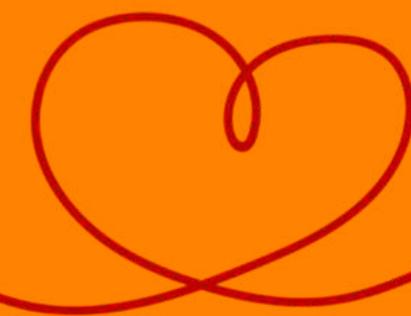




Dia dos **namorados**

BOLETIM DE MERCADO | 2021



Dia dos **namorados**

BOLETIM DE MERCADO | 2021



DIRETORIA EXECUTIVA DO SEBRAE/PA

Sebastião de Oliveira Campos - Presidente do Conselho Deliberativo

Rubens da Costa Magno Júnior - Diretor Superintendente

Fabrizio Augusto Guaglianone de Souza - Diretor Técnico

Cássia Alessandra da Costa Rodrigues - Diretora Administrativa e Financeira

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA E MERCADO DO SEBRAE/PA

Clemilton Jansen Holanda - Gerente

Roberto Belluci - Gerente Adjunto

Adauto Lobo de Oliveira - Analista

Rosana Barreiro Viana - Analista

Solano de Vasconcelos Lisboa Filho - Analista

Mara Cristiane Barroso Juarez Peres - Analista

RESPONSÁVEIS TÉCNICOS

Gualter de Oliveira Rocha - Coordenador Geral

Marília Leal da Cunha - Consultora de Experiência do Cliente

Edward de Souza Pampolha Junior - Consultor de criação de conteúdo

EDITORAÇÃO E PROJETO GRÁFICO

Fernanda Neves Nascimento - Gestora de Arte e Diagramação

REVISÃO DE CONTEÚDO

Marília Leal da Cunha - Consultora de Experiência do Cliente

O que você vai ver por aqui



R\$4,1 Bi

De **2019 para 2020** houve um aumento de 91% no faturamento do dia dos Namorados em e-commerces no Brasil – **um total de R\$ 4,1 bilhões.**



R\$1,65 Bi

Está previsto um crescimento de 29,4% nas vendas no dia dos namorados **2021** - em torno de R\$1,8 bilhão.

Em 2021



53% vão presentear alguém na data



40% dos consumidores das classes **A e B** preferem pesquisar direto **nos e-commerces.**



39% dos consumidores comprarão os presentes com **2 semanas ou mais de antecedência**



35% comprarão **na semana do evento**



4% comprarão **apenas no dia** do evento.

6 passos para preparar seu negócio para a data

1. Pesquise o mercado
2. Decida quais produtos irá destacar na campanha
3. Defina sua estratégia de venda e atendimento
4. Prepare o estoque e a logística de entrega
5. Planeje sua comunicação e Marketing
6. Não esqueça do Pós-venda

Sumário

Prepare seu negócio para o dia dos namorados	5
Perfil de público do Dia dos Namorados	7
Como foi a data em 2020	9
Tendências para 2021	11
<i>Quando vão começar a comprar?</i>	11
<i>Categorias favoritas para presentear:</i>	12
<i>Número de pequenos negócios no Pará impactados pelo dia dos namorados</i>	14
Os 6 Passos para preparar seu negócio para o dia dos namorados	15
Passo 1: Pesquise o seu mercado	16
Case: Cipó Velas e Aromas	16
Passo 2: Decida quais produtos irá destacar na campanha promocional	17
Monte combos e kits de produtos	17
Case Eternize	17
Descontos e cupons	18
Case: Vikings Burguer Belém	18
Passo 3: Defina seus canais de venda e atendimento	19
Canais de venda	19
Canais de atendimento	20
Case: K Sushi Belém	21
Passo 4: Prepare o estoque e a logística de entrega	22
Tente prever a sua demanda	22
Busque fornecedores confiáveis	22
Cuide da saúde do estoque	23
Inove nas formas de pagamento	23
Disponibilize opções de entrega rápida	24
Case: Doceria Delalê	24
Passo 5: Planeje sua comunicação e Marketing	25
Antecipe as vendas	25
Prepare toda a equipe	25
Invista na identidade visual	26
Case: Marcelino Antepastos	26
Passo 6: Não esqueça do Pós-venda	26
Case: Via Mia Boulevard Belém	27
Conclusão	27
Referências	28
	29

Prepare seu negócio para o dia dos namorados

Há mais de um ano, a pandemia da COVID-19 tem “balançado” as expectativas de vendas e de crescimento de negócios durante as datas comemorativas ao longo do ano. Sobre isso, [o sindicato varejista do Distrito Federal](#) chegou a afirmar para o Correio Braziliense que as vendas no dia dos namorados não passariam de R\$90 milhões em 2020 ([Fonte: Correio Braziliense, 2020](#)).

