

# Abandono de carrinho

*Jornada do cliente*

UXR Team

**banQi**  
CASASBAHIA



**01**

## Metodologia

Sobre o desenvolvimento da pesquisa

**02**

## Jornada de compra

Entrada no shopping

**03**

## Analises

Dados Quantitativos e Qualitativos

**04**

## Principais descobertas

Quais as oportunidades encontradas?

# 01 – Metodologia

---

Foram lançados dois questionários para coleta de dados quantitativos em dois perfis de usuários, para informar a percepção da jornada de compra.



## Perfil 01 (QT1)

Pessoas que pesquisam produtos mas não inserem no carrinho.



## Perfil 02 (QT2)

Pessoas que inserem produtos no carrinho, mas não compram.

# Perfil de consumidores shopping banQi

## Antenados

Utilizam cartões de crédito para compra, procuram benefícios e esperam o melhor momento para compra de produtos, participam de programas de pontos, clubes, milhas e buscam cashback.

## Emergentes (Intermediários)

Consumem e compram a partir da busca por descontos, promoções, compras online e física. Utilizam tanto o cartão de crédito como outros benefícios de pagamento como o cdc.

## Cautelosos

Não comprometem o cartão de crédito com compras, preferem pagamentos em lojas físicas e utilizam o **carnê**, procuram facilidades para o pagamento que tenham pouco impacto de gastos, renda ou cartão de crédito.

O **cdc** (*loja física*) hoje é o principal evento de entrada de usuários no banQi.



