

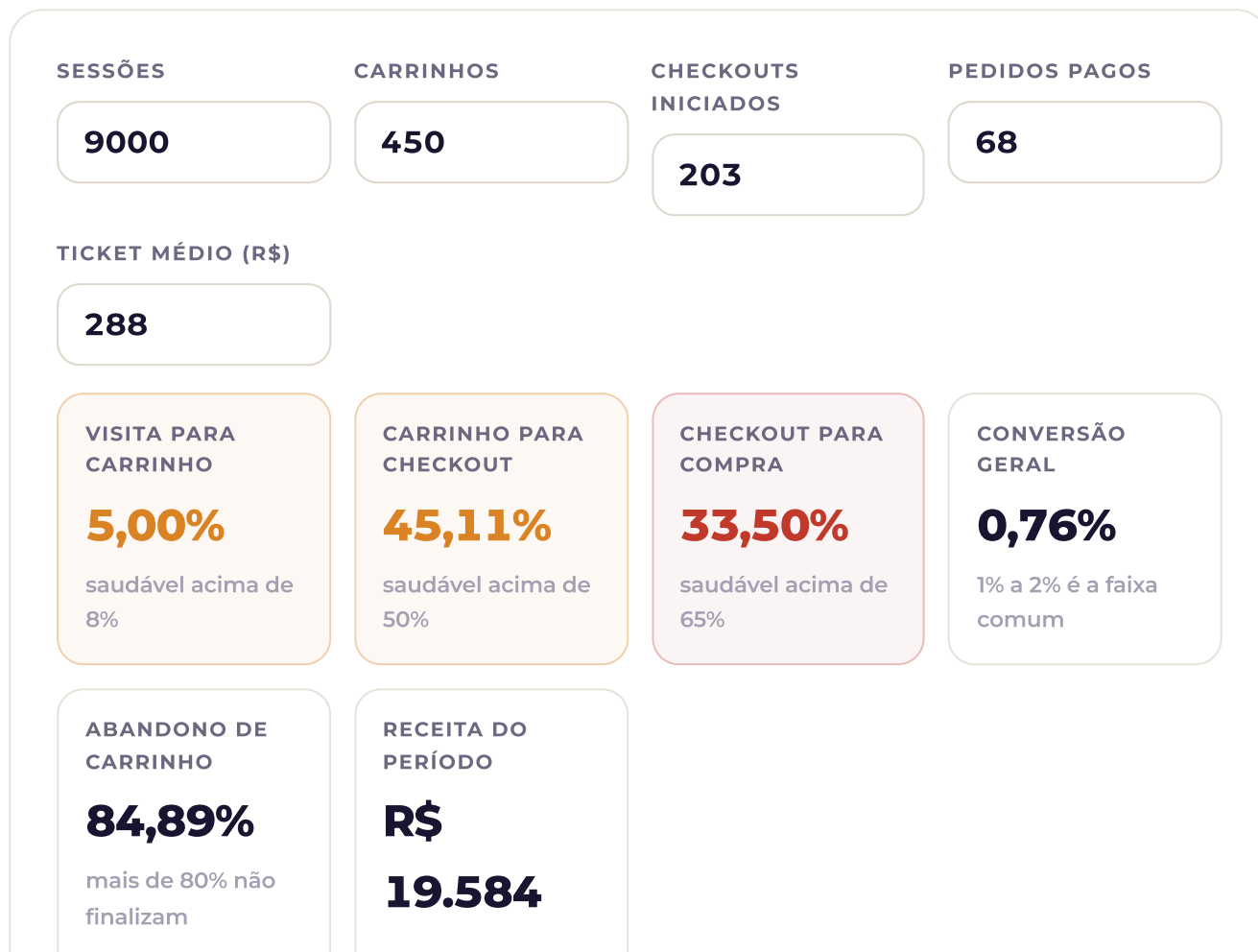
Checklist: do clique à compra, **na sua loja.**

Os slides da apresentação estão logo abaixo, para baixar. Depois deles vêm quatro blocos para aplicar sem depender de ninguém: medir o funil, marcar o que falta, usar as mensagens prontas e priorizar. O que você marcar fica salvo neste navegador.

