



GLORY

OS CUSTOS OCULTOS DE UMA EXPERIÊNCIA RUIM NO CHECKOUT

e como corrigí-los com automação

As primeiras impressões importam...

É um ditado que existe por um motivo.

Porém, quando os clientes entram em sua loja, muitas vezes é a *última impressão* — o momento do checkout — que determina se eles voltarão. Com frequência, o checkout é visto apenas como uma transação: embalar os produtos, pagar e seguir em frente. No entanto, uma experiência de checkout lenta ou frustrante pode gerar custos ocultos. Desde compras abandonadas até a perda de fidelidade e desperdício de mão de obra, trata-se de um ponto estratégico que, por vezes, passa despercebido. Um estudo da Forrester revelou que 84% dos consumidores afirmaram que a experiência de checkout é importante ou muito importante, ficando atrás apenas da localização e do preço como critérios para decidir onde comprar.

Em muitos aspectos, você deseja que a experiência de checkout seja totalmente *esquecível*.

Entregar o dinheiro que você conquistou com esforço raramente é a melhor parte de uma experiência. Por isso, quanto mais simples, fluida e sem atritos essa etapa for, melhor. Queremos que os clientes se lembrem da atmosfera incrível, do atendimento excepcional e do produto empolgante que levam para casa — não do processo de pagamento.

Vamos, então, analisar os custos ocultos de uma experiência de checkout mal estruturada e mostrar como a automação — incluindo **self-checkout (SCO)**, quiosques de autoatendimento, automação de numerário e tecnologias de comércio unificado — pode transformar o checkout de um ponto de dor em uma vantagem competitiva.



84%

dos consumidores afirmaram que a experiência de checkout foi **importante ou muito importante.**

Forrester

O Sabotador Silencioso: O que um checkout ruim realmente custa para você:



Cestas abandonadas

A fricção no checkout não acontece apenas online — também prejudica a experiência dentro da loja. Diversos estudos mostram que entre um terço e dois terços dos consumidores já deixaram uma loja sem realizar a compra devido às filas longas. Além da perda imediata, essas transações abandonadas representam investimento de marketing desperdiçado e um menor retorno sobre o tráfego que sua loja trabalhou tanto para conquistar.



Fidelidade do cliente em declínio

As frustrações no checkout permanecem. Uma experiência lenta ou pouco prática pode prejudicar a forma como os clientes percebem sua marca — especialmente em segmentos como supermercados ou hospitalidade de serviço rápido, onde as visitas recorrentes são essenciais. Clientes insatisfeitos têm menos probabilidade de retornar ou recomendar sua loja a outros, e 56% afirmam que provavelmente mudariam de estabelecimento se a principal diferença fosse um checkout melhor (Forrester).



Ineficiência operacional

Cada minuto que um funcionário passa escaneando itens em um caixa tradicional é um minuto que deixa de ser dedicado a atividades como vendas adicionais, reposição de estoque, manutenção da loja ou atendimento aos clientes. E as filas que poderiam ser evitadas resultam em menos clientes atendidos por hora, comprometendo o retorno sobre o investimento em mão de obra.



Perdas e erros humanos

Processos manuais podem introduzir erros e abrir espaço para perdas acidentais ou intencionais. Com que frequência o caixa da sua loja fecha exatamente certo ao fim de um turno? Quanto tempo sua equipe gasta rastreando falhas e tentando equilibrar as contas?

O problema não está nas pessoas — está no processo.

Mais de
75%

Dos consumidores afirmam que esperar na fila para pagar por um produto é a **pior parte da experiência em loja.**

Estudo: Medindo o Efeito das Filas nas Compras dos Clientes

Por que é difícil de enxergar estes custos?



O problema de uma experiência de checkout ruim é que os danos causados nem sempre aparecem em uma planilha simples. Se alguém desiste da compra por causa da fila, você não encontrará uma linha organizada de “cesta abandonada” no seu relatório de vendas — isso apenas se reflete como menos transações naquele dia.

