

BASE DE CONHECIMENTO · DOCUMENTO PÚBLICO

Carrinhos abandonados na loja online: porque se desiste e como recuperar alguns

Lojas Online

CÓDIGO

RLX-MZ-KB-4950

VERSÃO

v2026.10.10

PAÍS · IDIOMA

Moçambique · Português

MozOut Moçambique

RLX Holdings, S.A. · Grupo RLX Holdings

NUIT 401 191 607 · NUEL 105 045 974 · CAE 62022

<https://www.my.mozout.com/knowledgebase/4950>



Alguém escolhe um produto, põe-no no carrinho e desaparece. É normal: a maior parte das visitas a uma loja não acaba em compra. O que vale a pena é separar as desistências que se evitam das que não. Faz-se em dois tempos: **tirar os motivos de desistência** e, só depois, **tentar recuperar** quem saiu.

Porque é que se desiste

Motivo	O que fazer
Custos que aparecem só no fim (portes, imposto)	Mostre-os cedo. Veja portes e entregas no WooCommerce e impostos no WooCommerce .
Obrigação de criar conta	Permita comprar como convidado. Nas definições de Contas, o WooCommerce deixa escolher.
Formulário comprido	Tire os campos de que não precisa. Cada campo a mais é uma razão para sair.
Falta o meio de pagamento que o cliente usa	Pergunte aos clientes o que têm no telemóvel. Veja uma loja com meios de pagamento locais .
Pagamento que falha	É a causa mais cara. Veja erros na finalização da compra .
Página lenta, sobretudo no telemóvel	Veja o que faz mesmo diferença na velocidade .
Falta de confiança	Contacto visível, política de devoluções escrita e cadeado em todas as páginas.

Recuperar quem saiu

1

Perceba o que o WooCommerce faz e não faz. Sozinho, não envia nenhum lembrete a quem abandonou o carrinho. Só vê as encomendas que chegaram a ser criadas, em estado «pendente de pagamento».

2

Escolha a ferramenta. Há plugins que guardam o carrinho de quem deixou o e-mail e enviam um lembrete, e pode também montar um fluxo próprio, por exemplo com o n8n num VPS seu (veja **n8n e WordPress**).

3

Só escreva a quem consentiu. Se a pessoa não deixou o e-mail com consentimento para ser contactada, não lhe escreva. Veja **dados dos clientes na loja**.

4

Escreva uma mensagem curta e útil. O nome do produto, uma ligação directa para voltar ao carrinho e uma linha a dizer como pedir ajuda. Sem inventar urgências falsas.

5

Envie uma só vez, ou duas no máximo. Mais do que isso passa a insistência e atira o domínio para o lixo: veja **e-mail marketing sem queimar o domínio**.

6

Meça. Conte quantas encomendas vieram dessas mensagens, nas análises da loja (**onde ver as vendas**).

Um desconto automático «para quem abandonou» ensina os clientes a abandonar de propósito. Se quiser dar um incentivo, dê-o com limite e para quem nunca comprou. Veja **cupões no WooCommerce**.

Comece pelo contacto humano. Numa loja pequena, uma mensagem no WhatsApp a quem deixou um pedido pendente recupera mais do que uma automação montada às pressas, e é um primeiro teste do que as pessoas perguntam. Veja **o botão de WhatsApp no site**.

Quer saber se o problema está no servidor e não no cliente? Diga-nos o endereço da loja e quando viu mais desistências, e olhamos para os registos.

Abrir um pedido de suporte

VEJA TAMBÉM

Erros na finalização da compra

E-mail marketing sem queimar o domínio

Uma loja que aguenta: o que fazer antes de abrir



Versão online deste documento

A MozOut é uma empresa líder em serviços de internet, com a missão de ajudar negócios a nascerem e prosperarem por meio da tecnologia.

2020

FUNDADA

37 mil+

CLIENTES

130+

INSCRIÇÕES POR DIA

MozOut Moçambique

RLX Holdings, S.A. • Grupo RLX Holdings

NUIT 401 191 607

NUEL 105 045 974

CAE 62022

SEDE Bairro 7 de Setembro
Vilankulo 1304 • CEP 0411-02, Inhambane, Moçambique

CONTACTOS info@mozout.com • +258 84 635 1111 • +258 86 635 1111 •
www.mozout.com

HORÁRIO 2ª. à 6ª. Feira - 08 à 16 Horas
Sábado & Domingo - Fechado