

USE CASE E-GOI

Aumentar Ventas

Recuperando carrinhos
abandonados através de Web Push



CONTEXTO

Recuperar Carrinhos Abandonados é um desafio para qualquer loja online

A janela de oportunidade para fechar negócio no momento em que um produto é adicionado ao carrinho é cada vez mais curta.

Por isso, é necessário ser criativo e diversificar formas de comunicação para agir e favorecer a compra por impulso e consequentemente na conversão.

Para quem é?

Para todas as lojas online que precisam aumentar as suas taxas de conversão em vendas, recuperando carrinhos abandonados.

Para quem, ao mesmo tempo, precisa de uma solução simples de implementar e mais eficaz a converter.

DESAFIO

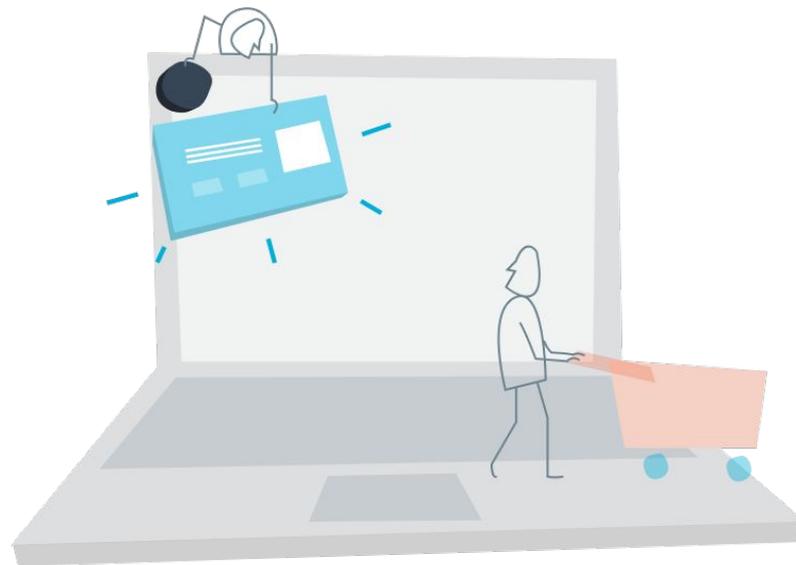
Contar com uma ferramenta que permita aumentar conversão em vendas, recuperando carrinhos abandonados.



DESAFIO

Com o objetivo de recuperar carrinhos abandonados para aumentar a conversão, usamos um convite de subscrição para envio de mensagens web push.

O desafio surge quando, entre o momento em que é adicionado produto ao carrinho e o momento da compra, existem objeções que levam o cliente a adiar ou desistir da compra e precisamos comunicar nesse momento para favorecer a compra por impulso.



SOLUÇÃO

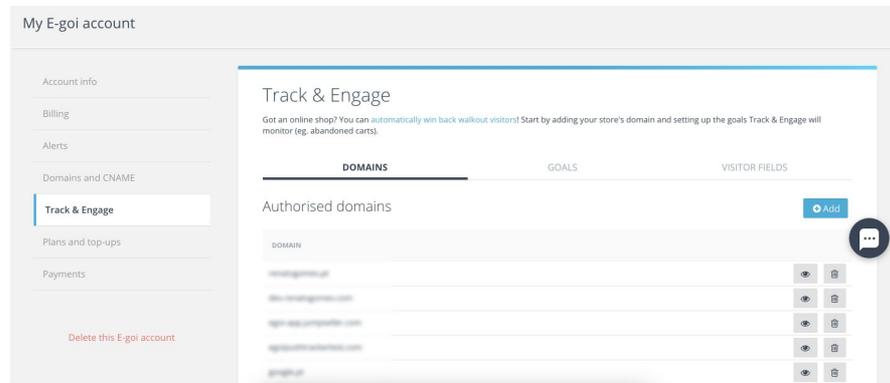
A tecnologia e o ecossistema de ferramentas
E-goi permite fazê-lo de forma simples e prática.



Passo 1

Ativar Track & Engage (script de tracking para e-commerce) no E-goi.

É importante definir objetivos. Isso vai permitir-lhe exibir um convite de webpush num local estratégico do seu e-commerce (ex: página de checkout)



My E-goi account

Account info

Billing

Alerts

Domains and CNAME

Track & Engage

Plans and top-ups

Payments

Delete this E-goi account

Track & Engage

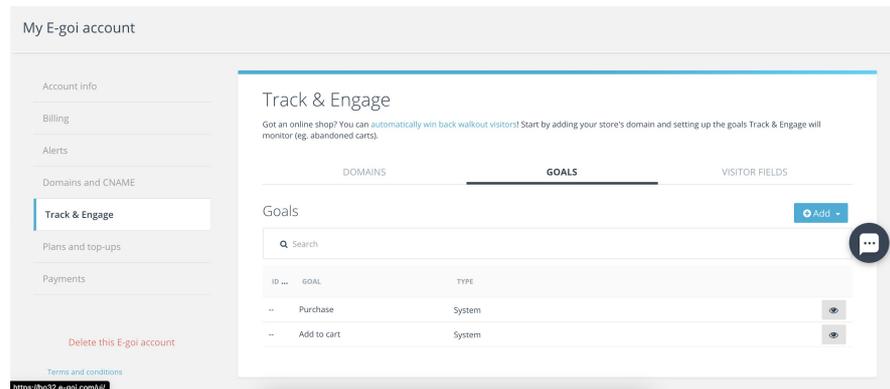
Get an online shop? You can automatically win back walkout visitors! Start by adding your store's domain and setting up the goals Track & Engage will monitor (eg. abandoned carts).