Por esse motivo, foi uma surpresa positiva perceber que as vendas nesta data no ano passado superaram as expectativas, em especial no comércio on-line. Em função do isolamento social, grande parte dos consumidores optaram por comprar por meios virtuais como o e-commerce. Assim, o público não deixou de garantir o presente da pessoa amada, mesmo em isolamento.

Com isso, o faturamento de e-commerces no Brasil em meio à pandemia foi dobrado em 2020, gerando um aumento de 117% nas vendas em relação ao ano anterior ([Fonte: Relatório Dia dos Namorados Social Miner, 2020](#)).

Diante das expectativas de crescimento no faturamento deste ano, há uma necessidade ainda maior de preparar o seu negócio para realizar as ações certas e ter êxito neste cenário promissor. Assim, este boletim o ajudará a ter uma visão geral sobre dados de crescimento e oportunidades para a data, e o orientará a preparar uma campanha especial para o dia dos namorados, com exemplos práticos para o seu negócio.



Houve um aumento de 117% nas vendas em 2020 em relação ao ano anterior.

([Fonte: Relatório Dia dos Namorados Social Miner, 2020](#)).



Curiosidade

Toda campanha de dia dos namorados tem uma data específica aqui no Brasil, 12 de junho, e as campanhas com este tema costumam ser feitas com muita antecipação após bastante brainstorming.

Ao contrário do Brasil, o resto do mundo comemora a data no dia 14 de fevereiro, além de chamá-la de Dia de São Valentim. Essa diferença existe porque no ano de 1949, um dos publicitários mais conhecidos da história, João Dória, fez uma propaganda comercial para os namorados do Brasil. (Fonte: Rock Content, 2018)

Ele escolheu **o dia anterior ao de Santo Antônio – conhecido como Santo Casamenteiro – para iniciá-la. Desde então, 12 de junho se tornou oficialmente o dia dos namorados no país.** (Fonte: Folha de São Paulo, 2018)

A data começou a "pegar" no Brasil no ano seguinte, quando mais regiões começaram a aderir - posteriormente, a comemoração se tornou nacional. Atualmente, o Dia dos Namorados já é a terceira melhor data para o comércio no país - atrás apenas do Natal e do Dia das Mães. A média do faturamento do dia romântico já chega perto de R\$1,5 bilhão (Fonte: Folha de São Paulo, 2018).



(Fonte: Folha de São Paulo, 2018)



Capítulo 1

Perfil de público do Dia dos Namorados

Segundo uma pesquisa da [Compre & Confie \(2020\)](#), que estudou o perfil de consumidores do dia dos namorados de 2020, o público com mais de 36 anos é o que mais compra durante o período:

Faixa etária dos consumidores



19%

até 25 anos



31,7%

de 26 a 35 anos



33,9%

de 36 a 50 anos

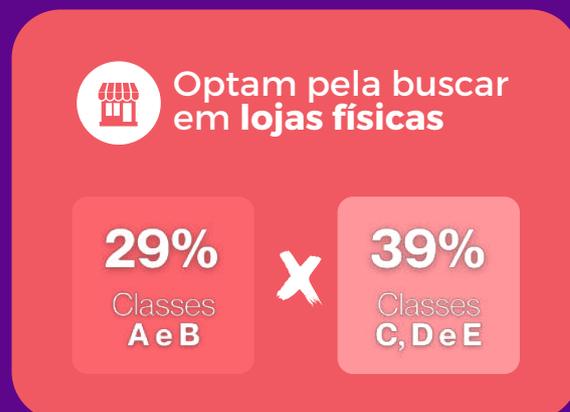


15,4%

acima de 51

Perfil dos consumidores por classe e local de compra

(Fonte: Relatório Dia dos Namorados Social Miner, 2020)



Quando pretendem ir às compras

(Fonte: Relatório Dia dos Namorados Social Miner, 2020)





