

Automação no WhatsApp recupera um terço das vendas perdidas por abandono de carrinho

É o que revelam os estudos de caso conduzidos pela empresa paranaense Irrah Tech, com clientes de diferentes setores

Carrinhos cheios, poucas vendas. No mundo do comércio eletrônico, encher o carrinho não significa, necessariamente, fechar a compra. De acordo com o E-commerce Radar, mais de 80% das compras iniciadas no ambiente online não são concluídas. É um dado que assombra varejistas digitais e revela um gargalo ainda pouco explorado. Estamos falando do abandono do checkout, mais conhecido como “abandono de carrinho”.

Mas o que leva um consumidor a desistir de uma compra? A pesquisa aponta três principais vilões: os custos adicionais inesperados, os prazos de entrega pouco competitivos e os processos de pagamento burocráticos. O resultado é um número alto de carrinhos esquecidos e de faturamento perdido.

Mas uma mudança começa a virar esse jogo. Cada vez mais empresas estão usando o WhatsApp como canal estratégico de recuperação de vendas, apoiadas por soluções de automação que transformam a forma de conversar com o cliente.

A experiência de um cliente do setor de e-commerce ilustra o impacto. “Ao adotar as soluções de marketing conversacional para atendimento inteligente via WhatsApp, a empresa alcançou uma taxa de con-



versão de 27% em apenas quatro semanas, superando as expectativas”, disse Luan Mileski, head de Produto e Negócios da paranaense Irrah Tech, desenvolvedora do Dispara Aí, plataforma de automação que ajuda na gestão e personalização do atendimento, criação de campanhas de vendas e na recuperação de carrinhos.

Luan Mileski, head de produto e negócios do IRRAH TECH

Outro caso de uso da Dispara Aí mostra um crescimento ainda maior: 32% de vendas recuperadas em relação ao mesmo período sem automação. Uma terceira empresa destacou que, além de vender mais, conseguiu melhorar o atendimento e oferecer previsibilidade de resultados.

“É uma solução que potencializa a comunicação entre empresas e clientes em tempo real, unindo automação inteligente, personalização

avançada e mensuração rigorosa de resultados”, explica Mileski.

Segundo o especialista, no e-commerce, cada segundo importa. Um consumidor que abandona o carrinho hoje pode, em questão de minutos, estar comprando no concorrente. “Um lead quente que não é atendido rapidamente pode esfriar. Com fluxos inteligentes, gatilhos automatizados e mensagens personalizadas, é possível responder na hora certa, nutrir leads e acelerar o fechamento, mesmo com equipes enxutas”, observa Luan Mileski.

É aí que entram os fluxos automáticos de WhatsApp, que garantem respostas instantâneas e mantêm vivo o interesse do cliente. A ferramenta permite programar mensagens de boas-vindas, disparar follow-ups no momento exato e segmentar ofertas de acordo com o perfil e comportamento de

cada lead. “Com tecnologia, leads quentes não esfriam, oportunidades não são perdidas e a equipe consegue focar no que realmente exige atenção humana”, reforça o executivo.

Além da recuperação de carrinhos, a automação ajuda a equilibrar duas demandas opostas: personalização e escala. A tecnologia possibilita ainda que pequenas equipes operem como grandes operações, mantendo o atendimento humano para interações mais complexas e usando inteligência automatizada para todo o restante.

Segundo Luan, isso se torna ainda mais estratégico em períodos críticos para o e-commerce: “Em datas como Black Friday e festas de fim de ano, a automação no WhatsApp é essencial para aumentar o faturamento, reduzir o abandono e melhorar a experiência de compra online.”

Os resultados já se traduzem em escala. Hoje, a Dispara Aí processa mais de 16 milhões de mensagens por mês, está presente em 15 países e reúne uma base de 650 mil usuários.

No fim, a lógica é uma só: quanto mais rápido e personalizado for o atendimento, menor será a distância entre um carrinho cheio e um pedido fechado.

Negócios & Carreira



Fabiana Monteiro (*)

Maria Clara Lima, CEO do CCAA, mostra como o conhecimento é o caminho da transformação

O poder de mudar o mundo começa no desejo genuíno de aprender e compartilhar o que se sabe.

