

cielo

E-book

Datas comemorativas:

como planejar ações para vender mais no e-commerce



Introdução

Todo mundo tem uma **data comemorativa preferida**, que pode ser a Páscoa, o Natal, o Dia das Crianças, ou qualquer outra que signifique **presentes e confraternizações**.

Mas, para o **empreendedor**, esses momentos do ano vão muito além das comemorações: eles são **oportunidades-chave** para aumentar as **vendas e faturar alto**.

Não à toa, o **calendário comercial** está repleto de datas que são aguardadas com ansiedade pelo varejo. E o melhor é que empresas de todos os portes podem **aproveitar essas épocas** para **alavancar suas vendas**, inclusive o microempreendedor.

Mas será que você está aproveitando todo o potencial das datas comemorativas no seu negócio?

Com um pouco de **planejamento**, todo dono de negócio pode pegar carona nas celebrações e **usufruir dos picos de vendas** que acontecem durante o ano.

É exatamente isso que vamos abordar neste superguia: estratégias para ajudar você a se planejar melhor e tirar proveito máximo das datas comemorativas.



Índice



Veja quais são os capítulos que preparamos para você:

1.	Você está preparado para vender nas datas comemorativas?	04
2.	Por que ter uma estratégia de vendas para datas comemorativas?	07
3.	O que é marketing sazonal?	09
4.	Como extrair o melhor das datas promocionais para seu e-commerce ..	12
5.	Planejando as vendas em datas comemorativas	14
5.1	Como fazer um planejamento de vendas	16
5.2	Etapas do planejamento de vendas	17
6.	Preparando seu e-commerce para as ações promocionais	21
7.	Datas comemorativas para você ficar de olho	24
8.	Como montar seu calendário de vendas	33
9.	Bônus: explore cada canal para vender mais	35
9.1	Vendendo mais pelas redes sociais	36
9.2	Vendendo mais pelo WhatsApp	37
9.3	Vendendo mais pelo site	38
10.	Como a Cielo ajuda você a vender online	40

Siga a leitura e **aprenda a explorar**
o **calendário comercial!**



Datas comemorativas: um plano estratégico para vender mais no e-commerce

1

**Você está
preparado para
vender nas datas
comemorativas?**

Você está preparado para vender nas datas comemorativas ou só acha que está?

Então, pense rápido:

- Qual a **data comemorativa mais importante** para o seu negócio, ou seja, a que representa o maior **potencial de vendas** do ano?
- Quais **datas do ano** você pode aproveitar para **aumentar suas vendas**? Por quê?
- Quais os principais **critérios do seu público-alvo** para comprar produtos e serviços da sua empresa em cada data comemorativa?
- Quais os **canais de venda** preferidos dos seus consumidores em **cada data** comercial?
- Quais **meios de pagamento** seus clientes **mais usam** em datas comemorativas?
- Quais datas comerciais tiveram os **melhores resultados** para a sua empresa no **último ano** e quais são as **projeções** para o próximo?
- Você costuma planejar suas **estratégias de vendas** com antecedência de acordo com o calendário comercial? Como?

Um **empreendedor pronto** para alavancar as vendas nas datas comemorativas **precisa ter essas respostas** na ponta da língua.

Mas, se você não conseguiu responder a algumas — ou muitas — das questões, não se preocupe: este **guia é para ajudá-lo a se planejar melhor** e não perder mais **oportunidades**.

Acontece que muitos empreendedores acreditam que estão aproveitando os picos de vendas que o calendário traz, mas só começam a pensar nas estratégias quando a data se aproxima.

Afinal, uma **data comemorativa** exige ações pensadas com **antecedência**, um estoque preparado, uma equipe treinada e vários outros elementos que garantem o sucesso das vendas.

Se você só cria uma **promoção de última hora** e torce para que os clientes fiquem sabendo em tempo, por exemplo, **nunca poderá aproveitar todo o potencial** que as datas comemorativas representam para o **varejo**.

Da mesma forma, dificilmente conseguirá acompanhar o **desempenho das vendas** em cada data, comparar resultados, fazer projeções e outras ações essenciais para um **planejamento eficiente**.

Então, se você percebeu que pode se **preparar melhor** para as datas comemorativas, tem uma **ótima razão para seguir com a leitura deste guia**.





Datas comemorativas: como planejar ações para vender mais no e-commerce

2

Por que ter uma estratégia de vendas para datas comemorativas?

