

5 dicas infalíveis para um checkout bem-sucedido no e-commerce

O processo de conclusão de compra já é complicado o suficiente, sem levar em consideração os critérios do cliente. Estima-se que 4 trilhões de dólares em mercadorias deixarão de ser comprados online em 2015. Não contribua para este número com uma experiência de checkout falha. Estas cinco dicas vão ajudar a garantir que esse processo seja realizado sem problemas.

Dica nº 1: Remova todas as barreiras desnecessárias.

Hoje, 92% das organizações suspeitam que os dados de clientes e prospects podem ser imprecisos de alguma maneira. Isso pode levar ao desperdício de recursos, perda de produtividade, gasto desnecessário com comunicações e, consequentemente, perda de receita.

- **Não exija que o cliente crie um nome de usuário e uma senha.**
- **Não inclua muitos campos de preenchimento obrigatório.**
- **Ofereça uma opção de checkout para visitantes.**
- **Tenha um botão Voltar durante a conclusão da compra.**

Os clientes estão à procura de um processo de conclusão de compra rápido e simples. Se seu objetivo é aumentar sua base de clientes ou minimizar as desistências, não afete, de forma negativa, a experiência do usuário tentando coletar dados desnecessários.

Dica nº 2: Evite processos desnecessários e custos extras de envio.

Um checkout bem-sucedido deve ser eficiente e ininterrupto, tanto para o cliente quanto para a empresa. Ter uma solução de verificação de endereço em tempo real e que possa verificar a precisão dos dados no momento em que o cliente os fornece, reduz o risco para seu banco de dados e evita processos e custos associados às informações de contatos incorretos.

- **Verifique a precisão de domínios de e-mail, endereços e números de telefone conforme eles são coletados no ponto de entrada.**

As consequências desagradáveis de ter informações incorretas do cliente podem incluir reenvio de pacotes, diminuição na satisfação do cliente e gastos adicionais de tempo para remover manualmente dados de cada contato incorreto ou incompleto do banco. Não, obrigado!

Dica nº 3: Elimine surpresas.

Não subestime as expectativas do cliente. Eles esperam, no mínimo, um site que funcione corretamente, sem interrupções e que quaisquer custos adicionais – por exemplo, custos de envio, impostos, taxas – sejam especificados já no carrinho.

- **Não inclua custos de envio surpresa no final do checkout.**
- **Não use sites e páginas que expirem.**
- **Forneça diversas opções de entrega.**
- **Forneça informações sobre preços na moeda do usuário.**

Dica nº 4: Envie e-mails personalizados de lembretes de carrinhos abandonados.

Embora os carrinhos de compras abandonados sejam desmotivantes, na verdade, oferecem oportunidades para reativar processos de pagamento e campanhas de marketing. Mas seu banco de dados de lista de e-mails deve ser preciso para garantir que esses e-mails de lembretes cheguem ao destino correto.

- **E-mails personalizados de carrinhos abandonados têm taxas de transação 25% maiores do que os e-mails não personalizados.**
- **52% dos clientes, com idade entre 18 e 29 anos, acham os e-mails de lembrete de carrinho úteis.**
 - **Os lembretes de carrinhos abandonados entregues em uma série de três e-mails têm aumentado mais de 50% nas taxas de conversão em comparação ao envio de apenas um e-mail de lembrete.**
- **Cerca de 50% de todas as faixas etárias espera receber um e-mail de lembrete.**
 - **Incluir ofertas como frete gratuito e descontos nos e-mails de lembretes aumentam as taxas de transação em quase 55%.**

Dica nº 5: Crie uma experiência de checkout perfeita para simplificar e agilizar o processo de pagamento.

Os clientes precisam ter certeza de que a satisfação e a experiência do usuário são suas prioridades.

O preenchimento prévio das informações de pagamento dos clientes reduzirá as chances de ter um processo de checkout com problemas ou negativo.

- **Use os recursos de preenchimento automático ou com um clique em seu processo de conclusão de compra.**
- **Evite redirecionar os clientes para fora de seu e-commerce ou para outro site para concluir uma transação.**

Existe uma psicologia que explica o porquê de os consumidores serem tão relutantes em gastar dinheiro, por isso, o processo de conclusão de compra deve ser estimulante, orientado e motivador.

Oferecemos a você 5 dicas infalíveis para garantir um processo de checkout bem-sucedido, mas a base de uma excelente experiência do cliente sempre começa com a coleta de dados precisos de forma eficiente e a preservação da integridade do banco de dados dos clientes.

Não considere apenas nosso ponto de vista. Veja como a overstock.com aperfeiçoou seu processo de checkout e reduziu drasticamente os custos com atendimento ao cliente ao melhorar a qualidade dos dados:

<https://www.edq.com/case-studies/overstock/>.