Quando o conhecimento abre portas, o mundo inteiro se torna possível

Carioca da Zona Norte, nascida e criada na Tijuca, Maria Clara Lima teve uma vida simples, estruturada e discreta. Neta do fundador do CCAA, cresceu aprendendo que o conhecimento é o bem mais valioso que existe. Desde cedo, entendeu que estudar e se formar eram obrigações essenciais de quem desejava construir uma trajetória sólida.

Formada em Jornalismo e Publicidade, viveu experiências marcantes durante a faculdade, como cursos de extensão em Harvard e um período de estudos em Grenoble, na França. Essas escolhas aconteceram de forma espontânea, sem pressões familiares para assumir um papel na empresa da família. Sete anos depois, retornou à Zona Norte, no Méier, iniciando sua jornada no CCAA. Aos 30 anos, assumiu o cargo de CEO em um momento de transformação da companhia. Apesar de não se sentir totalmente pronta, reconheceu que aquele trem talvez não passasse novamente — e embarcou.

O medo de errar e o valor da autocritica

Para Maria Clara, liderar uma empresa consolidada significa equilibrar tradição e inovação. Todos os dias é necessário decidir o que preservar e o que transformar e, inevitavelmente, erros acontecem. O que diferencia um bom gestor, segundo ela, é a capacidade de identificá-los e corrigi-los rapidamente. A autocritica, em sua visão, é uma ferramenta essencial: ninguém sabe tudo, e sempre haverá pessoas mais preparadas em determinados temas. Por isso, defende que o papel do líder é cercar-se de especialistas, aprender com eles e promover um ambiente em que o conhecimento circule com liberdade e respeito.



Maria Clara Lima

Ideias capazes de transformar o negócio, afirma Maria Clara, precisam de debates francos e construtivos. Divergências fazem parte do processo criativo e fortalecem o time, desde que exista respeito. É nesse espaço de confiança que surgem perguntas fundamentais: “O que ameaça nosso negócio?” e “O que pode nos impedir de continuar crescendo?”. Para ela, a inovação nasce justamente da coragem de enfrentar essas questões com profundidade. No início de sua gestão, o conceito de sucesso estava ligado à estabilidade da empresa; com o tempo, passou a enxergar sucesso como sinônimo de crescimento sustentável. Para crescer, considera indispensável estar em paz com os números. Planejar investimentos, controlar despesas e assumir riscos fazem parte da rotina de qualquer liderança, e o verdadeiro desafio está em calibrar tudo isso com clareza e coragem.

Mudanças são bem-vindas

Maria Clara costuma lembrar um ensinamento de seu avô: ninguém é obrigado a concordar consigo mesmo. O mundo muda — e as empresas também precisam mudar. Sob sua liderança, o CCAA vem se reinventando, com livros 100% digitais, aulas híbridas e modelos flexíveis que permitem ao aluno escolher como quer aprender a cada dia. O processo foi desafiador e lento, mas pautado pela escuta e pela adaptação às novas formas de ensino.

Hoje, a executiva segue incorporando novas tecnologias e inteligência artificial à operação, sem abrir mão da qualidade e dos valores que sustentam a marca há mais de seis décadas. Para ela, algumas coisas mudam; outras jamais devem mudar.

O poder do conhecimento

Maria Clara acredita que as **carreiras do futuro** serão menos lineares e mais multidisciplinares. Em um país onde 95% da população não fala inglês, dominar outro idioma é um diferencial decisivo. A tecnologia pode traduzir palavras, mas não substitui o prazer humano de compreender e se comunicar. A sensação de entender o mundo, afirma, é libertadora.

Imersão recomendada

Entre suas referências, destaca o livro A Regra é Não Ter Regras, de Reed Hastings, fundador da Netflix, escrito em coautoria com Erin Meyer. A obra, segundo ela, mostra como decisões difíceis, autonomia e equipes de alto desempenho se conectam à cultura de aprendizado contínuo.

Para Maria Clara Lima, curiosidade, desejo de aprender e respeito por quem ensina formam uma combinação imbatível em qualquer momento da vida e da carreira. Afinal, é o conhecimento — sempre ele — que continua dando a verdadeira liberdade.