Todo empreendedor precisa de **estratégias de vendas** pensadas especialmente **para as datas comemorativas.**



Isso porque, ano após ano, os resultados de **vendas disparam** em épocas específicas do nosso calendário, como **Páscoa, Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia dos Namorados, Natal, Dia das Crianças e Black Friday.**

Para você ter uma ideia, mesmo em meio à **crise do coronavírus**, o Dia das Mães rendeu um **faturamento de R\$ 7 bilhões** no varejo digital, segundo **dados da Neotrust [publicados no Mundo do Marketing.](#)**

Já a **Black Friday** resultou em uma **receita de R\$ 5,83 bilhões**, conforme dados da Nielsen|Ebit **[publicados no Valor Econômico.](#)** No fim de semana da data, as **vendas cresceram 6,9%**, conforme **[apurado pelo Índice Cielo do Varejo Ampliado \(ICVA\).](#)**

Com a pandemia, os resultados do **e-commerce** vêm ganhando força, pois comprar pela internet se tornou a forma mais segura de garantir os **presentes** em **datas comemorativas.**

Logo, você precisa **planejar suas estratégias de vendas** se quiser garantir sua fatia dos resultados durante todo o **calendário comercial.**

Aliás, não apenas pensar nas vendas, como também no *marketing* - que é justamente o assunto do nosso próximo capítulo.



Datas comemorativas: como planejar ações para vender mais no e-commerce

3

O que é marketing sazonal?



Marketing sazonal é um conjunto de **técnicas, estratégias e ações** pensadas para divulgar seu produto ou serviço durante **épocas específicas.**

A sazonalidade, no caso, diz respeito a **produtos, serviços e segmentos** que têm sua produção e venda concentrada em **certos períodos do ano.**

Por exemplo, o **panetone** é um produto sazonal, pois é vendido especificamente na **época do Natal.**

Já o **sorvete** é um produto com **pico de vendas no verão**, mas que ainda pode ser vendido com regularidade em outras épocas.

Logo, o grau de sazonalidade dos negócios varia bastante.

Mas a ideia do marketing sazonal é **se preparar para vender o ano todo**, e não somente nas datas “típicas” do negócio.

Por exemplo, se você tem uma **loja de roupas femininas**, precisa garantir que as coleções acompanhem as **tendências de cada estação**, além de se preparar para vender mais peças brancas no **Ano Novo** e, possivelmente, peças para mulheres maduras no **Dia das Mães** e *lingeries* no **Dia dos Namorados.**

Esse é um **exemplo básico de planejamento** de marketing sazonal, que nada mais é do que planejar quais ações você tomará para vender mais em cada data comemorativa e época do ano.

Mesmo que seu produto tenha uma sazonalidade alta, você deverá **pensar em estratégias** de marketing para **todos os momentos do ano** — e não somente para os meses mais aquecidos.

Por exemplo, sabemos que **itens de papelaria** têm um pico de vendas em janeiro e fevereiro, com a **volta às aulas**.

Mas isso **não significa** que o dono da papelaria deve **focar todos os esforços** de planejamento **nesse período e esquecer** do restante do calendário.

Ele também deve se **preparar para vender mais** no Dia das Mães, no Dia das Crianças, na Black Friday e outras datas que, a princípio, podem não parecer tão representativas para o negócio, mas trazem muitas **oportunidades de vendas**.

Marketing sazonal é sobre isso: pensar em como você pode aumentar suas vendas e faturar mais em cada data comemorativa, independentemente da melhor época para a sua empresa.

Vamos falar mais deste assunto na **sequência do nosso guia**.





Dados comemorativos: como planejar ações para vender mais no e-commerce

4

Como extrair o melhor das datas promocionais para seu e-commerce

Já deu para entender que você precisa se **planejar** melhor para aproveitar as **datas comemorativas** no seu e-commerce, certo?

Para explorar todo o potencial desses momentos você precisa, primeiramente, se **programar com antecedência** para cada uma das **datas do calendário comercial**.

O ideal é que, ao **fim de cada ano**, você reserve um tempo para criar um planejamento de marketing com **ações pensadas** para cada data comemorativa do **ano seguinte**.

E não basta pensar somente em **promoções temáticas**: é preciso **antecipar as demandas** que você terá nesses períodos em termos de **estoque**, equipe, **orçamento** e outros aspectos essenciais.

Afinal, as datas comemorativas exigem uma **estrutura diferenciada**, já que é esperado um **aumento nas vendas** e a procura de **itens específicos** pelos consumidores.

Se você quer vender muito nesses períodos, precisa garantir que os clientes encontrem **estoque disponível**, recebam rapidamente seus produtos, possam pagar por suas compras com **várias formas de pagamento** e fiquem satisfeitos, certo?

Do contrário, de nada adianta criar uma campanha de Dia das Mães, Natal ou Black Friday se faltarem produtos, o atendimento for ruim ou o site ficar fora do ar por excesso de tráfego.

Nos próximos capítulos, vamos **entender como funciona esse planejamento** para que você não deixe passar nenhum detalhe e fique 100% **preparado para cada data comemorativa**.





Datas comemorativas: como planejar ações para vender mais no e-commerce

5

Planejando as vendas em datas comemorativas

Até aqui, citamos bastante o **planejamento para datas comemorativas**, mas você sabe exatamente o que isso significa?

Planejar é **antecipar ações** e traçar a rota que você irá seguir para **alcançar o sucesso**, já prevendo que haverá obstáculos no caminho.