DOMAINS GOALS VISITOR FIELDS

Authorised domains

Add

DOMAIN		
www.gomart.pt	👁	🗑
www.gomart.com	👁	🗑
http://www.gomart.com	👁	🗑
http://www.gomart.com	👁	🗑
www.gomart.com	👁	🗑



My E-goi account

Account info

Billing

Alerts

Domains and CNAME

Track & Engage

Plans and top-ups

Payments

Delete this E-goi account

[Terms and conditions](#)

<https://bo324-goi.com/pt>

Track & Engage

Get an online shop? You can automatically win back walkout visitors! Start by adding your store's domain and setting up the goals Track & Engage will monitor (eg. abandoned carts).

DOMAINS GOALS VISITOR FIELDS

Goals

Add

Search

ID ...	GOAL	TYPE	
--	Purchase	System	👁
--	Add to cart	System	👁

Passo 3

Criar convite de Web Push para captar contactos, podendo personalizar conteúdo, cores e a forma como o convite é apresentado. É importante atribuir uma tag para identificar os subscritores inscritos nesse convite caso tenha outros pontos de captação.

Na configuração do convite pode também adicionar um campo de subscrição de email que é exibido caso o visitante não queira subscrever o web push. Desta forma, aumenta as possibilidades de captação.

Web push // <https://calendariomarketing.pt>

Convite

 Num ícone flutuante

 Numa janela

 Personalizar

Janela

Fundo

Antever...

Subscrição

 Por limitação técnica da Apple, o convite não vai aparecer no iPhone e iPad!

**Datas Importantes? Nós avisamos!**

Vai ver uma mensagenzinha no teu ecrã em algumas datas importantes com conselhos incríveis! :)

Powered by Egoi

Não sou incrível [Quero ser incrível!](#)



Passo 5

Criar página de agradecimento (thank you page).

Esta página será necessária para incluir no formulário de captação de dados a criar no próximo passo e que será exibida após submissão de dados no formulário ou inscrição após clique no email de confirmação enviado.

Criar página ou formulário



PÁGINA DE INSCRIÇÃO BETA

Para captar contactos. Vai criar a página e o formulário.



PÁGINA BETA

Ou "página de sucesso", de "obrigado" ou de "produto". Vai criar só a página.



FORMULÁRIO

Vai criar só o formulário. Pode depois colocá-lo onde quiser no seu site!

Passo 6

Criar página de inscrição para captação de dados pessoais (nome, email, telemóvel, etc).

Depois de incluir os campos com os dados que pretende captar e personalizar esse formulário não se esqueça de definir o comportamento de submissão, incluindo a página de agradecimento criada no passo anterior.

Criar página ou formulário



PÁGINA DE INSCRIÇÃO BETA

Para captar contactos. Vai criar a página e o formulário.



PÁGINA BETA

Ou "página de sucesso", de "obrigado" ou de "produto". Vai criar só a página.



FORMULÁRIO

Vai criar só o formulário. Pode depois colocá-lo onde quiser no seu site!

Passo 7

Criar autobot de recuperação de carrinho abandonado.
Já existe um modelo pronto que pode usar.

É neste passo que vamos criar o automatismo que permite enviar uma mensagem de Web Push no momento em que o visitante tem produtos no carrinho.

2 Que tipo de automação vai ser?

Todos	Ecommerce	Gestão de contactos	Feedback	Relacionamento
	PERSONALIZADO Uma automação sem nada pré-feito, para personalizar do zero.		IMPORTAR DE UM LINK Para utilizar e personalizar a estrutura de outra automação.	
	INACTIVAR CONTACTOS DESINTERESSADOS Separa quem não abriu os seus emails no último mês.		RECUPERAR CONTACTOS DESINTERESSADOS Ajuda a recuperar quem raramente abre os seus emails.	
	FEEDBACK PÓS-COMPRA Inquérito de satisfação um mês após a compra.		CAMPANHA DE CROSS-SELLING Promove um produto a quem compra produto relacionado.	
	RECUPERAÇÃO DO CARRINHO Para prevenir carrinhos de compra abandonados.		RECUPERAR CLIENTES Ajuda a recuperar clientes antigos.	

Passo 8

Criar mensagem Web Push para recuperação de carrinho.

Basta editar a ação “Enviar Campanha” previamente criada no autobot descrito no passo anterior. No link da mensagem de Web Push deve colocar o link do checkout da loja.



Conclusão

O Web Push é um canal de comunicação com um potencial tremendo, que lhe permite, de forma estratégica captar novos subscritores e recuperar carrinhos abandonados para aumentar conversões em venda.

Com a tecnologia da E-goi pode utilizar as ferramentas sem recorrer a designers ou programadores e ainda ultrapassar as limitações da tecnologia de web push porque o ecossistema de soluções E-goi lhe oferece a possibilidade de identificar e obter dados pessoais para usar estratégias multicanal.

O momento em que o produto é adicionado ao carrinho até à compra é excelente para tirar partido da eficácia do Web Push e promover a compra por impulso.



Quer aumentar as vendas do seu e-commerce com Web Push?

Se já tem uma conta E-goi, só precisa fazer login e seguir o passo a passo. Se ainda não tem conta...

[CRIAR A MINHA CONTA GRÁTIS »](#)