Capítulo 2

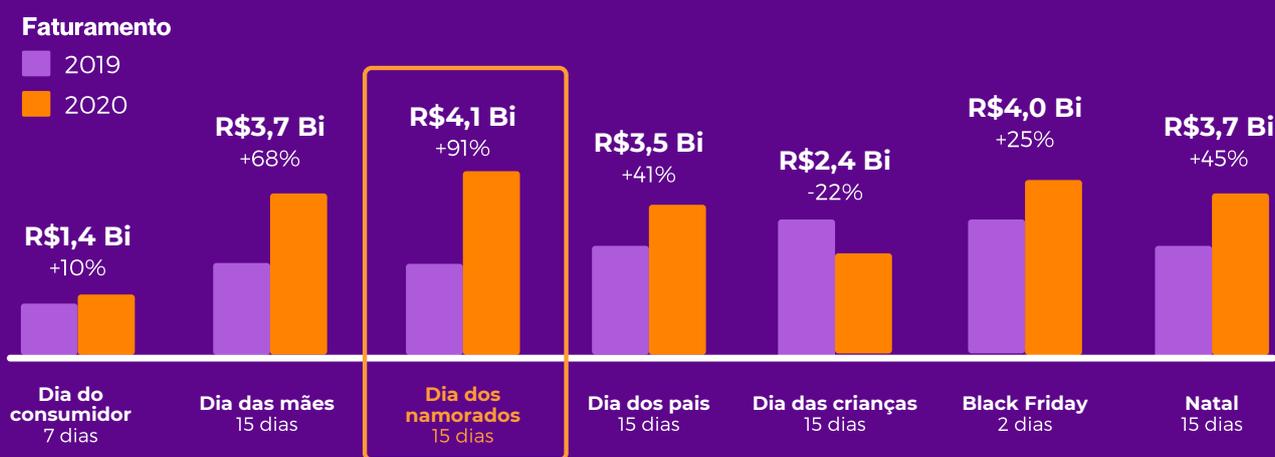
Como foi a data em 2020

Com a pandemia e as **restrições de comércio** que ocorreram entre o final de março e início de Abril de 2020, as **empresas tiveram que se reinventar**. Então, quem queria vender mais precisou **investir em lojas virtuais, deliverys e vendas remotas** por redes sociais ou aplicativos de mensagem.

Impulsionado pelo distanciamento social, o Dia dos Namorados registrou o maior

crescimento no e-commerce dentre as datas sazonais de 2020, com um aumento de **91% no faturamento** – um total de **R\$ 4,1 bilhões**, segundo a pesquisa da [Ebit Nielsen na pesquisa Webshoppers 43](#), se comparado com o mesmo período do ano anterior. Além de **63% mais pedidos** e um Ticket médio de R\$452,00, um **crescimento de 17%** (maior entre as sazonalidades).

Impulsionado pela pandemia, dia dos namorados se destaca como a data com maior faturamento do ano em 2020

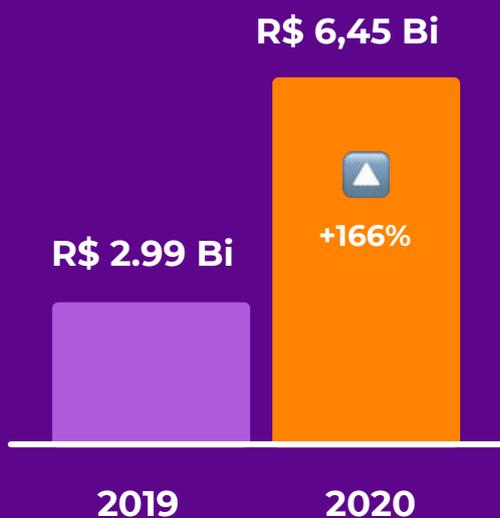


Fonte: Ebit | Nielsen Webshoppers, 43 (adaptado).

Com o sucesso do Dia das Mães – primeiro evento comercial a acontecer durante a crise do coronavírus – e os resultados positivos da pesquisa de intenção de compra para a data, as expectativas para o Dia dos Namorados eram otimistas.

Porém, **o consumidor surpreendeu. Em dados da Social Miner (2020), o faturamento dos e-commerces entre os dias 28 de maio e 12 de junho de 2020 mais que dobraram em relação ao mesmo período do ano passado, alcançando a marca dos R\$6,45 bilhões.**

Varição de faturamento do dia dos namorados



Fonte: [Relatório Dia dos Namorados 2020 Social Miner, 2020.](#)



Em 2021, seus concorrentes estarão ainda mais habituados às ferramentas e estratégias de venda online.

[Clique aqui e descubra como vender mais pela internet!](#)





Capítulo 3

Tendências para 2021

Com um cenário semelhante ao do ano passado, é esperado que muitos consumidores utilizem meios online para fazer suas compras.

Está previsto um crescimento de 29,4% no dia dos namorados em 2021. Esse número equivale a uma movimentação que gira em torno de R\$1,8 bilhão.

(Fonte: Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios, 2021).

Se em 2020 47% dos consumidores pretendiam ir às compras, **neste ano uma parcela ainda maior está decidida a presentear alguém** na data:



53% vão presentear alguém na data



15% ainda não sabem



32% não pretendem ir às compras

Quando vão começar a comprar

(Fonte: Social Miner, 2021).