1 MEÇA O SEU FUNIL

Os cinco números do último mês fechado.

Sessões, carrinhos, checkouts iniciados e pedidos pagos saem do GA4 ou do painel da sua plataforma. Ticket médio sai do relatório de vendas. Preencha e veja onde está o gargalo.



pedidos vezes
ticket médio

Seu gargalo está em checkout para compra, hoje em 33,50% contra a referência saudável de 65%. Levando só essa etapa até a referência e mantendo o resto igual, o mesmo tráfego daria **132 pedidos** em vez de 68, uma diferença de **R\$ 18.432** no período. Exercício aritmético de funil, não projeção de faturamento.

ETAPA	CRÍTICO	ATENÇÃO	SAUDÁVEL
Visita para carrinho	abaixo de 5%	5% a 8%	acima de 8%
Carrinho para checkout	abaixo de 30%	30% a 50%	acima de 50%
Checkout para compra	abaixo de 40%	40% a 65%	acima de 65%
Conversão geral	abaixo de 0,7%	0,7% a 1%	1% a 2%

A conta do frete

TICKET MÉDIO (R\$)

288

FRETE MÉDIO (R\$)

30

MARGEM BRUTA (%)

55

FRETE SOBRE O PEDIDO

10,42%

referência de 8% a 15%

PISO DO FRETE GRÁTIS

R\$ 440

1,5 vez o ticket médio

MARGEM NO PISO

R\$ 212

contra R\$ 158 no pedido médio

Com o piso em R\$ 440, o pedido que alcança o frete grátis deixa R\$ 54 a mais de margem bruta que um pedido médio. O subsídio se paga com o pedido maior.

Referências: conversão de 0,75% até R\$ 100 mil e 1,17% acima, em [Nuvemshop, com dados do NuvemCommerce 2026](#) · ticket médio de R\$ 288, celular em 81,4% e Pix em 50,5% das transações, em [Radar do Ecommerce D2C da Nuvemshop](#) · mais de 80% das compras iniciadas não são finalizadas, em [Nuvemshop](#). As faixas de crítico, atenção e saudável são a régua de trabalho usada pela Aure, não meta contratada nem garantia de resultado.

Checklist por etapa.

Marque o que já está pronto. O que ficar desmarcado vira a sua fila de trabalho, na ordem em que aparece aqui, que é a ordem do dinheiro mais barato para o mais caro.

0% 0 de 51 itens prontos

[Limpar marcações](#)

Checkout e pagamento

- ☐ Compra liberada sem criar conta, como visitante
- ☐ Endereço preenchido automaticamente pelo CEP
- ☐ Checkout com no máximo 12 campos
- ☐ Pix disponível e em destaque
- ☐ Parcelamento visível antes da última tela
- ☐ Nenhuma taxa nova aparece no fim
- ☐ Selos de segurança e dados da empresa visíveis
- ☐ Pedido de teste feito pelo celular no último mês

Frete e prazo

- ☐ Calculadora de CEP na página de produto, acima da dobra
- ☐ Prazo informado com data, não com intervalo vago
- ☐ Piso do frete grátis em torno de 1,5 vez o ticket médio
- ☐ Barra de "faltam R\$ X para o frete grátis" no carrinho

- ☐ Duas modalidades de envio, econômica e rápida
- ☐ Regra de frete grátis confere com as regiões atendidas
- ☐ Frete testado para um CEP do Norte e um do Nordeste
- ☐ Mesmo prazo na página de produto e na página de entrega

Recuperação e atendimento

- ☐ Mensagem automática de Pix ou boleto gerado e não pago
- ☐ Sequência de carrinho abandonado ativa
- ☐ Primeira mensagem sem cupom, só lembrete
- ☐ Cupom reservado para a última tentativa
- ☐ WhatsApp visível na loja inteira
- ☐ Resposta automática para prazo, tamanho, troca e rastreio
- ☐ Reclamação e pedido atrasado vão direto para uma pessoa
- ☐ Tempo médio de resposta abaixo de 5 minutos

