



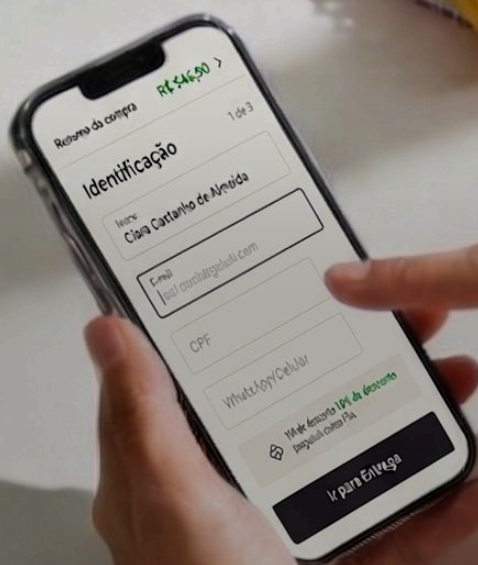
RELATÓRIO YAMPI DE CONVERSÃO NO CHECKOUT

Dados reais de performance em diferentes segmentos do e-commerce



A conversão no checkout é um dos indicadores mais importantes para medir a eficiência de um e-commerce.

Quando um consumidor chega a essa etapa, ele já demonstrou intenção clara de compra e a qualidade da experiência de checkout passa a ter um papel decisivo na finalização do pedido.



Para entender melhor esse cenário, a Yampi analisou dados agregados de lojas de diferentes segmentos que utilizam sua infraestrutura de checkout.

O objetivo foi identificar padrões de conversão entre categorias do e-commerce brasileiro, criando um benchmark que ajude lojistas a entender melhor sua própria performance.

Panorama geral do checkout no e-commerce

A análise mostra que a conversão de checkout apresenta níveis consistentes de performance em diferentes segmentos do e-commerce.

Nos dados analisados pela Yampi: a taxa média de finalização de checkout gira em torno de 30% a 37%, dependendo da categoria. Isso significa que uma parcela significativa dos consumidores que iniciam o processo de pagamento conclui a compra com sucesso.

