

Parcelas mensais podem aumentar suas vendas

Quebrar o preço total em parcelas mensais é uma técnica para ajudar potenciais clientes.

20/09/2016 16:23:57

Com o sucesso no encerramento das Jogos Olímpicos Rio 2016 o Brasil está na mente do mundo todo. Enquanto nós falávamos sobre quem conquistou a medalha de ouro, ninguém parou para pensar em quem compra ouro.

Mas essa questão é essencial para a joalheria brasileira Joias Gold que tem seu e-commerce rodando na plataforma VTEX .

Com o Brasil em recessão econômica, de acordo com o World Bank , itens de luxo, como alianças, anéis, brincos e colares de ouro, se tornaram difíceis de comercializar.

A empresa de joias teve que inovar para manter suas vendas. Com a ajuda da agência de brasileira de marketing digital CoreBiz , a marca focou em otimizar e reestruturar seu site visando a experiência do cliente.

Uma tentativa de satisfazer as necessidades dos clientes é avaliando as estratégias de preço. Uma vez que a economia brasileira passa por um momento difícil, a equipe de Customer Experience da CoreBiz se perguntou se a maioria das pessoas preferia pagar suas compras à vista ou de forma parcelada.

Para descobrir, Felipe Gomes (CXO & Partner) conta o processo para chegar até esse resultado: “Nossa equipe analisou o histórico dos últimos 10 meses de transações. Executamos um estudo de mercado e da jornada de compra do consumidor de joias, não só para esse teste, como para outras ações do cliente em 2016. Com base nesses dados, tivemos alguns insights bem interessantes. O resultado final foi bem animador”.

Com base nesses dados, a equipe suspeitou que as compras aumentariam se fosse amplamente destacado aos clientes que era possível pagar suas transações através de forma parcelada.

Hipótese: a equipe sugeriu retirar o preço total – incluindo no local a opção da prestação mensal – visando o aumento das compras de determinados produtos.

Configuração do teste:

Para teste, a equipe criou duas páginas diferentes para a adição de produtos no carrinho.

Na versão A, destacando o valor total, bem visível no grande texto preto, com a opção de parcela mensal que foi colocada embaixo em um texto menor, em verde. A página ficou assim:

Página com o preço total no lugar de destaque.

A diferença na versão B veio com uma mudança sutil, mas significativa: as informações do preço total foram removidas. A CoreBiz substituiu com informações em que a parcela foi destaque no grande texto verde. A página apareceu assim:

Página com preço total removido. Foco direcionado no parcelamento.

Teste de configuração: Para determinar como seriam exibidas as informações sobre preços e como elas impactavam na compra, os visitantes do site foram encaminhados para uma das duas versões; o tráfego foi dividido 80/20.

Os resultados:

Como esperado, enfatizando a opção de parcelamento houve um aumento significativo nas compras.

Comparando com a versão onde preço total era destaque, a variante das parcelas ganhou em todos os aspectos.

Foi levantado o seguinte:

- Engajamento: 1,6%
- Clique no botão de compra: 17,6%
- Número de compras: 57,4%
- Receita total: 825,7% – não, isso não é um erro de digitação!

Só resultados incríveis!

Análise:

De acordo com o analista de marketing de pesquisa Nick Kolenda, quando as pessoas avaliam custo de aquisição, seja consciente ou inconscientemente, é gerado um “preço de referência”. Este trabalho de pesquisa define o “preço de referência” como a quantidade que os clientes esperam pagar por um determinado produto.

Os preços de referência são baseados em fatores como compras anteriores, similares ou preços de

concorrentes. Para que o consumidor veja o preço baixo, ele precisa ser reconhecido como mais barato do que o preço de referência.

Quebrar o preço total em parcelas mensais é uma técnica para ajudar os potenciais clientes perceberem preço de compra como menos intimidante e mais atraentes.

Nesse caso, focar no parcelamento deu certo.

Mas isso pode ter sido por causa do público. Porque o Brasil está enfrentando tempos econômicos difíceis, a maioria dos clientes provavelmente percebeu que não têm dinheiro suficiente para uma parcela única. Então, eles preferiram pagar em parcelas mensais.

O mesmo pode não funcionar para todo tipo de produto ou serviço. Dependendo do que você está vendendo, seus clientes podem preferir pagar à vista. Tudo deve ser estudado e planejado.

Então, antes de implementar qualquer esquema de preço/parcelamento, cave fundo seus dados demográficos de público. Além de segmentação por dispositivo, sexo e localização.

Faça a si as seguintes perguntas:

Quais são os padrões de compra dos meus clientes?

Eles estão escolhendo parcelas mensais durante compras?

Em média, o quanto os meus clientes são propensos a comprar à vista?

Ao fazer uma compra grande, muitos consumidores gostam de saber o custo total. E, eles gostaram de ter informações suficientes para uma tomada de decisão consciente. Ou seja, se você ocultar detalhes importantes pode criar desconfiança.

A última dica: se você pode fazer algo parecer menos caro do que é – faça. Mas, que não crie clientes que não confiem em você ou tome atitudes que possam desvalorizar o seu produto.

Fonte: Which Test Won