Página de produto

- ☐ Foto, preço, parcelamento, variação e avaliação na primeira tela
- ☐ De 4 a 8 fotos, com produto em uso e noção de tamanho
- ☐ Preço ancorado quando há desconto
- ☐ Botão de compra fixo no rodapé do celular

☐ Variação esgotada marcada como esgotada, não escondida

☐ No mínimo 10 avaliações nos produtos principais

☐ Política de troca escrita na própria página

☐ FAQ com as 5 dúvidas que o atendimento mais recebe

☐ Benefício antes de ficha técnica na descrição

Home, categoria e velocidade

☐ Da home até um produto em no máximo dois toques

☐ Barra de anúncio com o benefício principal

☐ Vitrine de mais vendidos no topo da home

☐ Busca visível com sugestão enquanto digita

☐ Categorias com nome que o cliente usa

☐ Filtro por tamanho, cor, preço e disponibilidade

☐ Esgotados no fim da categoria ou ocultos

☐ Imagens comprimidas, banner abaixo de 300 KB

☐ Loja abre em menos de 3 segundos no celular

☐ Aplicativos que não são usados foram desinstalados

Estoque, dados e recompra

☐ GA4 instalado com evento de compra validado

- ☐ Pixel da Meta e catálogo conectados
- ☐ Produtos anunciados têm grade completa nos tamanhos que mais saem
- ☐ Link de destino da campanha conferido antes de subir
- ☐ Avise-me quando chegar nos produtos esgotados
- ☐ Mensagem de pós-entrega perguntando se deu tudo certo
- ☐ Convite para avaliar o produto comprado
- ☐ Programa de indicação com recompensa dos dois lados

3

MATERIAL PRONTO

As mensagens e os textos, escritos.

Copie, troque o que está entre colchetes pelo dado da sua loja e coloque no ar. Nenhuma delas promete resultado nem inventa urgência.

Recuperação, na ordem de retorno

WHATSAPP · PIX GERADO E NÃO PAGO · CERCA DE 20 MINUTOS DEPOIS

Oi, [nome]! Aqui é a [loja]. Seu pedido [número] está reservado, só falta o pagamento do Pix.

O código expira em [tempo] e depois disso os itens voltam para o estoque. Se preferir, gero um novo link agora: [link]

Qualquer dúvida sobre prazo ou entrega, é só me chamar por aqui.

WHATSAPP OU E-MAIL · CARRINHO ABANDONADO · CERCA DE 1 HORA DEPOIS · SEM CUPOM

Assunto: Seu [produto] continua separado

Oi, [nome]. Vi que você montou um carrinho com [produto] e não chegou a finalizar.

Guardei ele para você: [link do carrinho]

Se ficou alguma dúvida de tamanho, prazo ou troca, me responde aqui que eu resolvo antes de você comprar.

E-MAIL · CARRINHO ABANDONADO · SEGUNDA MENSAGEM · RESPONDE À OBJEÇÃO

Assunto: Sobre a entrega do seu [produto]

Oi, [nome]. Duas informações que costumam ser a dúvida de quem para nessa etapa:

Entrega para o seu CEP em [prazo] e frete grátis acima de R\$ [piso]. Troca em até [dias] dias, sem custo de postagem.

Seu carrinho segue aqui: [link]

E-MAIL · CARRINHO ABANDONADO · ÚLTIMA TENTATIVA · AGORA SIM COM INCENTIVO

Assunto: [cupom] para fechar o seu pedido

Oi, [nome]. Esse é o último aviso sobre o seu carrinho, prometo.

Separei o cupom [cupom], válido até [data], para o pedido que você deixou pronto: [link]

Se não for o momento, sem problema. Me diz o que faltou e eu anoto para melhorar.

WHATSAPP · PÓS-ENTREGA · ALGUNS DIAS APÓS A CHEGADA

Oi, [nome]! Seu pedido chegou em [data]. Deu tudo certo com o [produto]?

Se precisar trocar tamanho, é só me chamar que eu cuido disso para você.

E se tiver gostado, sua avaliação ajuda muito quem está em dúvida: [link da avaliação]

WHATSAPP · CONVITE PARA INDICAR · DEPOIS DA AVALIAÇÃO POSITIVA

Que bom que você gostou, [nome]! Obrigado pela avaliação.

