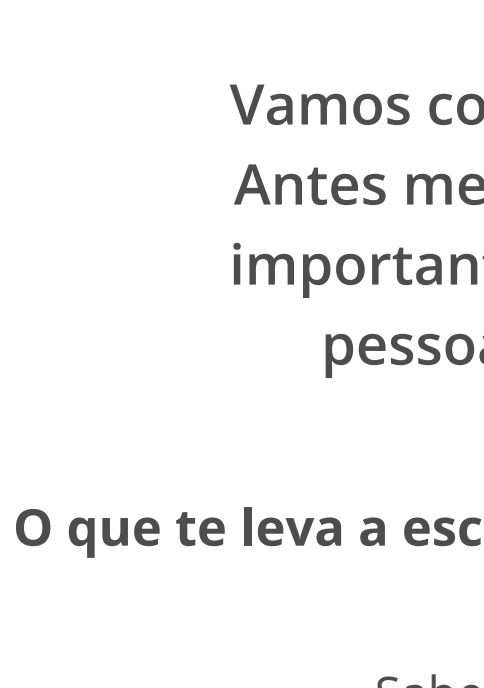


ABANDONO DE CARRINHO

O que faz com que as pessoas desistam de uma compra na última etapa?

O abandono de carrinho acontece quando uma pessoa está fazendo compras no e-commerce, seleciona os produtos que quer e, na etapa final, acaba desistindo da compra. Mas **o que leva esses consumidores a desistirem das compras?** Para compreender melhor o que está por trás disso e analisar o que pode ser feito para minimizar a taxa de abandono de carrinho, o Opinión Box entrevistou mais de 2 mil consumidores.

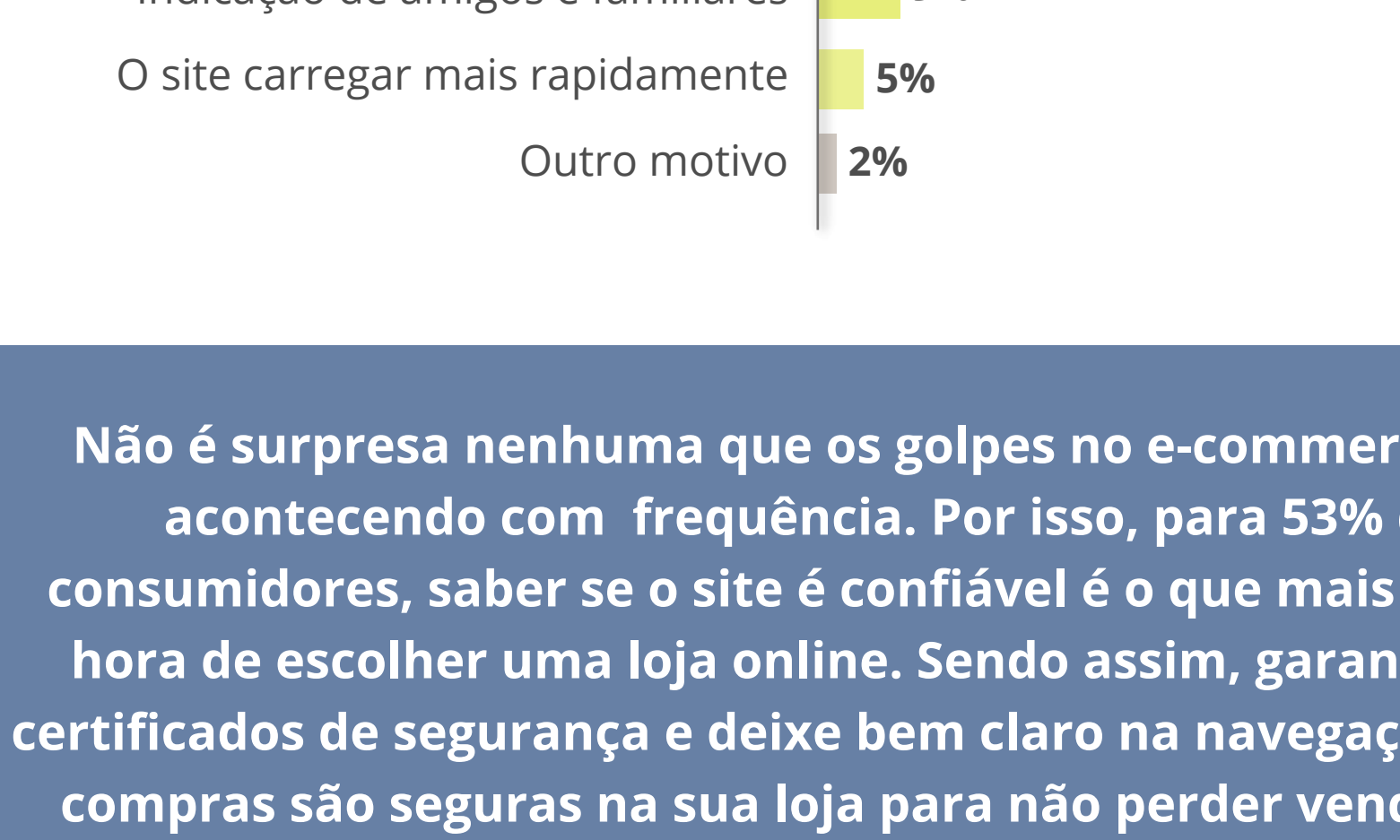
Confira os resultados e veja o que fazer para não perder vendas!