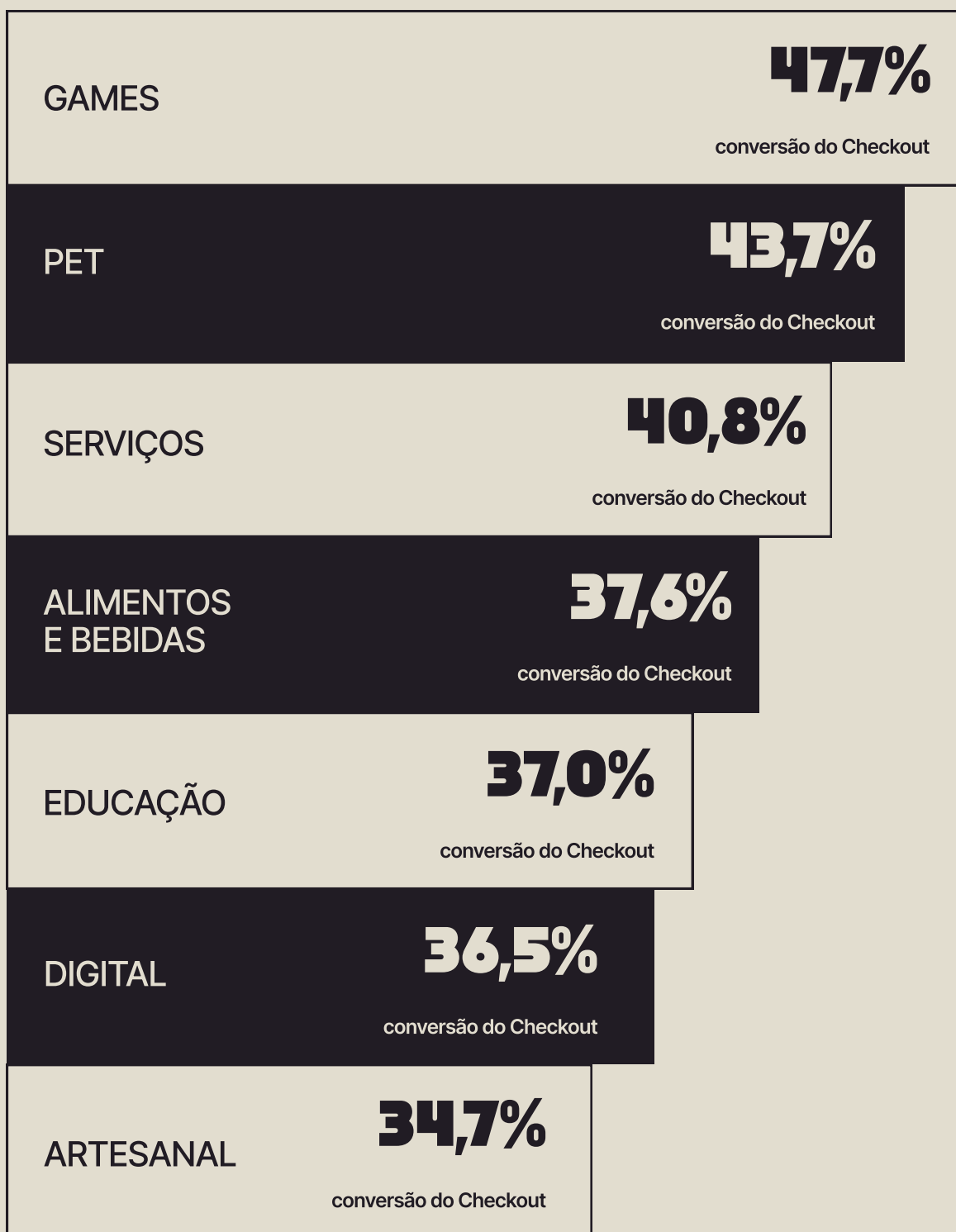
Em segmentos específicos, a conversão pode ser ainda mais elevada, ultrapassando 40% ou até 45%.

Esses números indicam que a experiência de checkout tem potencial real de sustentar taxas de finalização bastante sólidas quando bem otimizada.



Benchmark de conversão por segmento

A análise também revela diferenças interessantes entre categorias do e-commerce.



KIDS

34,0%

conversão do Checkout

CASA E DECORAÇÃO

33,5%

conversão do Checkout

SAÚDE

33,3%

conversão do Checkout

MODA

32,0%

conversão do Checkout

ESPORTES

31,7%

conversão do Checkout

PRESENTES

30,7%

conversão do Checkout

BELEZA

30,5%

conversão do Checkout

MÃE E BEBÊ

30,0%

conversão do Checkout

BOLSAS E CALÇADOS

29,9%

conversão do Checkout

Segmentos com maior conversão

Os segmentos com melhor performance de checkout são:

Games

Pet

Serviços

Alimentos e Bebidas

Educação

Esses mercados têm algumas características em comum:

1 Compra mais emocional ou impulsiva

Produtos relacionados a entretenimento, hobbies ou consumo rápido tendem a gerar decisões mais rápidas.

2 Menor necessidade de comparação

Em categorias onde a escolha é mais simples, o consumidor chega ao checkout com maior intenção de compra.

