interweb

Gerado a 15/11/2026 00:29

BASE DE CONHECIMENTO · DOCUMENTO PÚBLICO

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

Clientes, e-mails e políticas

CÓDIGO	VERSÃO	PAÍS · IDIOMA
RLX-AO-KB-1604	v2026.10.10	Angola · Português

Interweb Angola
RLX Angola, Lda. · Grupo RLX Holdings
NIF 500 260 5724 · Matrícula 26464-25/250724

https://www.meu.interweb.ao/knowledgebase/1604

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

Clientes, e-mails e políticas Criado em **10 de outubro de 2026** 3 min de leitura



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**.

PRECISA DE AJUDA?

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**

interweb

Interweb Angola

RLX Angola, Lda. · Grupo RLX Holdings

NIF	500 260 5724
MATRÍCULA	26464-25/250724
SEDE	Rua Direita do Patriota, Bairro Dangereux Belas, Luanda, Angola
CONTACTOS	info@interweb.ao · +244 942 011 191 · www.interweb.ao
HORÁRIO	2ª. à 6ª. Feira - 08 à 16 Horas Sábado & Domingo - Fechado

Versão online deste documento

RLX-AO-KB-1604 · v2026.10.10 · Gerado a 15/11/2026 00:29