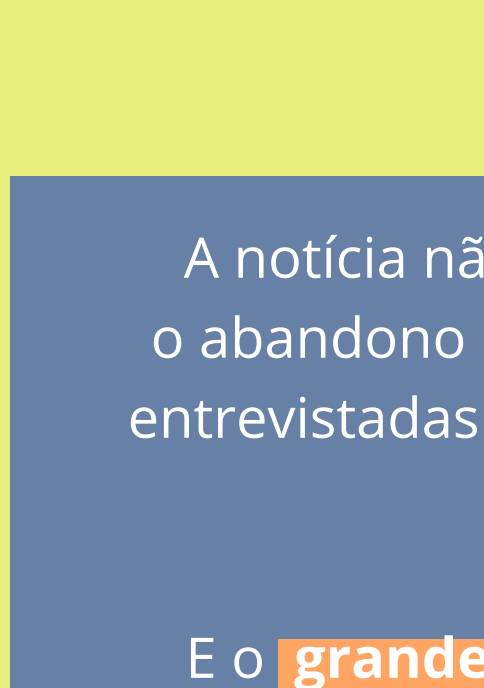
COMEÇANDO pelo início...

Vamos começar pelas etapas iniciais da jornada de compra. Antes mesmo de falarmos sobre o abandono de carrinho, é importante entendermos quais são os fatores que levam as pessoas a escolherem uma loja online para comprar.

O que te leva a escolher um site para comprar?



Não é surpresa nenhuma que os golpes no e-commerce vêm acontecendo com frequência. Por isso, para 53% dos consumidores, saber se o site é confiável é o que mais pesa na hora de escolher uma loja online. Sendo assim, garanta seus certificados de segurança e deixe bem claro na navegação que as compras são seguras na sua loja para não perder vendas, ok?



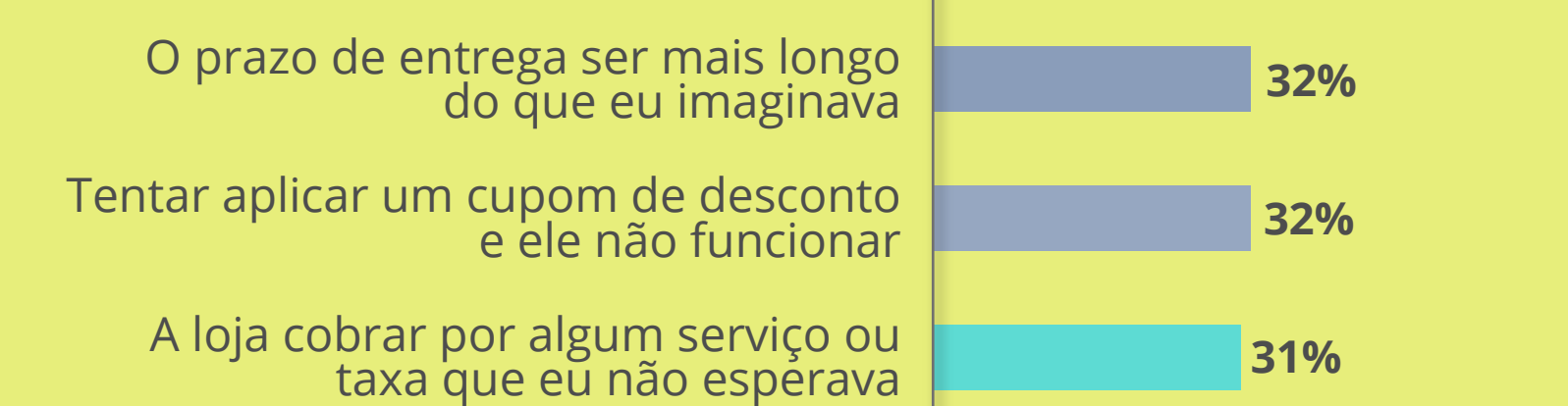
ABANDONO DE CARRINHO:

é comum? O que motiva?

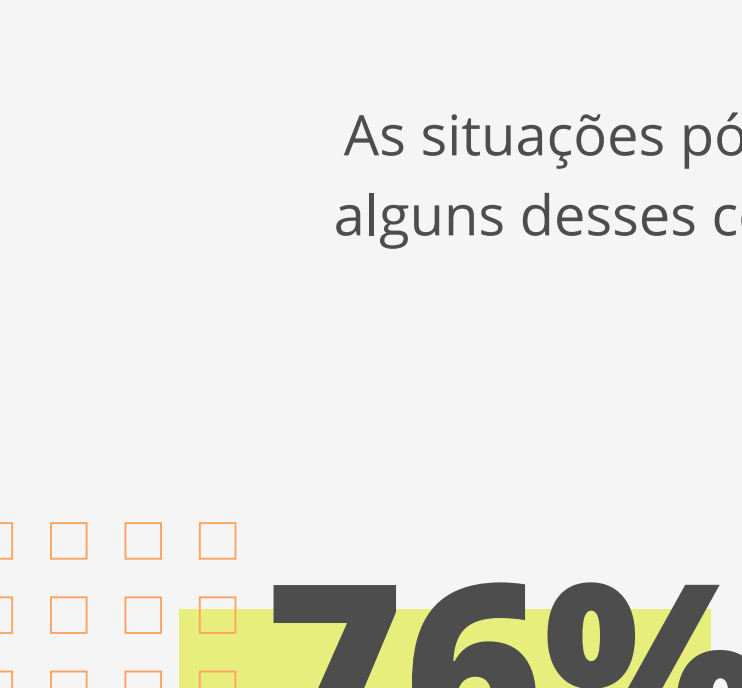
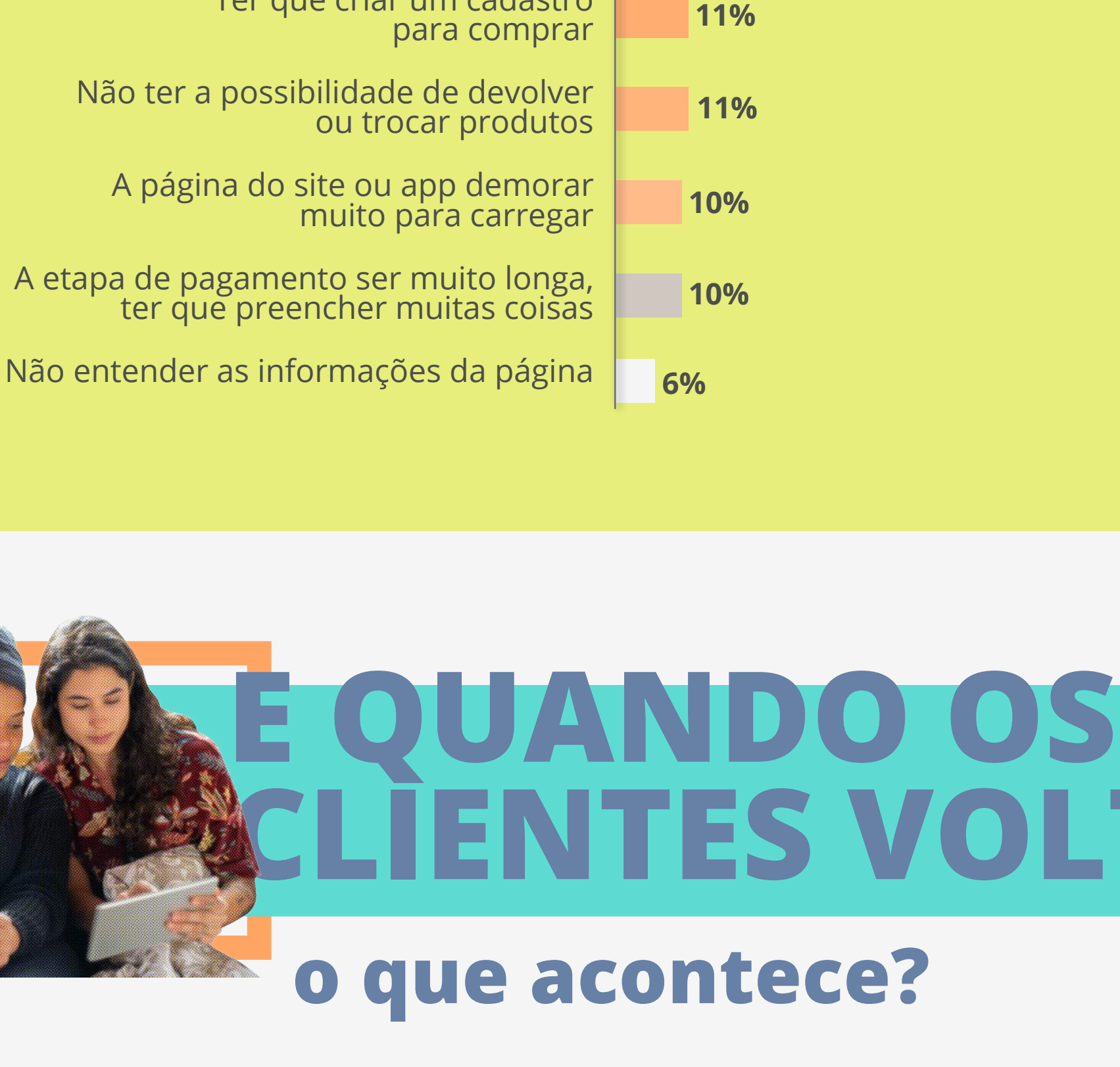
A notícia não muito boa para quem é do varejo online é que sim, o abandono de carrinho é real e muito frequente. 80% das pessoas entrevistadas têm o hábito de desistir da compra na reta final, sendo que 18% delas o fazem frequentemente.

