



Carrinhos abandonados são mensagens do comprador

Por que o comprador desistiu?

Para trazê-lo de volta, tome atitudes de aproximação e atendimento.

Ofereça descontos, garantias e use o remarketing.

O cliente entra na sua loja, escolhe um produto, coloca no carrinho de compras, e de repente por algum motivo desiste e fecha a página.

Pode ser que ele volte mais tarde? Pode ser, tomara que sim.

Mas há muitos outros detalhes que atrapalham a venda.

Os mais comuns:





- **Preencher cadastro.**
Muitos clientes desistem ao ter que criar uma conta para finalizar a compra.
- **Frete.**
Frete e custos inesperados assustam o cliente.
- **Checkout demorado.**
Um processo de pagamento enrolado faz o cliente desistir.
- **Dúvidas sobre o produto.**
Falta de informações sobre o produto ou dúvidas sobre a qualidade geram insegurança.
- **Preço.**
O cliente pode encontrar mais barato em outro lugar.

Há como superar estes motivos e não perder outras oportunidades.

Veja estas estratégias para recuperar vendas:

- **Melhorar o checkout.** Simplifique o processo, com o mínimo de campos possíveis. Ofereça opções de pagamento variadas. Utilize um checkout de um passo. Garanta a segurança das informações do cliente.
- **Frete grátis ou com valor reduzido.** O frete grátis é um grande atrativo. Ofereça para compras acima de um determinado valor.
- **Mostre as avaliações de outros clientes.** Avaliações positivas (verdadeiras) ajudam a aumentar a confiança do cliente. Incentive seus clientes a deixar avaliações sobre os produtos.