(*) Chairman, CEO da Editora Global Partners - Affiliated to Institute of Coaching at McLean Hospital, associate Harvard Medical School - (ICPA).
Conselheira de empresas.

Ameaças à continuidade das empresas familiares

A sucessão é um tema sempre presente quando o assunto são as empresas familiares. As estatísticas apontam que um dos maiores desafios das famílias empresárias é conseguir terminar e garantir o processo sucessório de seus negócios. Infelizmente os números apontam que o desafio da continuidade administrativa é uma das principais causas do fechamento das empresas familiares ou de sua venda.

Para muitos este processo é simples. Basta definir o sucessor, empregá-lo na empresa onde ele vai aprender sobre os negócios e um belo dia passar o bastão. Se fosse tão simples assim, não teríamos cerca de 66% de conflitos originados por motivos ligados à sucessão. E menos de 7% das empresas familiares que conseguem chegar à 4ª geração.

Sucessão é um processo complexo e neste contexto a empresa deveria ser vista como um todo e ser preparada para receber a nova liderança. E, para isto, não basta apenas mirar no sucessor e no sucedido.

Vamos dar um exemplo. Uma empresa tem em vista fazer a sucessão para um determinado herdeiro. Uma das primeiras questões a serem levantadas é saber se ele se sentiria bem trabalhando com a equipe existente. Muitas vezes os herdeiros não querem entrar em choque com o fundador ou antecessor, embora queiram trocar boa parte da equipe sob a sua gestão. Isto requer tempo e habilidades no trato com pessoas e muitas falhas ocorrem neste processo.

Há também situações nas quais o fundador acaba retornando à empresa e reassumindo o comando dos negócios.

E os motivos são os mais variados. Ao não encontrar novos desafios na sua vida de aposentado, o fundador faz de tudo para retornar à empresa. Em outros casos, o sucessor não performa bem e precisa de alguém para ajudar no comando.

Outro ponto importante é saber se o Conselho da empresa discute a questão da sucessão. O Conselho é um bom fórum para este tipo de assunto, pois tratará o tema de forma mais objetiva. Deixar este tema para ser discutido somente em âmbito da família coloca a pauta em risco por causa do componente emocional envolvido.

Em caso de ausência de um Conselho, um profissional do mercado pode ser convidado a ajudar no processo.

A empresa tem Protocolos Familiares que abordam a sucessão? Os conteúdos destes protocolos foram elaborados conjuntamente pelos sócios familiares ou foram trazidos de fora sem o devido processo decisório e discussão conjunta?

A estrutura societária já está pensada e reformulada tendo em vista a família que certamente cresceu e novos núcleos familiares foram se desenvolvendo ao longo do tempo?

Este é um ponto crucial para mitigar conflitos futuros. A participação de

todos os sócios e herdeiros neste processo é muito importante. Havendo o consenso familiar em torno da questão societária, assegura-se a perpetuação da empresa familiar.

Qual o horizonte de tempo que temos para realizar a sucessão propriamente dita? Estamos falando de meses ou de anos? O bom seria que tivéssemos 5 ou mais anos pela frente para conduzir todo o Plano de Transição. Infelizmente, na maioria dos casos, este processo é feito na correria, o que aumenta as chances de levar ao seu fracasso.

A escolha do herdeiro acontece considerando critérios racionais? Os futuros dirigentes passam por processos formais e profissionais de avaliação de competência, personalidade e habilidades, ou contrariamente o viés emocional apontará quem deverá ser o sucessor? Em escolhas emocionais, acontece muitas vezes a escolha pelo filho que é mais bem visto pela família, não por sua competência, mas por sua capacidade de se relacionar com os pais.

Podemos dizer que para todas as famílias empresárias o tema sucessão deveria ser prioritário a ser abraçado muito tempo antes da sucessão propriamente dita ocorrer. A sucessão requer muita análise e reflexão sobre aspectos humanos, societários, administrativos e de governança. Não abordar o todo holisticamente deixará o processo imperfeito e trará uma série de riscos ao negócio familiar. (Fonte: Thomas Lanz Consultores)