# Coleta de dados

---



Perfil QT1

**3207**

Respondentes



Perfil QT2

**3380**

Respondentes



Total

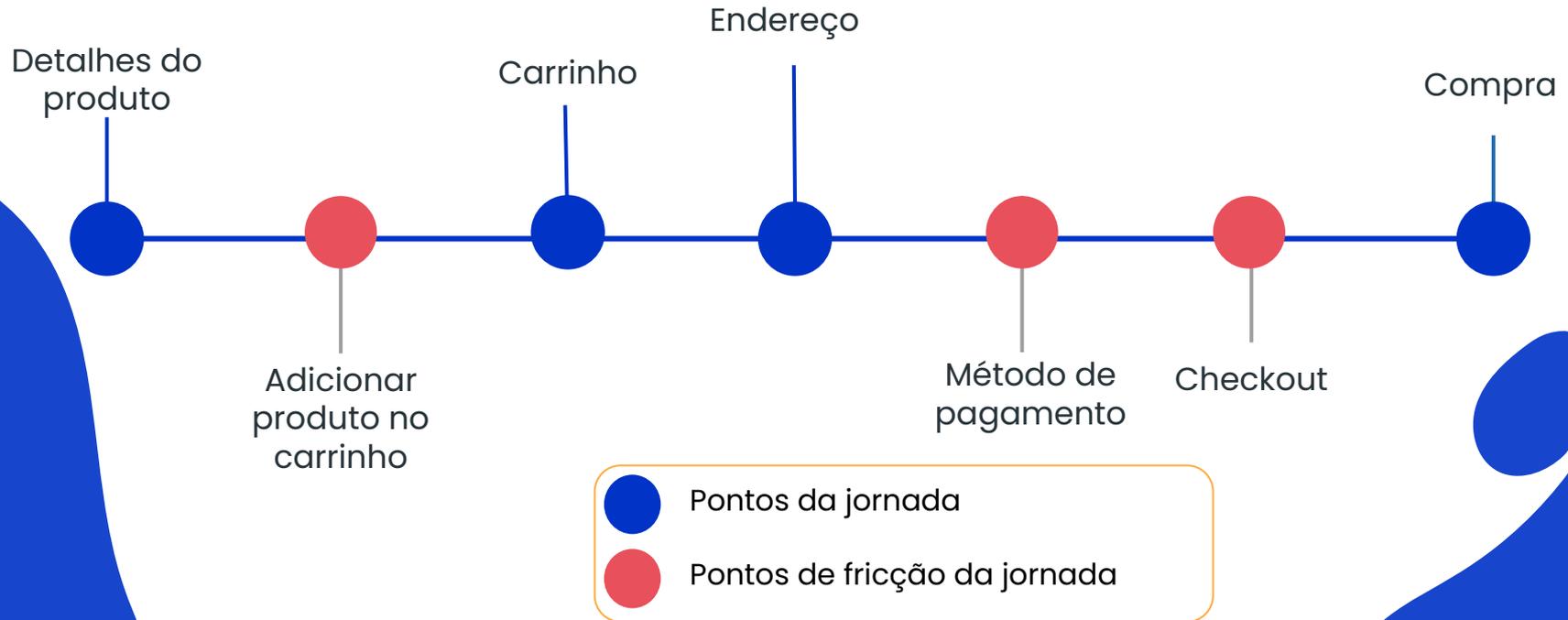
**6587**

Respondentes

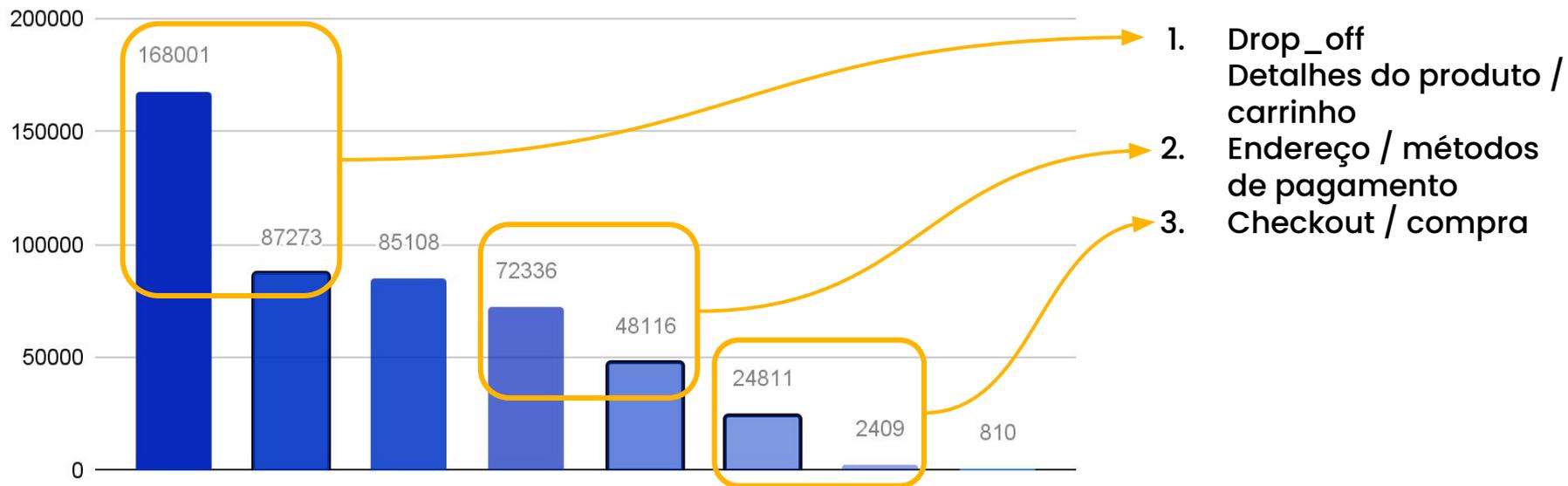
Período de coleta: 16/05/2022 á 09/08/2022