Por exemplo, você pode pensar em algo muito simples como uma **promoção de Dia das Mães** com um brinde especial para atrair mais clientes nessa data.

Mas, para que essa ação tenha os **resultados esperados**, você precisa responder a questões como:

- Qual brinde tem **maior apelo** junto ao público-alvo?
- Quem são as **pessoas que comprarão** por causa do brinde?
- Quanto **custa o brinde** e quanto será preciso vender para **compensar esse investimento**?
- Qual a **quantidade ideal de brindes** que devem ser encomendados? Com qual antecedência? Qual será a **logística** de entrega?
- Com quanto tempo de **antecedência** a promoção deve ser **divulgada** para os consumidores?
- Qual será a **mensagem e o canal ideal** para promover o brinde?

Perceba que uma **simples oferta de brinde** gera uma série de questionamentos e **envolve várias estratégias** de compras, estoque, gestão financeira, marketing e vendas.

Qualquer **erro** nesse processo pode **levar a problemas graves**, como clientes insatisfeitos com a falta do brinde, estoque de brindes parado ou mesmo o fracasso em atrair o público com o item divulgado.

Por isso é tão importante **investir tempo no seu planejamento** para datas comemorativas, uma vez que é ele que garante a efetividade das ações e o retorno financeiro esperado.

5.1 Como fazer um planejamento de vendas

Seu **planejamento de vendas** para datas comemorativas deve começar de um ponto muito simples: os **resultados de períodos anteriores**.

Essa dica se aplica a todos os **empreendedores que já fizeram promoções** e campanhas em **datas comerciais**.

Se você tem esse **histórico**, poderá partir dos resultados do ano anterior para se **planejar** para este ano, por exemplo.

Mesmo que você não tenha criado uma promoção propriamente dita, pode **usar os dados** de faturamento, volume de vendas e ticket médio nas datas específicas do calendário comercial para se basear — daí a importância de ter essas **informações armazenadas** em planilhas ou em um **sistema de gestão**.

Supondo que você não tenha esses dados registrados, possua um negócio novo ou nunca tenha feito nada diferente para datas comemorativas, ainda assim, é possível partir de dados para se planejar.

Nesse caso, você terá que **buscar projeções** de vendas divulgadas na mídia ou fazer o famoso **benchmarking**, que nada mais é do que um **estudo dos concorrentes** que visa compreender as **táticas e resultados** de empresas que atuam no **mesmo segmento** que você.

Além de ter um histórico de resultados da sua empresa, é importante que você **conheça a dinâmica de cada data comemorativa**, entendendo qual é o **público-alvo**, quais os **produtos mais vendidos**, quais os dias com **pico de vendas**, entre outras informações.

Outro ponto importante para se planejar melhor é **acompanhar tendências**, pois, embora as datas comerciais sejam fixas, os **hábitos de consumo e preferências** dos consumidores **mudam** todos os anos.

Durante a **pandemia do coronavírus**, por exemplo, as **compras online explodiram**, os **meios de pagamento digitais cresceram** muito e os consumidores passaram a ter **novas prioridades**, como o **bem-estar**, a **organização** do lar e o **cuidado** com a saúde (física e mental).

Então, na hora de fazer seu planejamento, é necessário **ter essas questões em mente** para não se apegar somente à tradição das datas comemorativas.

Lembrando que cada data terá um impacto diferente de acordo com o segmento da sua empresa.

5.2 Etapas do planejamento de vendas

Agora que você sabe o que considerar no seu **planejamento de vendas**, vamos detalhar as **principais etapas** desse processo. Confira:

1. Definição do público-alvo

O primeiro passo do seu planejamento de vendas é definir quem é o **público-alvo do seu negócio** — ou seja, as pessoas que serão impactadas pelas ações nas **datas comemorativas** e têm maior probabilidade de comprar de você.

Para usar as estratégias certas, você precisa saber qual o **perfil dos seus clientes** em potencial, incluindo **gênero, faixa etária, localização, classe social, ocupação**, entre outros dados essenciais.

Para uma estratégia ainda mais certa, recomendamos que você crie personas, que são **personagens semi fictícios** que representam seus **clientes ideais**.

Por exemplo, se você tem uma loja de moda fitness que vende para mulheres de 18 a 40 anos moradoras de São Paulo, pode criar uma persona deste tipo:



Márcia, 30 anos, gestora de marketing digital em uma agência e moradora de São Paulo. É uma mulher prática, moderna e que busca conciliar a carreira com a vida pessoal.

Faz academia a semana toda e procura roupas que possam ser usadas nos treinos e também no happy hour da empresa, de modo a ganhar tempo no dia a dia. Já possui algumas peças coringa, mas procura mais versatilidade e estilo para se sentir única.

Se você **não sabe como criar sua persona**, pode usar o [Gerador de Personas](#) gratuito oferecido pela Rock Content e Resultados Digitais.

Assim, você poderá conhecer seus clientes em detalhes e criar ações de alto impacto nas datas comemorativas.