continua >>>





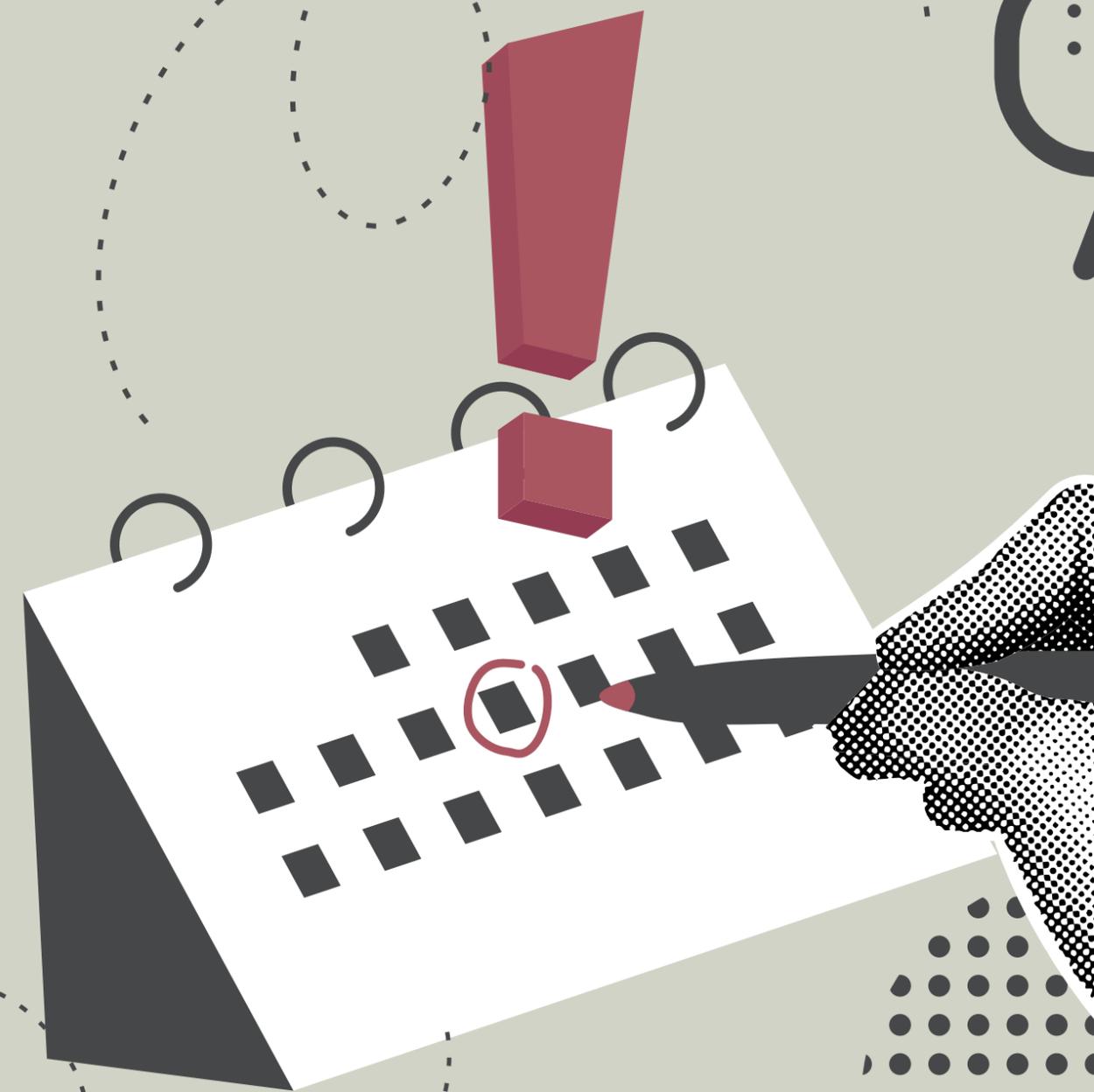
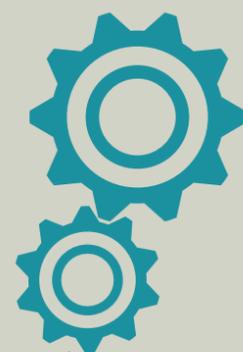
- **Chatbots para tirar dúvidas.** Chatbots podem tirar dúvidas dos clientes em tempo real e agilizar o processo de compra. O atendimento online aumenta as vendas.
- **Ofereça garantia de satisfação.** A garantia de satisfação é um compromisso que uma empresa assume com seus clientes, prometendo que eles ficarão satisfeitos com o produto ou serviço adquirido. Caso o cliente não esteja contente, a empresa se compromete a oferecer uma solução, que pode ser a troca do produto, a devolução do dinheiro ou algum outro tipo de compensação.
- **E-mails de recuperação de carrinho.** Envie e-mails personalizados para os clientes que abandonaram o carrinho, lembrando-os dos produtos que deixaram para trás e oferecendo um incentivo para finalizar a compra, como um desconto ou frete grátis.

Entenda o que é o **remarketing**

Outra estratégia para atender o cliente que abandonou o carrinho cheio é o remarketing.

Funciona através da coleta de dados dos visitantes do seu site. É eficaz para reconquistar clientes perdidos e aumentar as vendas.

O **remarketing** é uma estratégia para reconquistar clientes que demonstraram interesse em seus produtos ou serviços, mas ainda não finalizaram a compra. Permite que você crie anúncios visando usuários em outras plataformas, como Google, Facebook e Instagram.





Como as plataformas reconhecem os visitantes do seu site para **exibir anúncios?**

A magia por trás do **remarketing** reside em pequenos códigos chamados pixels ou tags.

Quando um usuário visita seu site, esse código é inserido no navegador dele.

Ele coleta informações sobre a jornada do usuário, como as páginas visitadas, produtos visualizados e ações realizadas.

Com base nessas informações, as plataformas de publicidade criam um perfil de cada visitante.



Mas como isso funciona na prática?

Imagine que um usuário visita sua loja online e adiciona um par de tênis ao carrinho, mas sai sem finalizar a compra. O pixel instalado no seu site coleta essa informação e cria um público personalizado.

Por exemplo: "pessoas que adicionaram tênis ao carrinho".

Ao configurar uma campanha de remarketing, você pode escolher esse público e criar um anúncio específico para esses usuários, oferecendo um desconto especial ou lembrando-os do produto que eles deixaram no carrinho.



QUER SABER MAIS

Central de Relacionamento

0800 570 0800

www.sebrae.com.br