

EL RETO

- Aumentar la importancia del canal de comercio electrónico
- La amplia variedad de problemas de fraude

LA SOLUCIÓN

- Contratar con ACI su solución de fraude para reducir el riesgo y apoyar la expansión
- Capacidades globales de gestión del fraude proporcionadas por un equipo especializado de analistas de riesgos

LOS RESULTADOS

- Creación de ingresos adicionales a la vez que se mantuvieron los bajos niveles de fraude
- Aumento de las tasas de aceptación de pago al 97 %
- Lanzamiento de nuevas zonas geográficas de alto riesgo para el comercio electrónico

Anuncian Ingresos Adicionales, Reduciendo El Riesgo Y Ampliando El Alcance Del comercio Electrónico

El comercio minorista de moda es ferozmente competitivo, especialmente el online, donde los comerciantes tienen que competir con un número cada vez mayor de ágiles empresas internacionales. El comercio electrónico también es un blanco para los estafadores, y los comerciantes deben asegurarse de que sus canales online bloquean el fraude a la vez que permiten una experiencia positiva y sin fisuras para los clientes auténticos.

Hace cinco años, el minorista de moda global Mango experimentaba un amplio problema de fraude en el comercio electrónico que quería abordar. Sin embargo, el principal objetivo de la empresa era expandir el negocio online de forma segura sin aumentar su exposición al fraude.

Una Solución de Varias Capas

Tras una exhaustiva evaluación de las capacidades de gestión del fraude de ACI, Mango consideró que la solución global antifraude de ACI, unida a la profunda experiencia de los analistas de riesgo de la empresa, sería la asociación perfecta para ayudar a Mango a cumplir sus objetivos.

Desde el principio, el equipo de ACI colaboró estrechamente con el de Mango para analizar los datos históricos de fraude y contracargos confirmados de la empresa. Gracias a una exhaustiva adaptación de la estrategia de fraude, garantizó que la solución satisfacía las necesidades únicas de Mango.





Mango finalizó 2019 con un crecimiento del 26,7% en las ventas online, con un total de 564 millones de euros y un 24% de la facturación total del grupo. La empresa consiguió casi 900 000 nuevos clientes online durante el confinamiento por la Covid-19 en 2020.**

***Mango gana casi 900 000 nuevos clientes online durante el confinamiento, 30 de junio de 2020**



En los primeros días de la implementación, los analistas de riesgo de ACI trabajaron a diario en el conjunto de reglas para abordar los problemas de fraude preexistentes y permitir la expansión. Mango estaba añadiendo nuevos países a su web de comercio electrónico a un ritmo rápido, lo que significaba que se estaban introduciendo continuamente nuevas reglas y excepciones para garantizar que la estrategia de fraude se optimizara para cada mercado.

Además, el motor de análisis de flujos de ACI ha permitido a Mango cumplir ambiciosos estándares sobre cumplimiento de fraude a la vez de un crecimiento sostenido en el comercio electrónico. Capacidades como "tiempo en archivo" han ayudado a Mango a reconocer y atender a clientes genuinos, así como a bloquear el fraude con mayor precisión. Esto ha sido respaldado por una implementación dinámica de 3D Secure que permite a Mango evitar añadir tensiones a la experiencia del cliente para los clientes de confianza.

Además, Mango optó por utilizar el portal de inteligencia empresarial de autoservicio de ACI para ayudar a supervisar las transacciones, producir informes completos y evaluar la eficacia de su estrategia de prevención del fraude. Con el apoyo de los analistas antifraude de ACI, esta herramienta dio al equipo interno de Mango la capacidad de detectar e interpretar las tendencias antifraude rápidamente y adaptarse en consecuencia.

Los analistas de ACI utilizaron su experiencia internacional y datos de consorcios globales para guiar al minorista en las mejores configuraciones de soluciones para cada región a medida que la empresa se expandía por Europa y en EE. UU., Asia, África, Sudamérica y Oceanía.

Impulsar El éxito

Tras el rápido crecimiento del comercio electrónico durante la pandemia de la COVID-19 de 2020, Mango tiene ahora alrededor de 6 millones de clientes activos de comercio electrónico. La empresa ha mantenido una tasa de fraude confirmado baja del 0,32% y una alta tasa de aceptación en el pago del 97%.

El aumento de la precisión en la detección del fraude y las estrategias personalizadas introducidas para cada mercado y para cada canal han permitido un aumento significativo en los niveles de aceptación.

ACI Worldwide es una empresa global de software que proporciona soluciones de pago en tiempo real de misión crítica a las empresas. Los clientes utilizan nuestras soluciones probadas, escalables y seguras para procesar y gestionar los pagos digitales, permitir los pagos omnicanal, presentar y procesar los pagos de facturas y gestionar el fraude y el riesgo. Combinamos nuestra huella global con la presencia local para impulsar la transformación digital en tiempo real de los pagos y el comercio.

LEARN MORE

www.aciworldwide.com

@ACI_Worldwide

contact@aciworldwide.com

Americas +1 402 390 7600
Asia Pacific +65 6334 4843
Europe, Middle East, Africa +44 (0) 1923
816393

© Copyright ACI Worldwide, Inc. 2021
ACI, ACI Worldwide, ACI Payments, Inc.,
Speedpay y todos los demás nombres de
los productos o soluciones son marcas o
marcas registradas de ACI Worldwide Inc.,
o de alguna de sus subsidiarias en Estados
Unidos, otros países o ambos. Marcas de
terceros referenciadas son propiedad de
sus dueños respectivos.

ACS1338 07-21

Las reglas y estrategias personalizadas para el mercado estadounidense vieron cómo las tasas de aceptación del pago aumentaban un 7% estableciendo un nuevo record de aceptación hasta el 95%, a pesar del alto riesgo y la naturaleza inestable de este mercado para los nuevos participantes en el comercio electrónico.

ACI ha trabajado estrechamente con Mango durante los últimos cinco años para establecer qué herramientas y capacidades adicionales beneficiarían a su estrategia empresarial en evolución. Al integrar las capacidades de los socios en la solución de ACI, Mango se ha beneficiado de servicios especializados de valor añadido, como la identificación de dispositivos –Device ID check–, lo que ha dado como resultado una mejora en la precisión.