Curso online gratuito: Como encontrar o seu cliente na internet

2. Organização do portfólio de produtos

Decidir quais produtos ou serviços serão comercializados em **cada data comemorativa** é fundamental.

Afinal, sempre **haverá um carro-chefe** para cada período, dependendo do tipo de presente que as pessoas compram na **época** e de quem é presenteado.

Logo, você precisa **se antecipar a essas necessidades** e selecionar os itens do seu portfólio que mais **combinam com cada** data comercial.

Por exemplo, um [levantamento do Google](#) mostrou que as roupas e relógios inteligentes foram os produtos mais procurados na **Black Friday**.

Em outras datas, os **produtos mais vendidos** já são bem conhecidos: brinquedos no **Dia das Crianças**, perfumes, itens pessoais e lingerie no **Dia dos Namorados** e chocolates na **Páscoa**.

Mesmo que seus produtos não tenham nada a ver com a data, você deve buscar uma forma de associá-los a cada período, seja com uma embalagem temática ou uma promoção criativa.

3. Projeção de vendas

Outra etapa essencial do planejamento é a **projeção de vendas**, que significa basicamente prever quantos **itens serão vendidos em cada data** conforme seu histórico e os padrões do mercado.

Com essa previsão, você consegue **planejar melhor as compras** e o **estoque do período**, de modo que não falte nem sobrem produtos em cada data comemorativa.

Além disso, você tem uma **expectativa aproximada do faturamento** em cada data.

4. Criação de ações promocionais

Nessa etapa, você deverá criar **as ações, promoções, concursos e outras atividades** que serão desenvolvidas em cada data comemorativa.

Aqui, fica a seu critério **definir o que funciona melhor** para seus clientes e quais tendências podem ser aproveitadas no seu negócio.

No **e-commerce**, ações que sempre fazem sucesso são brindes, campanhas de **frete grátis, cupons de desconto e promoções temáticas** enviadas por e-mail.

Ao longo do e-book, veremos exemplos de campanhas para você se inspirar, combinado?



5. Definição dos canais de venda

Além de definir o que vender, para quem e quando, você também precisa determinar por meio de quais canais os produtos e serviços serão comercializados.

Se você tem um e-commerce, vale explorar **canais como apps de mensagens, redes sociais e marketplaces**, por exemplo.

Para quem tem **loja virtual e loja física**, as possibilidades são inúmeras: vender online com retirada na loja ou em pontos de retirada, [vender com QR code](#) na loja física, [vender por WhatsApp](#) com delivery e muito mais.

A escolha dos canais certos vai aumentar suas chances de sucesso nas datas comemorativas.

6. Definição de metas e indicadores

A única forma de **avaliar** se suas **ações** tiveram um bom desempenho em cada data comemorativa é usar metas e indicadores.

Você pode estabelecer **metas de aumento de vendas e de ticket médio**, e então acompanhar de perto essas métricas.

Por exemplo, se você fixar a meta de **umentar em 30% as vendas** no Ano Novo, precisa **monitorar** o volume de **vendas** do período para ter certeza de que o **objetivo foi atingido** — ou para mudar de estratégia, se os resultados não saírem conforme o esperado.

Seja qual for o seu planejamento, há um ponto sensível sobre o qual vamos falar na sequência: a forma **como sua empresa se prepara para vender bem nas datas comemorativas**.





Datas comemorativas: como planejar ações para vender mais no e-commerce

6

Preparando seu e-commerce para as ações promocionais

Será que seu **e-commerce** está mesmo **preparado** para as **datas comemorativas**?

Como citamos antes, muitos imprevistos podem acontecer em um momento crítico para o seu negócio.

Alguns **problemas** comuns são a **falta de estoque** (ou excesso dele, quando produtos ficam parados), a **má qualidade do atendimento**, a **falta de estrutura** para dar conta da demanda (por exemplo, quando o site cai por excesso de tráfego) e **erros em divulgações** de preços.

Para evitar prejuízos, é melhor você **arrumar a casa** antes de colocar as estratégias de vendas em ação.

Arrumando a casa para as vendas que virão

Se você quer estar **100% pronto para o aumento da demanda** em uma data comemorativa, lembre-se dos seguintes pontos:

- Cuide para que o **estoque** seja suficiente, sem que falem ou sobrem produtos nas datas.
- Planeje a **logística** para dar conta do aumento das vendas, prevendo um volume maior junto à sua transportadora, por exemplo.
- Use **ferramentas de venda** como um CRM (software de gestão do relacionamento com o cliente), que permite acompanhar o histórico de interações com os clientes.
- Se não tiver um software dedicado, use, no mínimo, **planilhas** para **cadastrar seus clientes e registrar as vendas**. Excel Online e Google Planilhas são opções gratuitas.
- Certifique-se de que a **equipe** é suficiente para atender a demanda e, se necessário, planeje a contratação de colaboradores temporários.
- **Treine** sua equipe para dar conta do volume de vendas nas datas comemorativas e atender muito bem os clientes.