# 02 – Jornada de compra

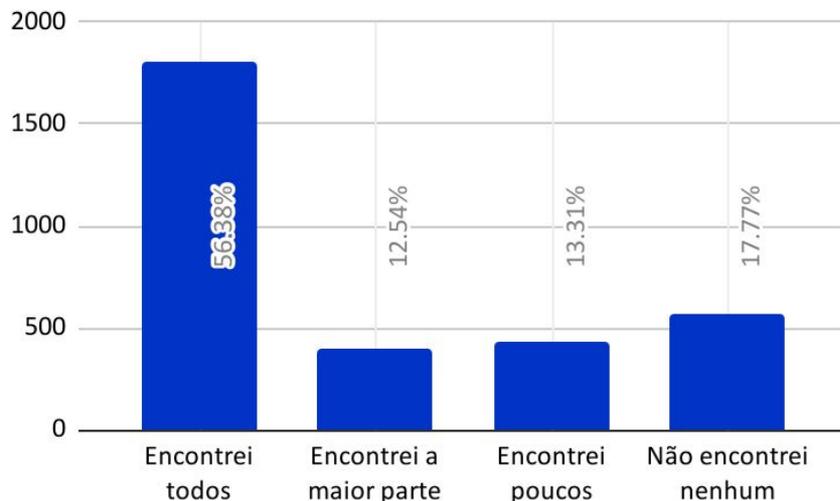
---



# Funil conversão geral – Baixa conversão



# 03 – Análise Quantitativa QT1



56%

Disseram ter encontrado os produtos que estavam na buscando

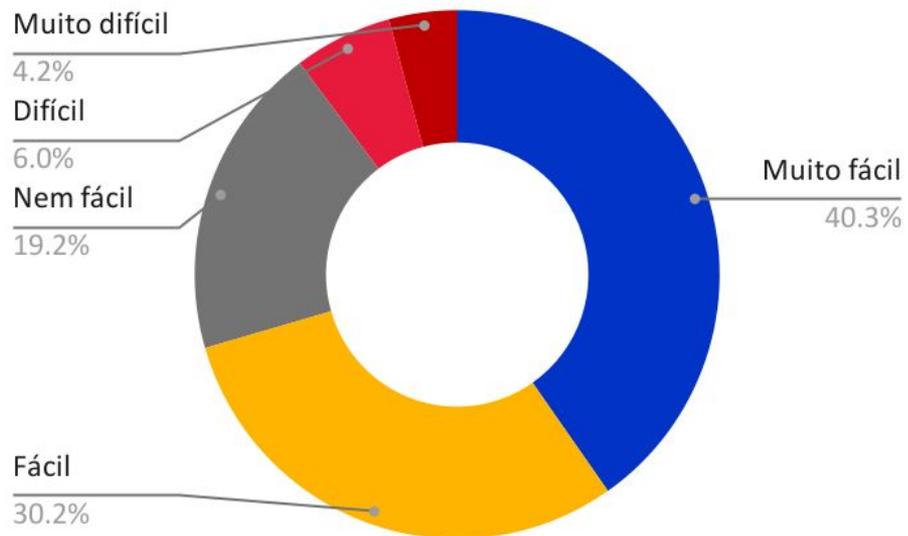
17,7%

Disseram não ter encontrado o produto

## Você encontrou os produtos que precisava?

44% dos usuários demonstram ter algum grau de dificuldades para encontrar o produto que estavam buscando no shopping banQi.

# Análise Quantitativa QT1



40%

Dos usuários definem como **Muito fácil** encontrar os produtos no shopping banQi