E o **grande vilão do abandono de carrinho é o frete!** Além do preço de envio dos produtos, a concorrência também tem potencial para causar o abandono de carrinhos, já que o **preço mais baixo** no site vizinho leva seus “quase-clientes” para lá.

Você tem o hábito de escolher produtos na loja online, colocá-los no “carrinho” e desistir da compra?



Quais são os fatores que mais te levam a desistir da compra online quando os produtos já estão no carrinho?



E QUANDO OS CLIENTES VOLTAM,

o que acontece?

Agora uma boa notícia: **nem todo carrinho abandonado está perdido.**

Uma série de motivos pode levar a pessoa consumidora a voltar à loja e, quem sabe, finalmente finalizar a compra?

As situações pós-abandono de carrinho são diversas e nós investigamos alguns desses cenários, perguntando às pessoas o que já aconteceu com elas enquanto consumidoras.

76% já abandonaram o carrinho, **voltaram e compraram tudo** que havia nele

74% já abandonaram o carrinho, voltaram mas **os itens estavam mais caros**

55% já abandonaram o carrinho e **receberam cupons de desconto** por e-mail incentivando sua volta

79% já abandonaram o carrinho e **foram impactados de anúncios** dos itens abandonados

O que acontece é que nem todo mundo que abandona um carrinho, volta e o encontra da mesma forma. Muitos já encontraram os itens mais caros, mas uma boa parcela dos consumidores já recebeu um desconto especial para incentivá-los aquela compra. **E diante do desconto fica muito mais difícil resistir, não é mesmo?**

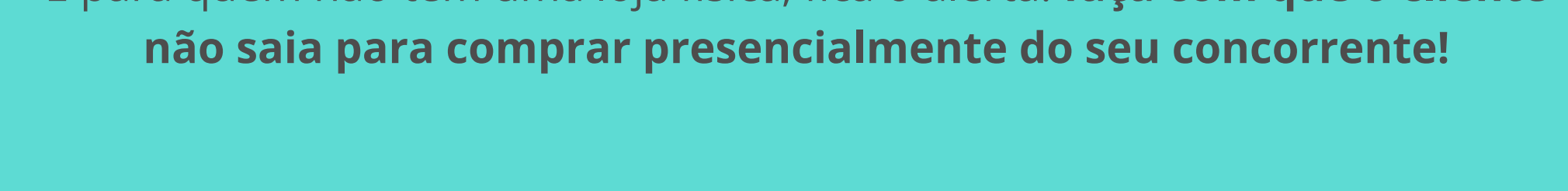
Quando você abandona o carrinho de compras e recebe um e-mail com descontos, qual a probabilidade de você voltar para comprar os produtos?



