação da Inc Magazine, o fato de destacar o **botão de compra** em sua página, por exemplo, **pode ajudar a alavancar sua conversão em até 33%**.



Essa prática **ganhou destaque em avaliação da Inc Magazine**, uma das mais importantes publicações norte-americanas de negócios, e não é por acaso. A presença do botão chama a atenção na página e a torna mais atraente ao consumidor (veja na imagem acima), **garantindo uma resposta rápida ao desejo de compra do cliente**.

Por isso, vale enfatizar: **deixe o botão GRANDE e chamativo!**

Quando menos é mais

Uma ótima iniciativa para **converter uma visita em vendas** é auto preencher para o cliente os dados de cadastro. **Informações como titular do cartão e CPF podem e devem ser obtidas automaticamente** a partir do cadastro existente na loja. Isso acelera a operação, torna mais ágil a conversão e **garante um cliente fidelizado e satisfeito**.

⊙ Pagar com Cartão de Crédito

Dados do Cartão

| | | |
|--|---|----------------------------------|
| Número do Cartão | Mês | Ano |
| <input type="text" value="Número do Cartão"/> | <input type="text" value="Mês"/> | <input type="text" value="Ano"/> |
| Nome Impresso no Cartão | Cód. Segurança | |
| <input type="text" value="Joao da Silva Teste"/> | <input type="text" value="CVV"/> | |
| CPF | Parcelas | |
| <input type="text" value="99999999999"/> | <input type="text" value="Digite os dados do cartão!"/> | |