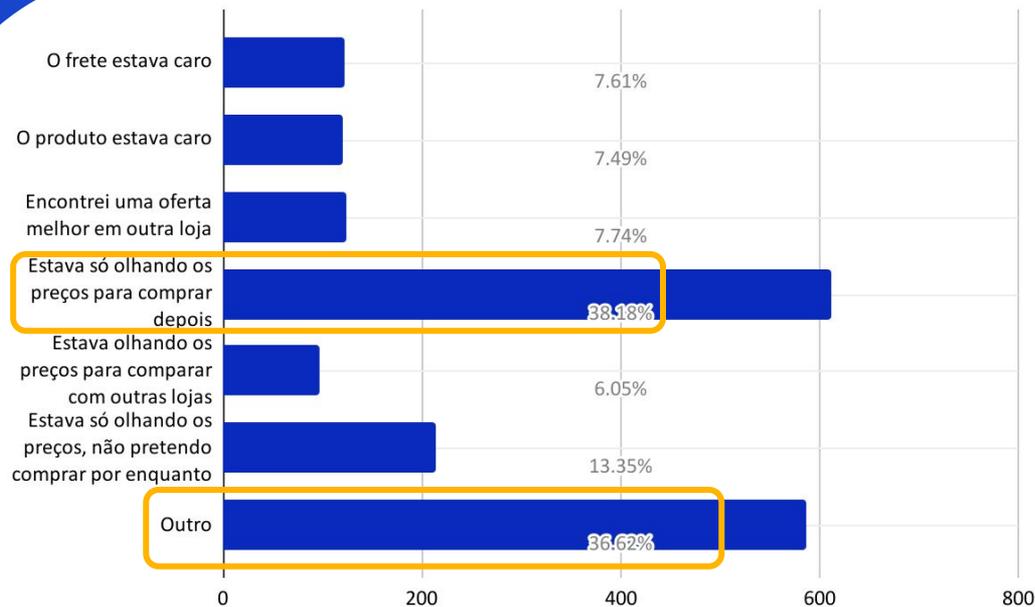
10,2%

Dos usuários definiram como **difícil** ou **muito difícil** encontrar produtos no banQi

## Encontrar produtos no shopping banQi é...

Para 70.51% dos usuários definiram a busca como fácil ou muito fácil, os mesmos não continuam a jornada para compra, incluindo o produto no carrinho. Encontramos, aqui, um indício de outras motivações para a não inclusão do produto no carrinho.

# Análise Quantitativa QT1



38,1%

Disseram apenas estar "olhando os preços para comprar depois"

36,6%

Preferiram marcar a opção de "outro", indicando dificuldades em mais aspectos na jornada de compra, não apresentados nas marcações da questão.

Para finalizar, por que você ainda não comprou o(s) produto(s) que encontrou? Marque os dois principais motivos.

# Análise Quanti – Quali

---

Para finalizar, por que você ainda não comprou o(s) produto(s) que encontrou? Marque os dois principais motivos.

**Para aqueles que marcaram a opção de “outro” estes foram os principais temas apresentados.**

## Carnê digital

44,6% dos comentários são pedidos de inclusão para uma opção de pagamento com carnê digital.

## Sem limite

14,4% Não tiveram a compra aprovada por falta de limite no cartão ou por estar “sem dinheiro”.

## Opções de pagamento

13,9% pediram mais formas de pagamento como adicionar mais de um cartão de crédito para compra, como também o pedido de cartão de crédito pelo banQi.

## Dificuldades com o aplicativo

14,4% disseram não conseguir utilizar o aplicativo por “travamentos”, “bug” ou dificuldades para entender as informações

# Análise Quantitativa QT1



34,1%

Disseram estar apenas olhando o produto para depois efetivar uma compra.

20,25%

Preferiram marcar a opção de "outro", indicando dificuldades em mais aspectos na jornada de compra, não apresentados nas marcações da questão.

Para finalizar, por que você ainda não comprou o(s) produto(s) que encontrou? Marque os dois principais motivos.

# Análise Quali-Quanti

---

## Bug no APP

20,6% dos usuários encontraram dificuldades dentro do aplicativo para finalizar as compras

## Pagamentos

12% dos usuários pediram mais de um tipo de pagamento

## Carnê digital

43,9% dos usuários pedem o carnê digital

## Juros altos e entrada

7,2% disseram que não tinham dinheiro para entrada e que viam os juros altos

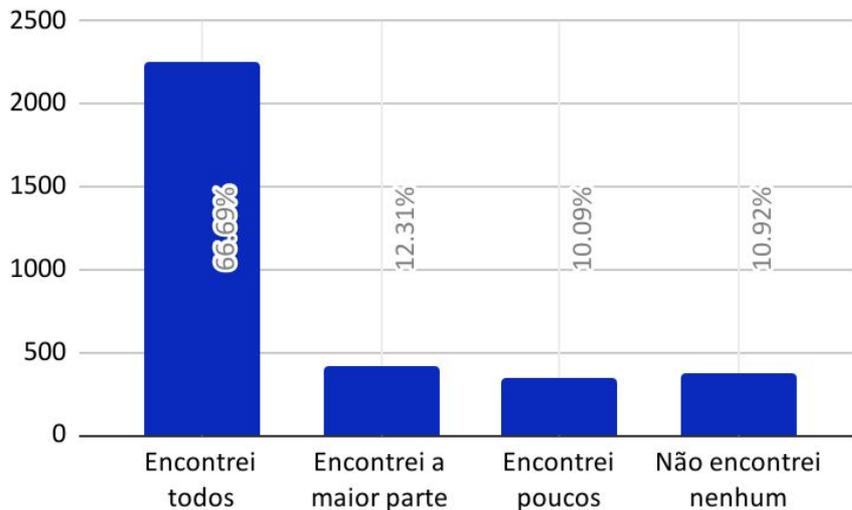
## Sem limite

14% não tinham limites no cartão de crédito para compra

## Produto indisponível

4,8% dos usuários indicaram que o produto não está disponível para compra.