Da mesma forma, se o caixa apresentar diferença no fim do dia, a perda pode ser registrada como “quebra”, mas isso não revela a causa — se foi um erro honesto, uma falha técnica ou um roubo. Todos esses fatores acabam misturados em um único número.

Como as perdas estão espalhadas por diferentes áreas do negócio — menos vendas aqui, uma taxa de quebra mais alta ali, menor satisfação do cliente em outro ponto — elas são fáceis de passar despercebidas. É como ter um vazamento lento em um balde: você não percebe de imediato, mas, com o tempo, o nível da água cai.

Quando fica evidente, você já perdeu muito.



Como a automação resolve estes problemas:

SCO & Quiosques de Autoatendimento

Soluções de autoatendimento, como o K22 GLORY, permitem que os clientes gerenciem sua própria transação — escaneando, pagando e embalando — sem precisar esperar em filas. Elas reduzem o tempo de espera, dão mais controle ao cliente e oferecem privacidade para quem deseja. Também ajudam a resolver questões de eficiência da mão de obra e apoiam empresas que enfrentam escassez de funcionários, já que um atendente pode supervisionar vários quiosques ao mesmo tempo. Isso libera os colaboradores para se dedicar a atividades como vendas adicionais, reposição de estoque, manutenção da loja ou atendimento ao cliente — aumentando a produtividade geral.

Encontre o equilíbrio certo

Muitos clientes sentem que frequentemente não há funcionários suficientes para dar suporte ao número de caixas de autoatendimento (SCOs), o que os deixa frustrados e com a sensação de estarem afastados do seu negócio.





Como a automação resolve estes problemas:

Automação de Caixa

Sistemas automatizados de manuseio de dinheiro, como a linha CASHINFINITY™ GLORY, protegem e gerenciam o fluxo de caixa nos pontos de venda. Eles aceleram as tarefas de abertura e fechamento, reduzem erros humanos e diminuem drasticamente as perdas decorrentes do manuseio manual.

Operações de caixa automatizadas reduzem a necessidade de contagens repetidas ou conciliações manuais — tudo é feito com o simples toque de um botão. Ao realocar o tempo dos funcionários para longe das funções administrativas de caixa, é possível direcionar mais foco para o atendimento ao cliente, aumentando a qualidade do serviço e a produtividade geral.



Comércio Unificado para um checkout sem fricções

Uma das maiores barreiras para um checkout eficiente é ter sistemas desconectados — PDV, estoque, pedidos online e programas de fidelidade que não “conversam” entre si. Isso gera fricção para os clientes e ineficiências para os funcionários.

Uma plataforma de comércio unificado como a Floid integra todos esses canais, garantindo que cada transação — seja na loja, no celular ou online — passe pelo mesmo sistema central. Isso significa que o estoque está sempre atualizado, promoções e preços permanecem consistentes e os clientes podem usar as mesmas recompensas de fidelidade independentemente da forma como compram.

No checkout, essa integração se traduz em menos erros, transações mais rápidas e interações mais personalizadas. Os funcionários têm acesso ao histórico completo de compras do cliente em um só lugar, o que facilita oferecer upsells relevantes ou resolver problemas imediatamente. Além disso, ajuda a automatizar processos de back-office — como conciliar pedidos online com vendas em loja — permitindo que os funcionários gastem menos tempo corrigindo inconsistências e mais tempo atendendo clientes.



Impacto Real: O que os Varejistas estão ganhando



Eficiência da mão de obra

Os quiosques permitem que um único funcionário supervisione múltiplos pontos de checkout, reduzindo substancialmente os custos de mão de obra na frente da loja. Esse tempo de trabalho é então redirecionado para atividades de engajamento com clientes, suporte e funções operacionais.



Transações consistentes e sem fricções

Uma plataforma de comércio unificado garante que preços, promoções e dados de estoque sejam consistentes em todos os canais — do autoatendimento ao aplicativo móvel — eliminando frustrações causadas por divergências de preços ou itens fora de estoque.

Para os varejistas, essa consistência significa menos transações canceladas, checkouts mais rápidos e mais vendas concluídas — pequenas eficiências que, ao longo de um ano, se somam em uma proteção significativa da receita.