Dessa forma, para não perder consumidores, o lojista pode ter em mente que 7 em cada 10 consideram provável fazer a compra após um cupom de incentivo. Sendo assim, fica a dúvida: **será que alguns dos consumidores já abandonam o carrinho esperando o cupom?**

Mas o cupom não é a única opção, apesar de ter mais potencial de conversão. Descobrimos também que as estratégias de **retargeting**, ou seja, de exibir anúncios para pessoas que já interagiram com determinados produtos, pode fazer com que **46% comprem os produtos que já colocaram no carrinho**. É interessante perceber que, na edição anterior da pesquisa, realizada em 2022, essa proporção era de 40%.

Quando você abandona o carrinho de compras e vê anúncios e propagandas daqueles produtos, qual a probabilidade de você voltar para comprar os produtos?



ONLINE E PRESENCIAL:

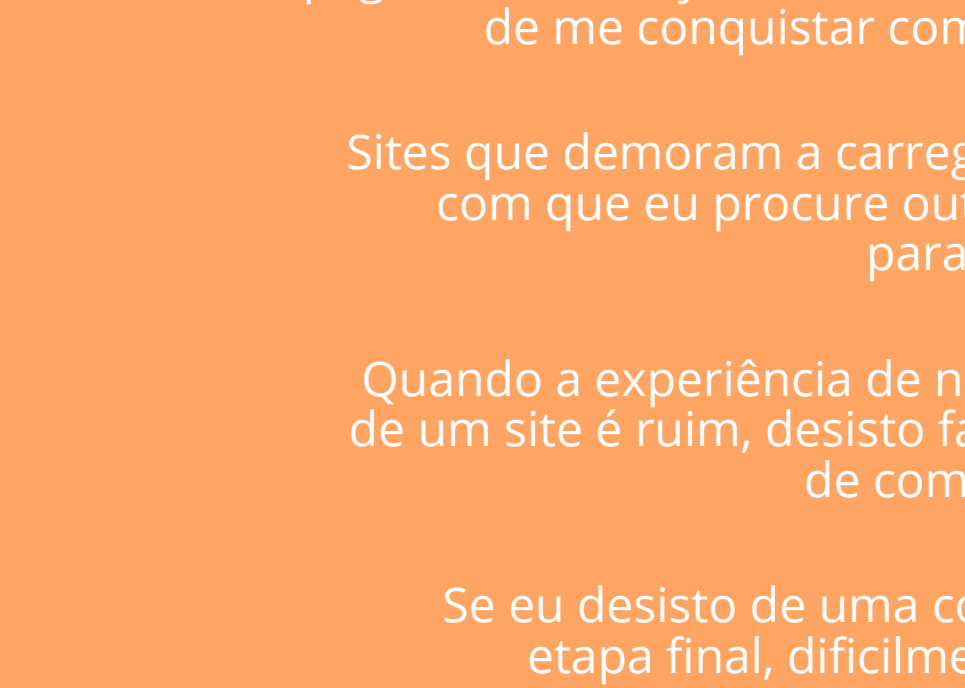
o futuro é omnichannel

Um dado que chamou bastante a atenção foi que **58% dos entrevistados já abandonaram o carrinho e foram atrás dos produtos na loja.**

Caso o cliente não tenha desistido da compra mas apenas mudado o canal, tudo bem. Você não está com grandes problemas. **Mas a sua loja física está preparada para receber quem vem do mundo digital?**

É por isso que tanto se fala em **estratégias omnichannel**. Ser omnichannel é integrar diversos canais e **combinar a experiência online com a offline**, oferecendo o melhor dos dois mundos para atender as pessoas na hora e local ideais para elas.