# Análise Quantitativa QT2



66,6%

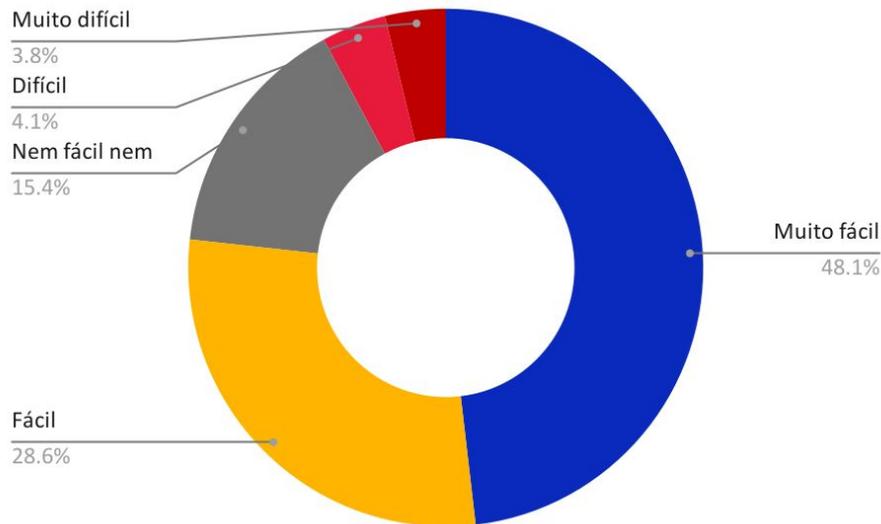
Encontraram o produto que procuravam.

10,9%

Não encontraram nenhum.

Você encontrou os produtos que precisava?

# Análise Quantitativa QT2

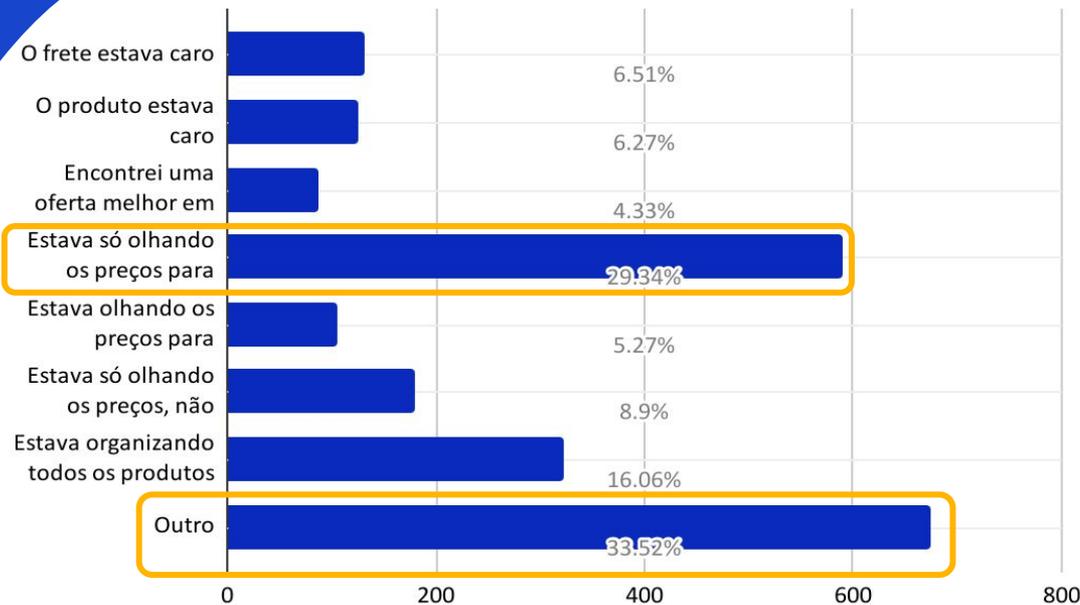


**48%**  
Disseram ser muito fácil encontrar os produtos no shopping banQi

**7,9%**  
Disseram ser difícil ou muito difícil encontrar os produtos.

Encontrar os produtos no shopping é...