Compre em até 12x



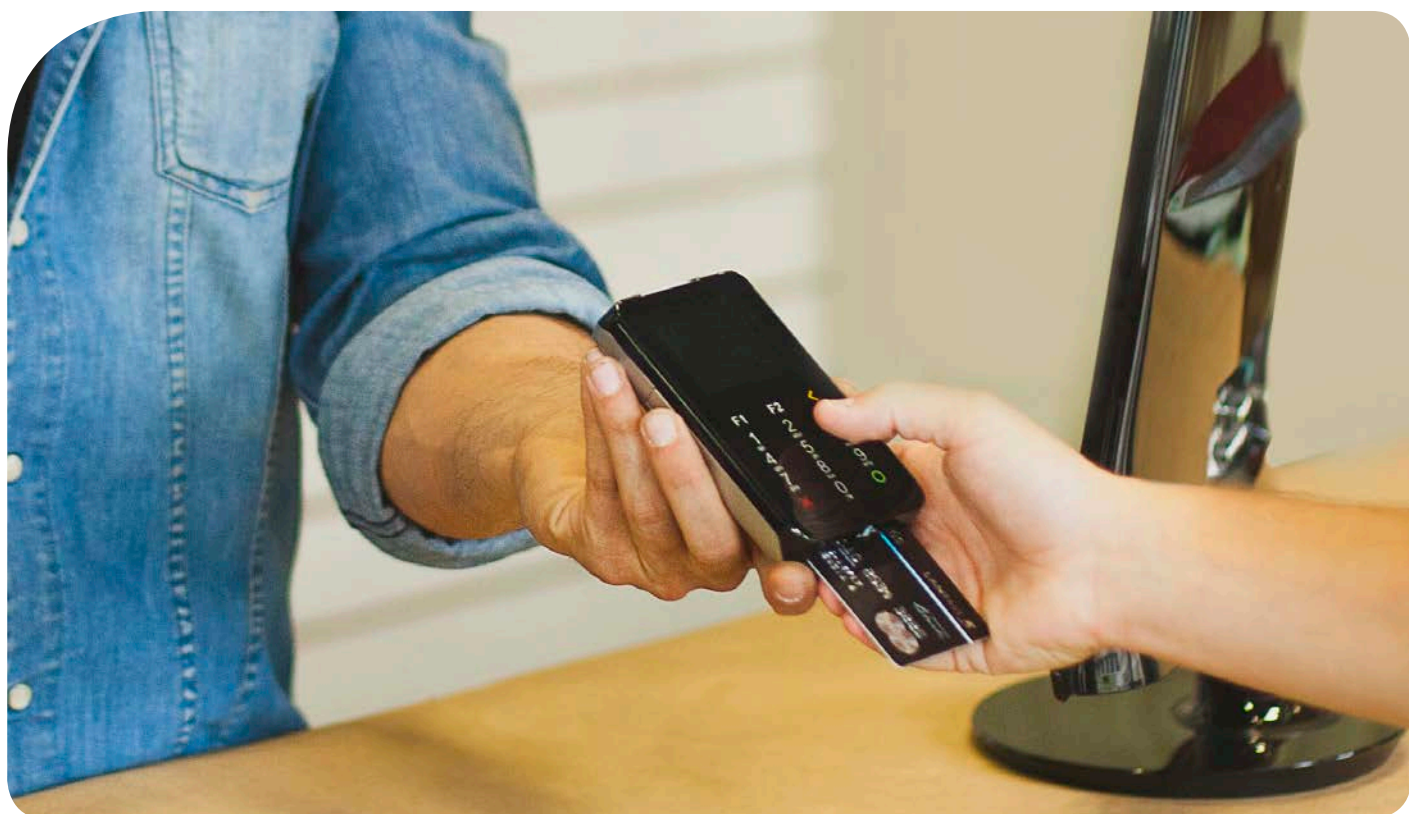
mercado
pago

| 3

O cartão de crédito é soberano

O brasileiro prefere usar o cartão de crédito. De acordo com métricas internas do Mercado Pago, **de cada cinco operações de compra** realizadas na web, **quatro usam cartão de crédito e apenas uma faz uso do boleto no Brasil.** O mais sensato e inteligente, portanto, é colocar a opção do cartão sempre à frente das outras possibilidades.

Atenção também para o **fluxo das informações do formulário**, elas devem **seguir a ordem do que se lê no cartão.** E, como já falamos antes, adote como norma o auto preenchimento das informações que você possui no seu cadastro, como nome e CPF. **Garanta uma experiência mais dinâmica e suave para seu cliente.**



Outra dica importante: ao fornecer as opções dos cartões, **simplifique ao máximo os passos para a escolha da bandeira** que o cliente deseja utilizar. Uma forma é o **reconhecimento automático da bandeira preferida do usuário.**



mercado
pago

| 4

Se o cartão é soberano, o cliente deseja ter toda a comodidade que a compra a crédito garante. **Não deixe que o limite do cartão do usuário seja um obstáculo** e ofereça a opção de uso de dois cartões. E mais; ofereça o **máximo de parcelamento para o cliente. Até 24 vezes**





iPhone 6

Valor R\$ 3.600⁰⁰

Total R\$ 3.600⁰⁰

Pagar com 2 cartões

* Dados obrigatórios

Primeiro pagamento

Valor (R\$): * 1800.00

Meio de pagamento: * Cartão de crédito

Segundo pagamento

Valor: R\$ 1.800⁰⁰

Meio de pagamento: * Cartão de crédito

Total a pagar: R\$ 3.600⁰⁰

[Continuar](#) [Voltar](#)

Não esqueça!

O impacto para sites de vendas que deixam claro as opções de pagamento dominantes (como o cartão de crédito) ou mesmo as possibilidades de parcelamento em múltiplos meses é **extremamente positivo**. Como revela a Business Insider, quem não recorre a essas práticas **pode diminuir em até 25% a conversão**. Você vai arriscar?

CARTÃO DE CRÉDITO

Powered by 

 12x  12x  12x  12x  12x  12x  24x

Número do cartão: 52249 

Validade: Outubro 2015

Titular do Cartão: Comprador Teste

Código de segurança: 123 

CPF: 00000000000

Parcelas: 10 parcelas de R\$ 16,87 (R\$ 168)

[Confirmar pagamento](#)



mercado
pago

5

Comprar em um clique, mais um negócio








Armazenar de forma segura as informações dos compradores garante a oferta de modelos mais dinâmicos de operação na venda. Ao usar o “One Click to Pay”, você gera uma **conversão acelerada, sem qualquer diminuição dos níveis de segurança**. Além disso, no caso de Mercado Pago, os dados do cartão são armazenados apenas após a aprovação da primeira compra, o que significa que o seu e-commerce pode ter um melhor histórico de aprovações.

No “One Click to Pay”, o cliente **precisa apenas inserir o código de segurança do cartão de crédito no momento da compra**, afinal, as outras informações já são reconhecidas pela ferramenta automaticamente. Ao final, o cliente estará seguro e satisfeito.

A equação é simples: **cliques a menos, negócios a mais**. Mesmo que você não queira disponibilizar o “One Click to Pay” ou está de olho em clientes novos, tenha essa máxima na cabeça. **Aumente a conversão deixando o formulário do cartão já aberto** e diminua os cliques; o cliente vai te agradecer.

Parceiro que faz a diferença

Investimentos de marketing da empresa de pagamentos online se reverterem em benefícios para os parceiros. O Mercado Pago, por exemplo, trabalha em parceria com seus clientes na oferta de cupons de desconto para o comprador, prática que gera **crescimento de até 100% nas vendas**