E para quem não tem uma loja física, fica o alerta: **faça com que o cliente não saia para comprar presencialmente do seu concorrente!**

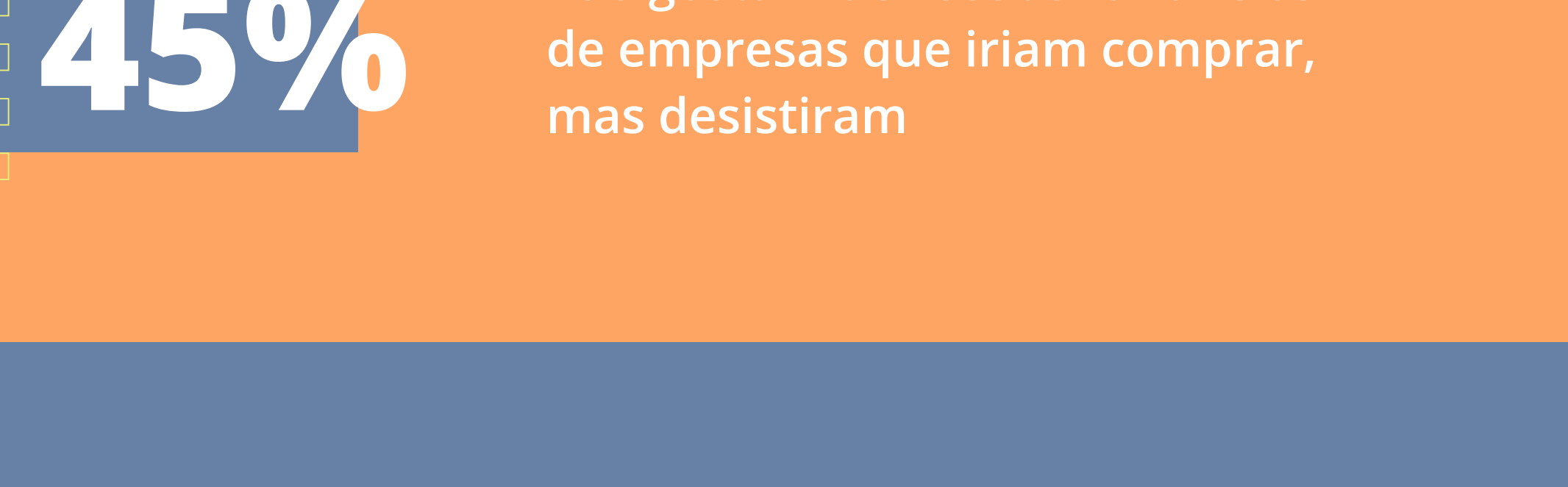


REFLEXÕES

sobre o abandono de carrinho

Para fechar a pesquisa, propusemos algumas reflexões a fim de conhecer ainda mais sobre o **comportamento dos consumidores**. Os dados reforçam alguns hábitos, como **a importância de ter um site confiável e que tenha boa usabilidade**, além de situações que podem causar o abandono de carrinho, como o valor do frete, o prazo de entrega ou taxas indesejáveis.

Melhor ainda, descobrimos também uma informação valiosa: **quanto mais rápida a etapa de pagamento do e-commerce, mais chance de conquistar clientes!**



83% desistem logo da compra se um site não parece confiável

72% desistem facilmente de comprar em um site que ofereça uma experiência de navegação ruim

45% não gostam de receber anúncios de empresas que iriam comprar, mas desistiram

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Sexo



48% Homens



52% Mulheres

Faixa etária

50 ou +

25%

16 a 29

33%

30 a 49

42%

Região

7%

26%

8%

44%

15%

Classe social

AB

16%

CDE

84%

AVISO LEGAL

O compartilhamento dos dados e análises contidos neste relatório são permitidos tanto em documentos públicos quanto privados, desde que acompanhados do devido crédito à fonte: Opinión Box: Pesquisa Abandono de Carrinho - Março/2023.

2.126 entrevistas com consumidores online
Margem de erro: 2,1pp . Coleta em fevereiro de 2023

opinionbox

Quer conhecer mais dados sobre o mercado de beleza, saúde e bem-estar ou investigar outros segmentos, levantando dados exclusivos?

CONHEÇA AS SOLUÇÕES DE PESQUISA DO OPINIÓN BOX

Siga:

Acesse: opinionbox.com . blog.opinionbox.com