# Análise Quantitativa QT2



29,3%

Dos usuários estavam apenas olhando os produtos.

33,5%

Preferiram comentar os problemas para a não finalização da compra.

Para finalizar, por que você ainda não comprou o(s) produto(s) que encontrou? Marque os dois principais motivos.

# Análise Quantitativa QT2



28,9%

Disseram que estão olhando os preços para comprar depois.

23,3%

Preferiram marcar a opção de "outro" para a questão

Para finalizar, por que você ainda não comprou o(s) produto(s) que encontrou? Marque os dois principais motivos.

# Análise Quanti – Quali

---

## Carnê Digital

33,5% dos comentários remete o pedido do carnê digital

## Sem Limite para compra

12,6% disseram não ter limite para compra

## Indisponibilidade do produto

11,9% dos respondentes disseram que o produto estava indisponível para compra

## Opções de pagamento

16% pedem mais formas para pagamento

## Bug no app

9,7% disseram ter problemas no aplicativo

## + Informações

Dificuldades com endereço, não ter certeza das informações de cashback, não entender o “pedidos de pagamento da entrada”, não encontrou mais a “promoção” para o produto.

# Highlights

---

" Não entendi a forma de pagamento"

"Dificuldade de fazer a compra!"

"Queria pagar com carnê digital, mais não encontrei a opção"

"Encontrei tudo que queria mais não consegui concluir a compra"

"Quero dar uma entrada e pagar o restante no cartão de crédito mas não tem a opção de pix ou boleto pro valor q vou dar entrada"

"Não tô conseguindo realizar a compra, tá dando erro!"

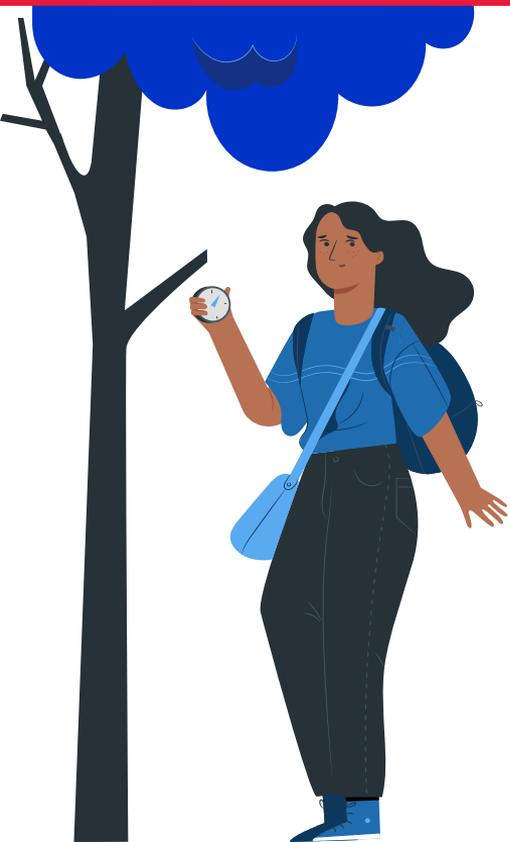
"O app não finaliza a compra"

" O aplicativo fechou"

"Não posso dar entrada"