| 1 | 2 | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|--|------------------|-------|------|----------|--|-----------|---|-----------|----------|--|--|-----------|---------------------------|--|--|-----------|--|--|--|-----------|--------------------|--|--|------------------|
| ENDEREÇO DE COBRANÇA | MÉTODOS DE ENVIO | REVISÃO DO PEDIDO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Escolha um endereço de cobrança cadastrado ou crie um novo.</p> <p>Suporte Bis, Rua Ayrton Senna da Silva ↓</p> <p><input type="checkbox"/> Deseja endereço para envio</p> <p>* Campo Obrigatório</p> | <p>Correios</p> <p>PAC - Em média 3 dia(s) R\$ 14,80</p> | <table border="1"><thead><tr><th>Nome do Produto</th><th>Preço</th><th>Qty.</th><th>Subtotal</th></tr></thead><tbody><tr><td> Cerveja Pale Ale</td><td>R\$ 17,00</td><td>1</td><td>R\$ 17,00</td></tr><tr><td colspan="3">Subtotal</td><td>R\$ 17,00</td></tr><tr><td colspan="3">MercadoPago 10% - TESTEMP</td><td>-R\$ 3,18</td></tr><tr><td colspan="3">Frete (Correios - PAC - Em média 3 dia(s))</td><td>R\$ 14,80</td></tr><tr><td colspan="3">Valor Total</td><td>R\$ 28,62</td></tr></tbody></table> <p>Esqueceu de algum item?</p> | Nome do Produto | Preço | Qty. | Subtotal |  Cerveja Pale Ale | R\$ 17,00 | 1 | R\$ 17,00 | Subtotal | | | R\$ 17,00 | MercadoPago 10% - TESTEMP | | | -R\$ 3,18 | Frete (Correios - PAC - Em média 3 dia(s)) | | | R\$ 14,80 | Valor Total | | | R\$ 28,62 |
| Nome do Produto | Preço | Qty. | Subtotal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  Cerveja Pale Ale | R\$ 17,00 | 1 | R\$ 17,00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Subtotal | | | R\$ 17,00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MercadoPago 10% - TESTEMP | | | -R\$ 3,18 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Frete (Correios - PAC - Em média 3 dia(s)) | | | R\$ 14,80 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Valor Total | | | R\$ 28,62 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>ENDEREÇO DE ENVIO</p> <p>Escolha um endereço de envio cadastrado ou crie um novo.</p> <p>Novo Endereço ↓</p> <p>Nome *</p> <p>Sobrenome *</p> <p>CEP *</p> <p>Endereço *</p> <p>Número *</p> <p>Complemento</p> <p>Bairro *</p> <p>Cidade *</p> <p>Estado * Seleccione um estado... ↓</p> <p>Telefone *</p> <p>Celular *</p> <p>Ref. Entrega</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Salvar Endereço</p> <p>* Campo Obrigatório</p> | <p>3 MÉTODOS DE PAGAMENTO</p> <p><input checked="" type="radio"/> MercadoPago Cartão de Crédito</p> <p></p> <p>  </p> <p>Cupom MercadoPago</p> <p>TESTEMP</p> <p>Remover Cupom</p> <p>Nome no Cartão *</p> <p>CPF do Cartão *</p> <p>Número do Cartão de Crédito *</p> <p>Data de Expiração *</p> <p>Mês ↓ Ano ↓</p> <p>Parcelas:</p> <p>Digite o numero do cartão... ↓</p> <p>Número de Segurança *</p> <p><input type="checkbox"/> O que é isso?</p> <p><input type="radio"/> MercadoPago Boleto</p> <p><input type="radio"/> Depósito Bancário</p> | <p>FINALIZAR COMPRA</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



mercado
pago

6

Quem não se comunica...

...se trumbica, já dizia o velho Chacrinha. E é a mais pura verdade. Uma boa comunicação com o cliente é **o caminho mais eficiente para gerar confiança e bom relacionamento.**

Falando em confiança, associar a marca de sua loja a um parceiro de peso é algo extremamente reconhecido pelos clientes. Por exemplo: segundo publicação da Inc Magazine, a utilização do banner educativo, que esclarece dúvidas de segurança do cliente, pode **umentar a conversão em até 16%**. O comprador confia em quem mantém suas informações privadas totalmente seguras.



O formato das mensagens no seu site também importa. Utilizar frases positivas é algo sempre bem-vindo, até mesmo para os negócios, como indicou pesquisa da Marius Lazer e Sumit Bhardwaj: **um discurso assertivo para o cliente pode aumentar em até 4% a chance de conversão.**

Por exemplo, ao invés de usar **“não foi possível processar o pagamento”** prefira **“confira se o usuário está correto e termine seu pagamento”**.

Aceitamos os principais meios de pagamento



Segurança máxima

Para que você só pense em aproveitar sua compra



Resumo executivo

- checkout transparente pode aumentar conversão em até 30%
- diminua as informações solicitadas no checkout
- smartphones e tablets respondem por 37% dos acessos no e-commerce
- destaque no botão de compra pode alavancar vendas em até 33%
- automatize informações de cadastro ao máximo
- enfatize a opção de compra pelo cartão de crédito
- permita o parcelamento em até 24 vezes no cartão
- conversão cresce com o apoio de parceiros
- conceito “um click para comprar” aumenta sua conversão
- use sempre mensagens positivas no seu site



mercado
pago

| 7