Maior agilidade & Mais conversões

Quando os clientes concluem suas transações mais rapidamente e sentem que têm controle, as filas diminuem e o fluxo melhora — significando mais clientes atendidos e menos abandono.



Maior satisfação & Retenção de clientes

Uma experiência de checkout sem fricções deixa uma melhor impressão final. Clientes mais satisfeitos voltam a comprar e recomendam sua marca para outras pessoas — fortalecendo a fidelidade de longo prazo.

Primeiros Passos: Elimine a fricção



1. Audite o Fluxo de Checkout

- Onde as filas se formam com mais frequência?
- Os funcionários estão presos em tarefas de escaneamento em vez de prestar assistência?
- Você ainda depende de processos manuais de caixa ou de sistemas isolados?



2. Introduza o Autoatendimento

- Comece em áreas de alto tráfego e certifique-se de testar e refinar sua abordagem.
- Apresente o autoatendimento como uma opção, não como a única alternativa.
- Posicione os quiosques de forma estratégica — para oferecer suporte, não para substituir.



3. Adicione Automação de Caixa

- Automatize seus processos de caixa nas áreas de checkout para acelerar a conciliação e reduzir o risco de perdas.
- Libere os funcionários para focarem em tarefas mais estratégicas e voltadas ao cliente.



4. Unifique seus Canais de Comércio

- Traga todos os seus pontos de venda para uma única plataforma conectada, de modo que funcionem juntos de forma integrada.
- Sincronize preços, promoções e estoque em tempo real para evitar erros e frustrações dos clientes.
- Dê à equipe uma visão completa das interações dos clientes, facilitando a oferta de um atendimento personalizado.
- Simplifique as operações de back-office conciliando automaticamente as vendas online, mobile e em loja física.



5. Monitore Métricas

- Acompanhe as taxas de perdas antes e depois da implementação.
- Meça o tamanho das filas, os tempos de transação e a satisfação dos clientes (NPS ou CSAT).
- Utilize os dados para orientar decisões sobre futuras expansões.



Uma experiência ruim de checkout não só frustra o cliente... é um prejuízo para o negócio.

As perdas invisíveis de cestas abandonadas, furtos, uso ineficiente do tempo da equipe e danos à percepção da marca afetam diretamente o resultado financeiro.

A automação — as soluções de autoatendimento, sistemas inteligentes de gestão de caixa e uma plataforma de comércio unificada — resolvem esses desafios sem comprometer o serviço ou a experiência do cliente. Pelo contrário, elevam ambos.

Deseja transformar o checkout de um obstáculo em uma oportunidade de receita?

Entre em contato para descobrir como nossas soluções inteligentes de automação podem transformar a jornada do cliente, melhorar as operações e recuperar receita perdida.



Scan or click to
get in touch

Glory Global Solutions

 <https://www.glory-global.com>

EBOOK-OS CUSTOS OCULTOS DE UMA EXPERIÊNCIA RUIM NO CHECKOUT-0426/PT-BR_1.0

Glory Global Solutions faz parte da GLORY LTD. O presente documento pretende servir como guia de consulta geral. Devido a um contínuo desenvolvimento ao nível dos seus produtos e serviços, a Companhia recomenda aos seus clientes a consulta quanto às últimas novidades e melhorias introduzidas nos seus equipamentos, as quais podem não estar refletidas na presente edição. Apesar de todas as precauções terem sido tomadas na preparação deste documento, a Companhia e a editora não aceitam qualquer responsabilidade por erros ou omissões, declinando qualquer responsabilidade por danos resultantes do uso desta informação. Este documento não é parte integrante de nenhum contrato ou licença que tenha sido expressamente acordada. Todas as capacidades e performance estão sujeitas ao tamanho e à qualidade das notas/moedas, assim como ao processo utilizado. GLORY, CASHINSIGHT, Flooid e suas representações gráficas associadas são marcas comerciais ou registradas da GLORY LTD. Grupo de empresas na UE, nos EUA e em outros países. © Glory Global Solutions (International) Limited 2026.