- Verifique com seu serviço de hospedagem se o site **suportará o aumento do tráfego** previsto ou se é preciso mudar de plano.
- Tenha **meios de pagamento** eficientes para agilizar as vendas, suportar o maior volume de transações e receber de forma segura, oferecendo **opções como cartão de crédito e débito, Pix, Link de Pagamento, Carteira Digital etc.** Também é importante que a **solução de pagamento** utilizada (sua maquininha) aceite várias bandeiras de cartão, como a Cielo oferece. Afinal, cada vez mais clientes usam cartões de diversas bandeiras para pagar suas compras e isso ajuda você a não perder vendas.

Com a casa arrumada, só resta **saber quais datas comemorativas explorar na sua estratégia.**

É sobre isso que vamos falar no capítulo seguinte.





Datas comemorativas: como planejar ações para vender mais no e-commerce

7

Datas comemorativas para você ficar de olho

Chegamos à melhor parte do nosso guia: **a lista de datas comemorativas e suas oportunidades!**

Confira nossa seleção:

Data ou período comemorativo	Dia ou mês no calendário	Motivos para explorar a data
Carnaval	fevereiro/março	<ul style="list-style-type: none">● É uma festa tradicional que atrai turistas de todo o mundo.● Crescem as vendas de produtos como fantasias, bebidas alcoólicas, chapéus, adereços e protetor solar.
Dia Internacional da Mulher	8 de março	<ul style="list-style-type: none">● Todo mundo tem uma mulher próxima que merece ser presenteada.● As empresas sempre buscam brindes para a data.● Aumentam as vendas de produtos femininos no geral.
Páscoa	março/abril	<ul style="list-style-type: none">● Ninguém resiste aos chocolates e guloseimas de Páscoa.● É um feriado tradicional que envolve toda a família.

Dia das Mães	2º domingo de maio	<ul style="list-style-type: none"> ● Todos os filhos querem presentear e homenagear suas mães. ● Os produtos femininos para mulheres maduras disparam. ● É possível mirar em todas as mães, inclusive “mães de pet” e “mães de planta”.
Dia dos Namorados	12 de junho	<ul style="list-style-type: none"> ● Os casais trocam presentes, gerando vendas em dobro. ● Os solteiros também querem se presentear.
Dia dos Pais	2º domingo de agosto	<ul style="list-style-type: none"> ● Os filhos querem homenagear e presentear os pais. ● Quem não tem pai biológico, presenteia a pessoa que ocupa esse lugar.
Dia das Crianças	12 de outubro	<ul style="list-style-type: none"> ● Toda família quer presentear suas crianças. ● Os pequenos influenciam muito a decisão de compra dos familiares.
Semana Brasil	setembro	<ul style="list-style-type: none"> ● É a nova aposta para criar uma “Black Friday Brasileira”.

Black Friday / Cyber Monday	novembro	<ul style="list-style-type: none"> ● Já está consolidada como a data oficial de descontos no país. ● Supera seu faturamento ano após ano.
Natal	dezembro	<ul style="list-style-type: none"> ● É inseparável da cultura brasileira. ● Envolve grande apelo emocional. ● Traz os presentes para o centro da comemoração. ● O 13º salário impulsiona o consumo.
Ano Novo	dezembro / janeiro	<ul style="list-style-type: none"> ● É o momento de renovação, o que também significa muitas compras. ● O 13º salário impulsiona o consumo. ● Aumento nas vendas de bebidas alcoólicas, roupas, pacotes de viagem e hospedagem.

Para completar, veja algumas **dicas para aproveitar ao máximo as datas** mais promissoras desse calendário:

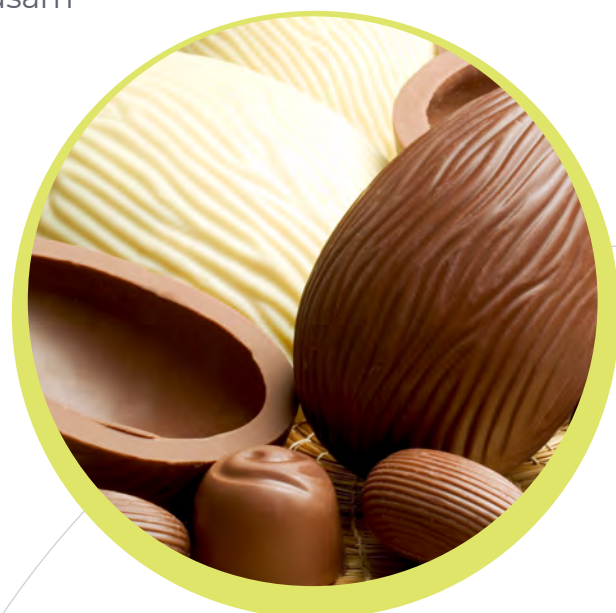
Páscoa

- **Público-alvo:** toda a família, com destaque para crianças.
- **Produtos mais vendidos:** ovos de chocolate industrializados e artesanais, colomba pascal, caixas de bombons, vinhos e produtos temáticos em geral (principalmente relacionados a coelhos e ovos).
- **Segmentos em destaque:** docerias, fabricantes de chocolate, confeitarias, padarias, supermercados, restaurantes e vinícolas.
- **Tendências:** ovos de chocolate de colher, recheados e do tipo “cake pop”, além de linhas veganas e zero lactose.
- **Ideias de ações:**
 - Uso da temática do “Coelho da Páscoa” em materiais de divulgação como *banners*, *e-mails*, *pop-ups* e *landing pages*.
 - Criação de promoções e concursos culturais nas redes sociais com o tema da Páscoa.
 - Criação de kits de produtos relacionados à data, como combinações de doces ou mesmo outros itens como cosméticos e bebidas que usam chocolate em sua formulação.

Veja as dicas do Sebrae para vender muito na Páscoa



Vídeo: 5 dicas para bombar na Páscoa



Dia das Mães

- **Público-alvo:** filhos de mães com todas as idades e estilos (decisores da compra) além de familiares e escolas, quando os filhos são pequenos.
- **Produtos mais vendidos:** roupas e acessórios femininos, produtos de beleza, celulares, eletrodomésticos, itens de decoração.
- **Segmentos em destaque:** lojas de moda, lojas de departamento, lojas de cama, mesa e banho, perfumarias, empresas de cosméticos e varejo em geral.
- **Tendências:** produtos artesanais (cosméticos naturais, roupas sob medida, etc.) e *vouchers* de vale-presente.
- **Ideias de ações:**
 - Criar campanhas que sugerem produtos para diferentes estilos de mães (ex: acessório despojado para a mãe moderna, perfume clássico para a mãe tradicional etc.).
 - Oferecer *vouchers* vales-presente no seu *e-commerce*, para que a mãe possa escolher.
 - Oferecer uma embalagem para presente especial com cartão de Dia das Mães.

Confira dicas do Sebrae para vender mais nessa data:



**Vídeo: 5 dicas
Como vender mais
no Dia das Mães**



Dia dos Pais

- **Público-alvo:** filhos e mães (decisores da compra), além de escolas, quando os filhos são pequenos.
- **Produtos mais vendidos:** roupas e calçados masculinos, perfumes masculinos, cosméticos masculinos, eletrônicos, produtos de informática e ferramentas.
- **Segmentos em destaque:** lojas de moda masculina, lojas de cosméticos, lojas de eletrônicos, tabacarias.
- **Tendências:** ampliação do mercado de produtos masculinos, especialmente no segmento da beleza.
- **Ideias de ações:**
 - Criar campanhas que sugerem produtos para diferentes estilos de pais (ex: sapatos clássicos para o pai tradicional, tênis da moda para o pai moderno etc.).
 - Oferecer *vouchers* vales-presente no seu *e-commerce*, para que o pai possa escolher.
 - Criar kits de produtos voltados ao público masculino com uma identidade visual mais sóbria.

Veja o que o Sebrae recomenda para o Dia dos Pais:



**Vídeo: 5 dicas
Como vender mais
no Dia dos Pais**



Dia das Crianças

- **Público-alvo:** pais e outros familiares de crianças de todas as idades.
- **Produtos mais vendidos:** brinquedos, roupas, jogos de computador, jogos de tabuleiro, calçados, bicicletas, skates e patins.
- **Segmentos em destaque:** lojas de brinquedos, lojas de moda infantil, lojas de esportes.
- **Tendências:** brinquedos pop *fun*, pistas de carrinhos, bonecos de personagens de filmes infantis em alta.
- **Ideias de ações:**
 - Oferecer frete grátis a partir de um determinado valor para incentivar a compra de vários produtos infantis
 - Oferecer um brinde educativo como um livro interativo
 - Dar descontos progressivos (10% na compra de 2 itens, 20% na compra de 3 itens, etc.) para incentivar familiares a comprarem todos os presentes para as crianças na sua loja.

Confira as dicas do Blog Cielo para vender mais no Dia das Crianças:

