

ABANDONO DE CARRINHO

2025

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 ambiente online, seleciona os produtos que quer e, na etapa final, acaba desistindo da compra. Mas o que leva os consumidores a desistirem? O que não está funcionando na experiência de compra? O Opinion Box foi atrás de respostas e entrevistou consumidores de todo o país, para revelar os motivos reais por trás desse comportamento.

CONFIRA OS RESULTADOS E VEJA O QUE FAZER PARA NÃO PERDER VENDAS!

AS PRIMEIRAS ETAPAS de uma compra

O processo de decisão começa muito antes do cliente colocar o produto no carrinho e, para evitar a desistência, é importante entender o que os atrai no início. Vamos ver 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?



Pode até parecer que o preço é o que mais atrai o consumidor atual, mas o que vem antes disso é a **confiança no site**. Não é surpresa nenhuma que os golpes no e-commerce vêm acontecendo com frequência. Por isso, para 57% dos consumidores, a preocupação é saber se o site é confiável para seguir com a compra online.

O que fazer com essa informação?

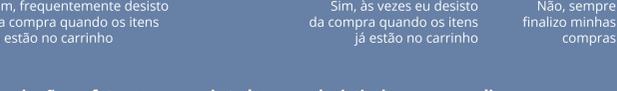
Habilite certificados de segurança e deixe bem claro na navegação que as compras são seguras na sua loja para não perder vendas. Além disso, sempre que puder, forneça informações claras e fotos reais dos produtos. Depoimentos de outros clientes também podem ajudar a passar mais segurança.

ABANDONO DE CARRINHO: é comum? O que motiva?

Para quem trabalha no varejo online, os números não são bons: quase 80% das pessoas entrevistadas têm o hábito de desistir da compra na reta final, sendo que 14% delas o fazem frequentemente.

O grande vilão do abandono de carrinhos em 2025 continua sendo o frete, que muitas vezes é mais caro do que o consumidor esperava. 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?

Muitas empresas acham que o abandono de carrinho é o fim da jornada de compra, mas **nem toda venda está perdida**. Às vezes o consumidor não desiste completamente da compra, ele só precisa de um incentivo para voltar e finalizar seu pedido.

As situações pós-abandono de carrinho são diversas. Enquanto 76% perceberam itens mais caros após desistirem de uma compra online, outra parcela das pessoas consumidoras já receberam anúncios e ofertas para incentivar a compra.

84% dos consumidores já foram impactados por **anúncios e propagandas** dos produtos, após abandonarem seus carrinhos.

61% já receberam **e-mails das lojas oferecendo desconto**, após deixarem itens no carrinho.

80% disseram já ter **comprado todos os itens** de um carrinho abandonado.

Agora, imagine que você abandona o carrinho e, pouco tempo depois, começa a ver anúncios e propagandas dos mesmos produtos. Isso faria diferença na sua decisão de voltar e concluir a compra? O retargeting até ajuda a ser lembrado pelo consumidor, mas a grande jogada está em outra estratégia.

Diante de descontos fica muito mais difícil resistir a uma compra, não é mesmo? Os lojistas podem ter em mente que mais da metade dos consumidores 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 cupom? 🤔

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



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



A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO e o impacto no abandono de carrinhos

Já desistiu de uma compra porque o site estava difícil de navegar? Se sim, você faz parte dos 72% de pessoas consumidoras que afirmam que **quando a experiência de navegação em um site é ruim, desistem facilmente de concluir a compra**.

Na internet, a paciência do consumidor é bem curta. Se o site for complicado, demorar para carregar ou não for fácil de navegar, já são pontos negativos para a experiência de compra.

Isso levanta uma pergunta importante: o que você está fazendo para garantir que seu site não seja o motivo de um carrinho abandonado?

Às vezes, são pequenos ajustes que fazem toda a diferença para quem está do outro lado da tela. Tenha sempre em mente: a experiência do cliente deve ser fácil, rápida e sem frustrações no ambiente digital.

O FUTURO É omnichannel

Você sabia que **60% dos consumidores já abandonaram carrinhos virtuais e compraram o mesmo produto presencialmente?**

O consumidor de 2025 espera uma experiência que seja simples, independente de estar comprando de casa ou indo até a loja. Se ele não encontra o que precisa no site, ele pode simplesmente desistir e resolver tudo em uma loja física. O que é mais importante para ele é começar e finalizar a compra onde for mais conveniente.

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

O QUE FAZER COM ESSA INFORMAÇÃO?

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

E para quem não tem uma loja física, fica o alerta de oferecer uma boa experiência de compra para que o cliente não compre presencialmente do 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.

No final das contas, a chave está em tornar a experiência de compra mais fluida, criando assim mais oportunidades de conversão.



PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Sexo
47% Homens
53% Mulheres

Faixa etária
50 ou + 26%
16 a 29 30%
30 a 49 44%

Região
8%
25%
8%
44%
15%

Classe social
AB 14%
CDE 86%

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: Opinion Box: Pesquisa Abandono de Carrinho - Agosto/2025.

1.000 entrevistas online

Margem de erro: 3pp . Coleta em Junho de 2025

opinion box

Quer fazer sua própria pesquisa? **CONHEÇA AS SOLUÇÕES DO OPINION BOX**

Siga:

Acesse: opinionbox.com . blog.opinionbox.com