# Apontamentos na jornada

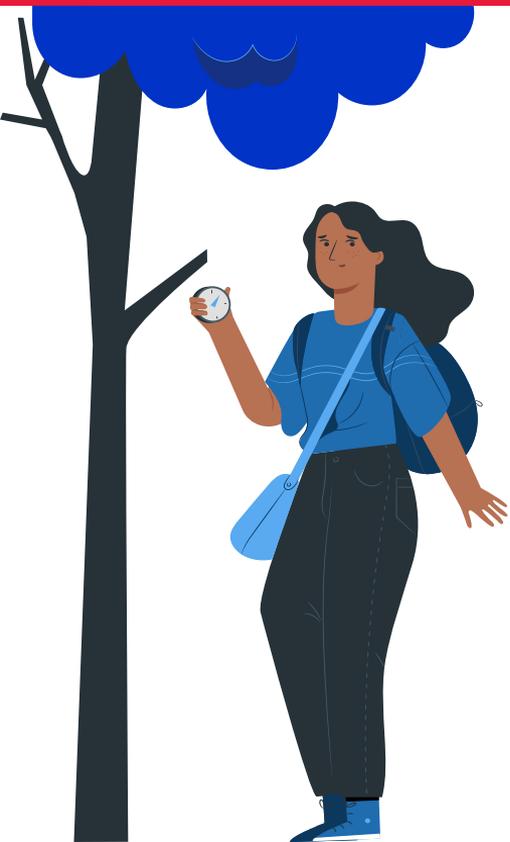
---



Descrição	Informação	Impeditivo
Carrinho Shopping	Alta taxa de rejeição	Entram e saem da página de produto e não adicionam o produto no carrinho.
Carnê digital	Sem acesso a alternativas de pagamento	Os usuários procuram o carnê como principal forma de pagamento e não encontram.
Checkout	Baixa conversão	Dificuldades em realizar o checkout.

# Apontamentos na jornada

---

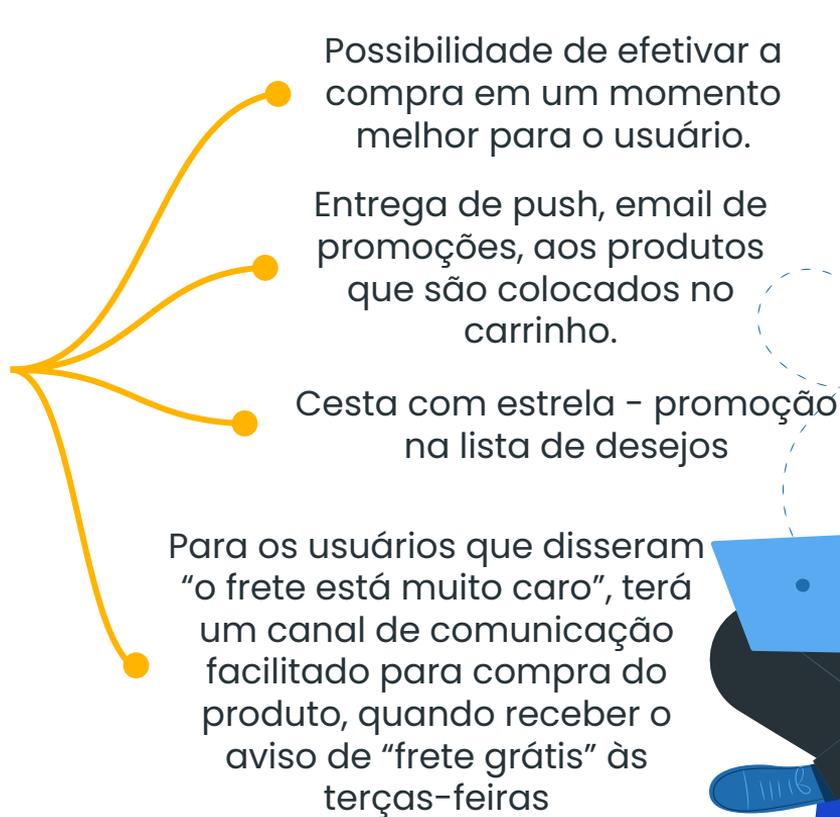


Descrição	Informação	Impeditivo
Frete	Valor do frete	Aparece tardio para o usuário.
Endereço	Adicionar ou modificar	Não conseguem modificar o endereço ou não veem opção de localização.
Opções de pagamento	Baixa conversão	Não encontram como adicionar formas de pagamento "integradas", como 2 cartões de crédito, pagamento com o banQi com o cartão de crédito.