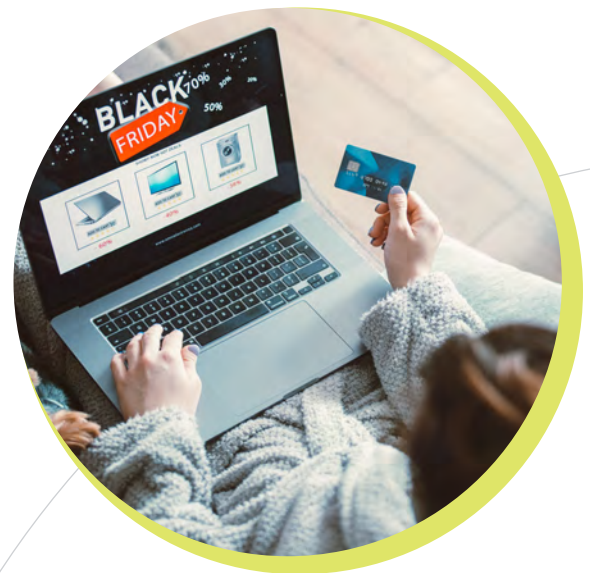


Texto: 7 dicas para vender mais no Dia das Crianças



Black Friday

- **Público-alvo:** população economicamente ativa em geral.
- **Produtos mais vendidos:** roupas, relógios inteligentes, produtos de beleza, alimentos e bebidas, decoração.
- **Segmentos em destaque:** lojas de roupas, lojas de departamento, lojas de cosméticos, lojas de eletrônicos, lojas de alimentos, supermercados, lojas de decoração.
- **Tendências:** novos meios de pagamento digitais como Pix e QR code, vendas por lives no *live commerce*.
- **Ideias de ações:**
 - Guardar os melhores descontos para a data, reduzindo os preços de produtos de alto giro.
 - Usar as redes sociais para promover as ofertas da Black Friday.
 - Oferecer frete grátis a partir de um determinado valor para incentivar o aumento do ticket médio.



Confira as dicas do Cielo DigiCast para vender mais na Black Friday:



Áudio:

Cielo DigiCast – Como alcançar o sucesso e impulsionar seu negócio na Black Friday



Datas comemorativas: como planejar ações para vender mais no e-commerce

8

Como montar seu calendário de vendas

Apresentamos a você as principais datas do calendário comercial, **mas é importante que você personalize sua estratégia com base nos períodos mais importantes para o seu negócio.**

Afinal, existem várias **datas alternativas e menos conhecidas** que também podem **render excelentes promoções** e resultados.

Por exemplo, o *Halloween* (31 de outubro) e o Dia de São João (24 de junho) são duas oportunidades de **promoções temáticas** e culturais durante o ano.

Um pet shop pode aproveitar o **Dia dos Animais (4 de outubro)** para fazer uma promoção exclusiva, enquanto uma **loja de artigos esportivos** pode usar o **Dia do Atleta (21 de dezembro)** para promover seus produtos.

Para **qualquer profissão e público** que você imaginar, **existe uma data comemorativa** no calendário que vale a pena explorar - e também um canal ideal para sua estratégia, como vamos ver na sequência deste guia.





9

**Bônus:
explora cada canal
para vender mais**

A essa altura, você já deve estar mais seguro para **criar sua estratégia** de vendas para datas comemorativas, certo?

Então, confira dicas para explorar os **melhores canais** disponíveis online:

9.1 Vendendo mais pelas redes sociais

Se o seu plano é **impulsionar as vendas nas datas comemorativas**, você vai precisar incluir as redes sociais na sua estratégia.

Para ter uma ideia, **78% dos negócios estão conectados às mídias sociais** e mais da metade usa essas plataformas para vender.

Isso porque, cada vez mais, os **consumidores procuram informações** sobre produtos e serviços, comparam ofertas e acompanham promoções por meio de plataformas como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, TikTok, Pinterest e LinkedIn.

Nas datas comemorativas, você pode usar estratégias como:

- Criar os famosos **sorteios de Instagram e Facebook**, nos quais os usuários devem curtir a página ou seguir o perfil e marcar amigos para concorrer a prêmios.
- Usar a **loja do Facebook** e o **Instagram Shopping** para vender mais.
- **Produzir conteúdo** voltado às **datas comemorativas**, como dicas de presentes, divulgação de kits especiais para cada período, promoção de brindes, etc.
- Impulsionar publicações com os recursos de anúncios como **Facebook Ads**, **Instagram Ads** e **Twitter Ads**, aumentando seu alcance nas redes e segmentando seu público.
- Usar o **TikTok** para **promover seus produtos** e serviços de forma humanizada, por meio de **vídeos divertidos e temáticos** de cada data.
- Usar a estratégia de **live commerce**, que consiste em **vender produtos** e serviços **durante lives** transmitidas no Instagram e YouTube.

- Usar o [Cielo Super Link](#) para gerar **links de pagamento** sem precisar de um site e **vender** facilmente pelas **redes sociais**.

Lembre-se também de **evitar erros** comuns como:

- **Usar muitas redes sociais de uma vez** só e acabar prejudicando os resultados. Em vez disso, escolha no máximo três plataformas que combinam com seu negócio e alcançam seu público.
- **Abandonar as estratégias nas redes sociais**, pois a frequência de posts é essencial para engajar o público.
- **Não segmentar seu público** quando for anunciar. É fundamental mirar nas pessoas certas para fazer valer seu investimento!



Texto: Como as redes sociais podem aumentar seu faturamento

9.2 Vendendo mais pelo WhatsApp

Se você já [vende pelo WhatsApp](#), sabe que é um dos melhores canais para ter proximidade com seu público e fechar negócios.