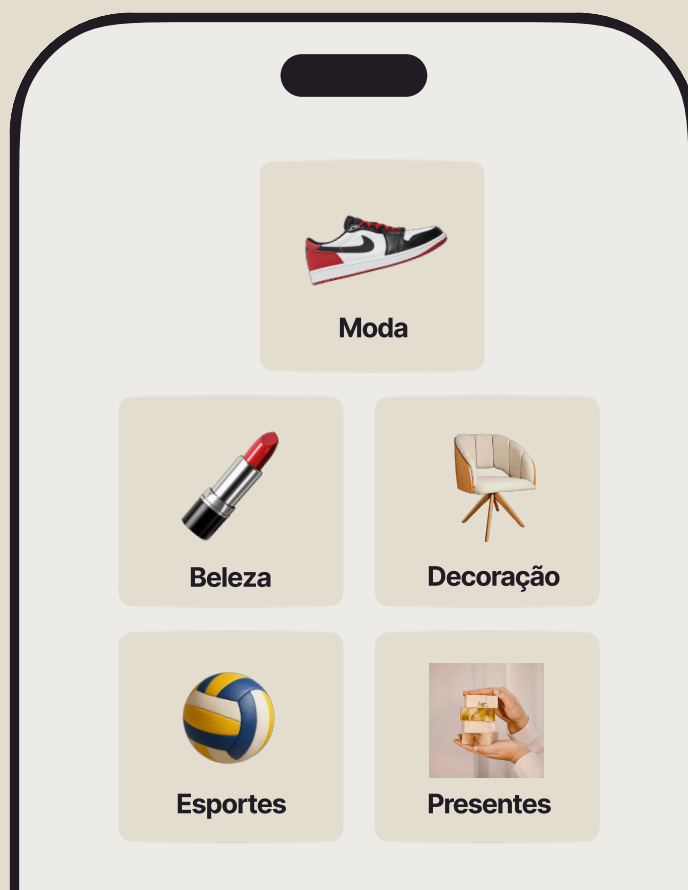
3 Ticket médio geralmente menor

Compras de menor valor reduzem o tempo de decisão e o risco percebido.

Conversão consistente em diferentes categorias

A maior parte dos segmentos analisados apresenta taxas de conversão entre 30% e 35%. Isso inclui categorias relevantes do e-commerce como: moda, beleza, decoração, esportes e presentes.

Esse patamar indica que o checkout pode sustentar uma base sólida de conversões, mesmo em mercados com grande variedade de opções e maior comparação de produtos.



Nesses casos, o consumidor costuma:

- Comparar opções
- Avaliar preço
- Considerar prazo de entrega

Isso aumenta a chance de abandono, mas ainda mantém uma conversão relativamente saudável.

Segmentos com menor conversão

Algumas categorias apresentam níveis de abandono significativamente maiores. Entre elas:

Eletrônicos

Importados

Automotivo

Produtos personalizados

Esses segmentos compartilham alguns fatores que dificultam a conversão:

1 Ticket médio mais alto

Quanto maior o valor do pedido, maior o tempo de decisão.

2 Comparação intensa de preço

Consumidores frequentemente saem do checkout para pesquisar em outros sites.

3 Processo de decisão mais racional

Compras mais técnicas ou caras passam por maior avaliação antes da conclusão.

O impacto da experiência de checkout

Mesmo dentro de um mesmo segmento, a taxa de conversão pode variar entre lojas. Entre os fatores que mais influenciam a performance estão:

Experiência de pagamento

A disponibilidade de métodos como Pix e parcelamento facilita a finalização da compra.

Velocidade da página

Checkouts rápidos reduzem interrupções na jornada do consumidor.

Experiência mobile

Com grande parte das compras acontecendo pelo celular, a otimização mobile é essencial.

Simplicidade do processo

Formulários enxutos e fluxos intuitivos contribuem para uma experiência mais fluida.



O Checkout como alavanca de crescimento

Melhorias na experiência de checkout podem gerar impactos significativos no resultado do e-commerce. Pequenos ganhos de conversão, aplicados a volumes grandes de tráfego, representam aumentos relevantes de faturamento ao longo do tempo.

Por isso, cada vez mais empresas tratam o checkout como uma parte estratégica da operação digital. Muitas lojas têm encontrado ganhos relevantes ao migrar para soluções especializadas em checkout, focadas em performance e conversão.

A infraestrutura da Yampi, por exemplo, foi desenvolvida com esse objetivo: oferecer uma experiência de pagamento otimizada para maximizar a finalização de compras no e-commerce.

Tenha
um checkout
pensado para
conversão

Quero faturar mais

YAMPI