# Árvore de Oportunidades

## Lista de desejos

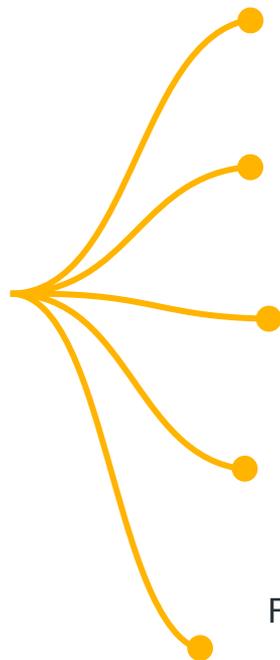
Para superar a baixa conversão (drop off) entre detalhe do produto e abandono de carrinho, podemos entregar a oportunidade do usuário, ter uma lista alternativa para incluir produtos, além do carrinho um incentivo para aqueles que estão apenas “dando uma olhadinha”.



# Árvore de Oportunidades

## Carnê Digital

Os usuários procuram mais opções de pagamento para finalização das compras. Incluindo o carnê digital, os consumidores podem finalizar a compra com mais opções de pagamento.



Entrega o já conhecido CDC do mundo físico

Aproxima o usuario da marca banQi.

Oferece novas opções de pagamentos

Aumenta o número de finalizações das compras

Fomenta a entrada no shopping banQi dos atuais clientes.



# Árvore de Oportunidades

## Favoritos

Os usuários não conseguem fazer o checkout rápido, encontrando erros de arquitetura na tentativa de finalizar a compra. Incluir um em favoritos a tentativa de compra, como um “checkout fixo”, que as pessoas possam sair e voltar pro shopping, independente dos erros que possam ocorrer na jornada.

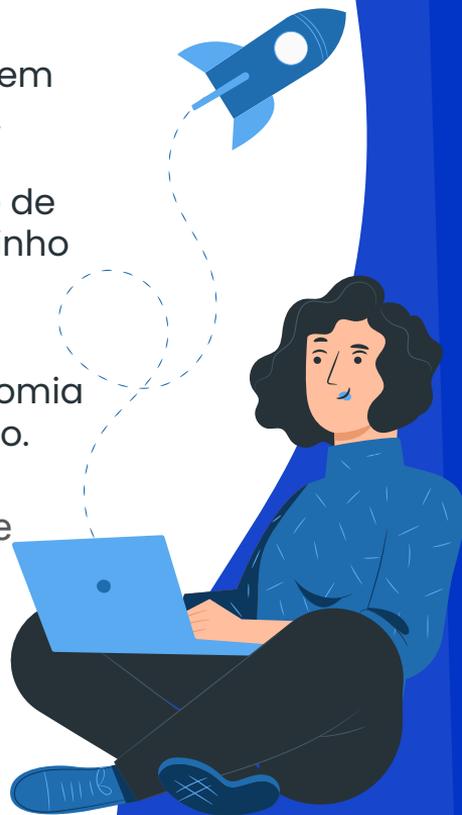
Oportunizar a compra em um outro momento.

Descobrir se existe erro de arquitetura entre o carrinho e checkout.

Oferecer mais autonomia para o pagamento.

Aumento do número de finalização de compras

Adicionar automaticamente na lista de desejos, produtos que não foram finalizados no checkout.



# Árvore de Oportunidades

## Correções de bug

Construir um mapeamento com os principais pontos de fricção na jornada de compra do aplicativo, analisando o fluxo do shopping banQi, verificando as quebras, problemas e bugs, que estão ocorrendo com o usuário durante a compra.

- Entregar um resultado para pesquisa de produtos a partir de poucos caracteres escritos na busca.
- Deixar a barra de status para os passos da compra mais visível.
- Identificar os erros que ocorrem na finalização da compra.
- Ter reports de problemas na finalização de compra.
- Salvar o andamento da compra, caso não haja finalização, com a automatização do processo de pedido para finalização da compra.



Tá com  
**banQi**

Tá em  
**CASA!**