Hoje, o **app de mensagens** está instalado em nada menos que **98% dos smartphones dos brasileiros**, segundo a pesquisa [Panorama de Mensageria](#) realizada pela Mobile Time e pela Opinion Box.

Então, **proveite esse canal** com as táticas a seguir:

- Crie um **catálogo detalhado** de produtos ou serviços para exibir no seu perfil comercial durante as datas comemorativas.
- Crie **listas de transmissão** com até 256 contatos para enviar mensagens em massa com ofertas e promoções sazonais (lembre-se de **pedir autorização** aos clientes primeiro).

- Use o [Cielo Super Link](#) para gerar **links de pagamento** sem precisar de um site e receber facilmente pelo WhatsApp.

E fique atento aos **erros comuns** da plataforma:

- **Não pedir autorização para enviar mensagens** e acabar sendo bloqueado e denunciado pelos consumidores. É fundamental que seus contatos aceitem receber comunicações (e quem não tiver sua conta adicionada não receberá mensagens das listas de transmissão).
- **Enviar muitas mensagens** e com muita frequência. Escolha apenas as comunicações mais importantes e que realmente trazem vantagens para o consumidor, como descontos e ofertas.
- **Não detalhar o horário de atendimento** ou programar mensagens automáticas, deixando o consumidor sem resposta.



Curso online gratuito: Como usar o WhatsApp para negócios

9.3 Vendendo mais pelo site

Ter um **e-commerce próprio** é sempre uma ótima opção para **alavancar suas vendas** na internet.

Afinal, as lojas online tiveram um **crescimento de 72%** e já **passam de 1,5 milhão de negócios** em todo o país.

Veja algumas dicas para aproveitar ao máximo sua loja virtual nas datas comemorativas:

- Invista na **experiência do usuário**, garantindo um site adaptável a dispositivos móveis (com design responsivo), de carregamento rápido e de fácil navegação.

- Priorize um **layout atrativo** com a identidade visual da sua marca (e lembre-se de “envelpear” seu site com o tema relacionado à cada data comemorativa). Dê destaque a produtos e serviços promocionais.
- Use o [Google Ads](#) para promover seu site por meio de **links patrocinados**.
- Use o [Google Analytics](#) para analisar o **desempenho das suas campanhas** e acompanhar métricas como número de visitantes, duração das sessões, número de cliques, etc.
- **Otimize seu site para SEO** (*Search Engine Optimization*) para alcançar um bom posicionamento no Google para as palavras-chave relacionadas ao seu negócio e às promoções sazonais.
- Crie banners, pop-ups e outros formatos de anúncios para **divulgar suas promoções na página inicial** do site.
- **Simplifique o checkout** do seu e-commerce, usando uma solução de pagamentos segura e ágil, permitindo que seus clientes concluam suas compras em uma **única página** de pagamento. O [Checkout Cielo](#), por exemplo, **conecta sua loja diretamente à solução de pagamentos** completa da Cielo e agiliza os recebimentos.

E estes são os **erros que você deve evitar no seu site**:

- **Não pensar na usabilidade** e priorizar apenas usuários de desktop (que acessam pelo computador e notebook). Hoje, a maior parte das pessoas acessa a internet e faz compras pelo smartphone.
- Ter um site e **não investir em divulgação ou otimização** para ganhar visibilidade na internet.
- **Deixar o site desatualizado** e focar somente nas redes sociais (o site sempre será um canal central para as vendas e reputação da sua empresa).



Texto: Como vender mais pela internet



Datas comemorativas como planejar ações para vender mais no e-commerce

10

Como a Cielo ajuda você a vender online

A **Cielo é sua parceira na jornada das vendas online** e está aqui para ajudar seu negócio a faturar o ano todo, especialmente nas datas comemorativas.

Nossas [soluções para e-commerce](#) facilitam a digitalização da sua **empresa** e têm a garantia Cielo de eficiência e segurança.

Assim, você pode criar seu site personalizado usando ferramentas como, por exemplo, a [Nuvemshop, e incluir a Cielo como integradora de pagamentos](#) da sua loja virtual.

E para quem tem loja virtual própria, o [Checkout Cielo](#) pode ser integrado ao site para disponibilizar um meio de pagamento completo e seguro.

Mas, se você **ainda não tem um e-commerce**, saiba que o [Cielo Super Link](#) permite vender em qualquer plataforma sem precisar de uma loja online: basta gerar o link de pagamento para seus produtos e serviços e enviar para seus clientes pelo WhatsApp, Facebook Messenger ou qualquer outra rede social.

Com todos esses recursos, você estará mais que **preparado para explorar o potencial das datas comemorativas** e vender muito.

Esperamos que este guia tenha ajudado você a enxergar as grandes oportunidades do calendário comercial e a se planejar melhor para cada período.

Conte sempre com a
**Cielo para decolar
suas vendas online!**

cielo

Datas comemorativas: como planejar ações para vender mais no e-commerce



Copyright © 2021 Cielo S.A.
Todos os direitos reservados