Tenho um convite: quem você indicar ganha [benefício do indicado] na primeira compra e você ganha [benefício de quem indica] quando o pedido for entregue.

Seu link é este: [link pessoal]. Pode mandar para quem você quiser.

Textos de loja

BARRA DE ANÚNCIO NO TOPO

Frete grátis acima de R\$ [piso] · Troca em até [dias] dias · Pix com [x]% de desconto

Três benefícios no máximo. Se tiver quatro, corte o mais fraco.

BARRA DE PROGRESSO DO FRETE

Faltam R\$ [valor] para o seu frete ficar grátis.

Frete grátis liberado. Aproveite e leve [produto complementar].

PRAZO NA PÁGINA DE PRODUTO

Chega até [data] no CEP [CEP informado]. Envio em até [x] dias úteis após a confirmação do pagamento.

Data sempre convence mais que intervalo.

FAQ padrão da página de produto

PERGUNTA	COMO RESPONDER
Quanto tempo leva para chegar?	Prazo por região, com data, e o que acontece se atrasar
Como funciona a troca?	Prazo em dias, quem paga a postagem e o passo a passo em três linhas
Como escolher o tamanho certo?	Tabela de medidas e a orientação para quem fica entre dois tamanhos
Quais são as formas de pagamento?	Pix, cartão com o número de parcelas e o valor mínimo da parcela
É seguro comprar aqui?	CNPJ, tempo de loja, canal de atendimento e onde ver as avaliações

As respostas certas você já tem: são as perguntas que mais aparecem no seu WhatsApp e no direct. Copie de lá.

Estrutura do programa de indicação

ITEM	COMO DEFINIR	EXEMPLO PARA ADAPTAR
Recompensa de quem indica	Valor fixo, liberado só depois da entrega confirmada	R\$ [valor] em crédito na próxima compra
Recompensa de quem é indicado	Benefício de primeira compra, simples de entender	[x]% de desconto ou frete grátis na primeira compra
Valor mínimo	Perto do ticket médio, para o benefício se pagar	Válido em pedidos acima de R\$ [piso]

ITEM	COMO DEFINIR	EXEMPLO PARA ADAPTAR
Como o cliente indica	Link ou cupom pessoal, enviado em um toque	Link único mandado pelo WhatsApp
Quando convidar	Depois da entrega confirmada ou da avaliação positiva	Mensagem automática de pós-entrega
Regras visíveis	Validade, o que não acumula e o que não entra	Não acumula com outras promoções. Válido por [dias] dias
O que medir	Quatro números, revisados por mês	Indicações por cliente, pedidos vindos do canal, custo por pedido e ticket médio do indicado

4 POR ONDE COMEÇAR

Arrume do fim para o começo.

O cliente anda do começo para o fim. Você conserta ao contrário: mexer no topo antes só leva mais gente para o mesmo vazamento.



1

Checkout

Sem conta obrigatória, menos campos, Pix em destaque, nenhuma taxa nova aparecendo no fim.

2

Frete e prazo

Cálculo de CEP na página de produto, data de entrega no lugar de intervalo, piso do frete grátis coerente com o seu ticket.

3

Recuperação

Pix gerado e não pago, carrinho abandonado e resposta rápida no WhatsApp.

4**Página de produto**

Primeira tela completa, prova social, e as objeções respondidas ali mesmo.

5**Home e categoria**

Caminho curto até o produto, busca e filtros que funcionam.

6**Velocidade**

Imagens leves e aplicativos sem uso desinstalados.

7**Só então, mais tráfego**

Agora cada real entra num funil que aproveita melhor o que já chegava.

Aure Digital · Workshop Nuvemshop · Do clique à compra.

Fontes: [NuvemCommerce 2026](#) · [Radar do Ecommerce D2C](#) · [Nuvemshop, taxa de conversão](#) · [Nuvemshop, carrinhos abandonados](#) · [Nuvemshop, estratégia de frete grátis](#) · [Nuvemshop, dados do e-commerce](#).

Os percentuais são referências publicadas pela Nuvemshop e servem como régua de comparação. Nenhum deles é projeção de faturamento nem garantia de resultado.