8%

Já compraram:

18%

Com mais de 2 semanas para o evento

21%

Com duas semanas de antecedência:

35%

Na semana do evento

4%

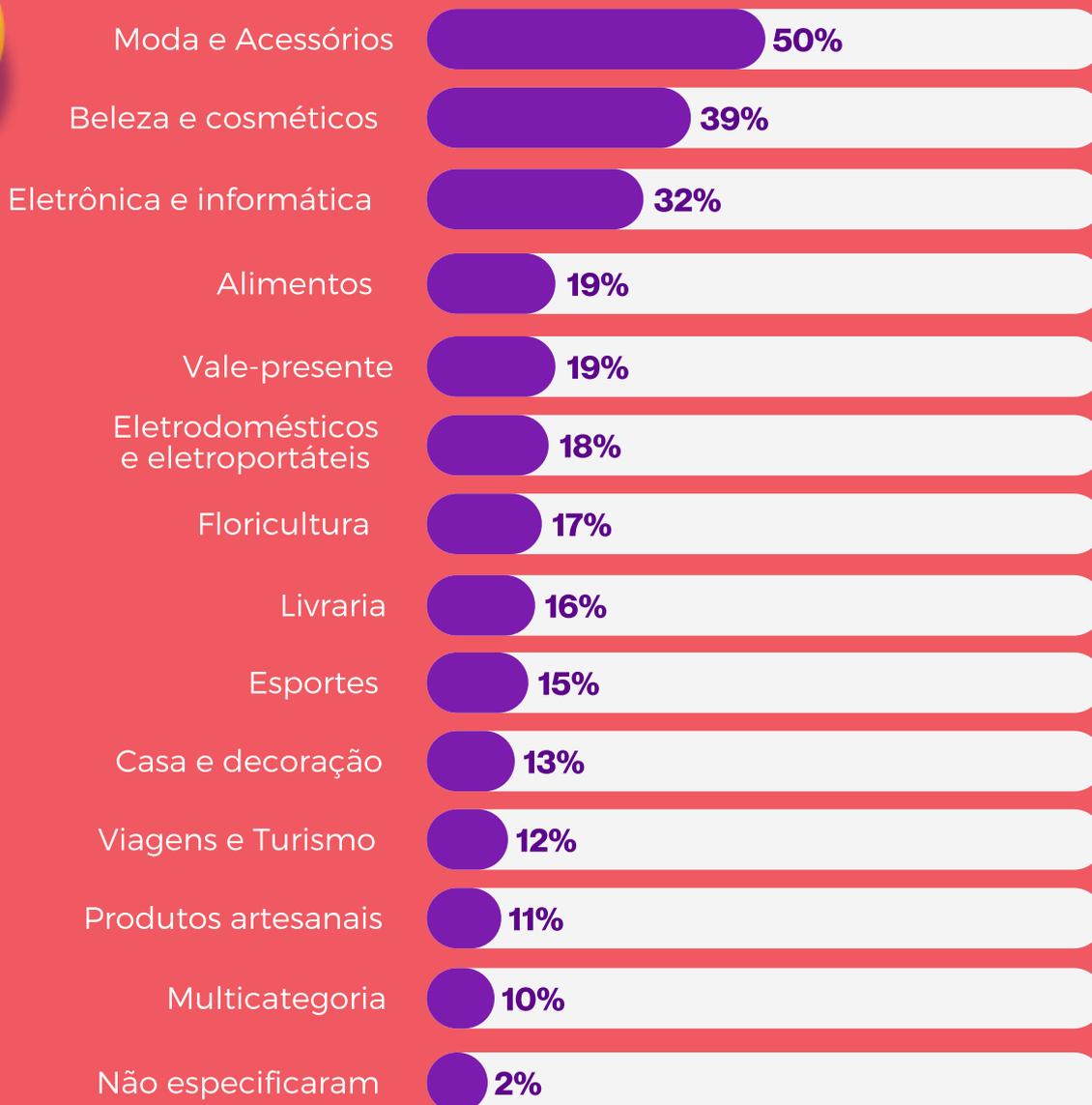
Apenas o dia do evento

14%

não sabem

Com isso, você pode preparar seu negócio com antecedência sabendo quando as pessoas vão começar a comprar e quais são as categorias favoritas para presentear:

Categorias favoritas para presentear:



*dados referentes aos 68% que pretendem ou ainda não sabem se vão presentear na data.

Fonte: Relatório Dia dos namorados Social Miner 2021



Destaques:

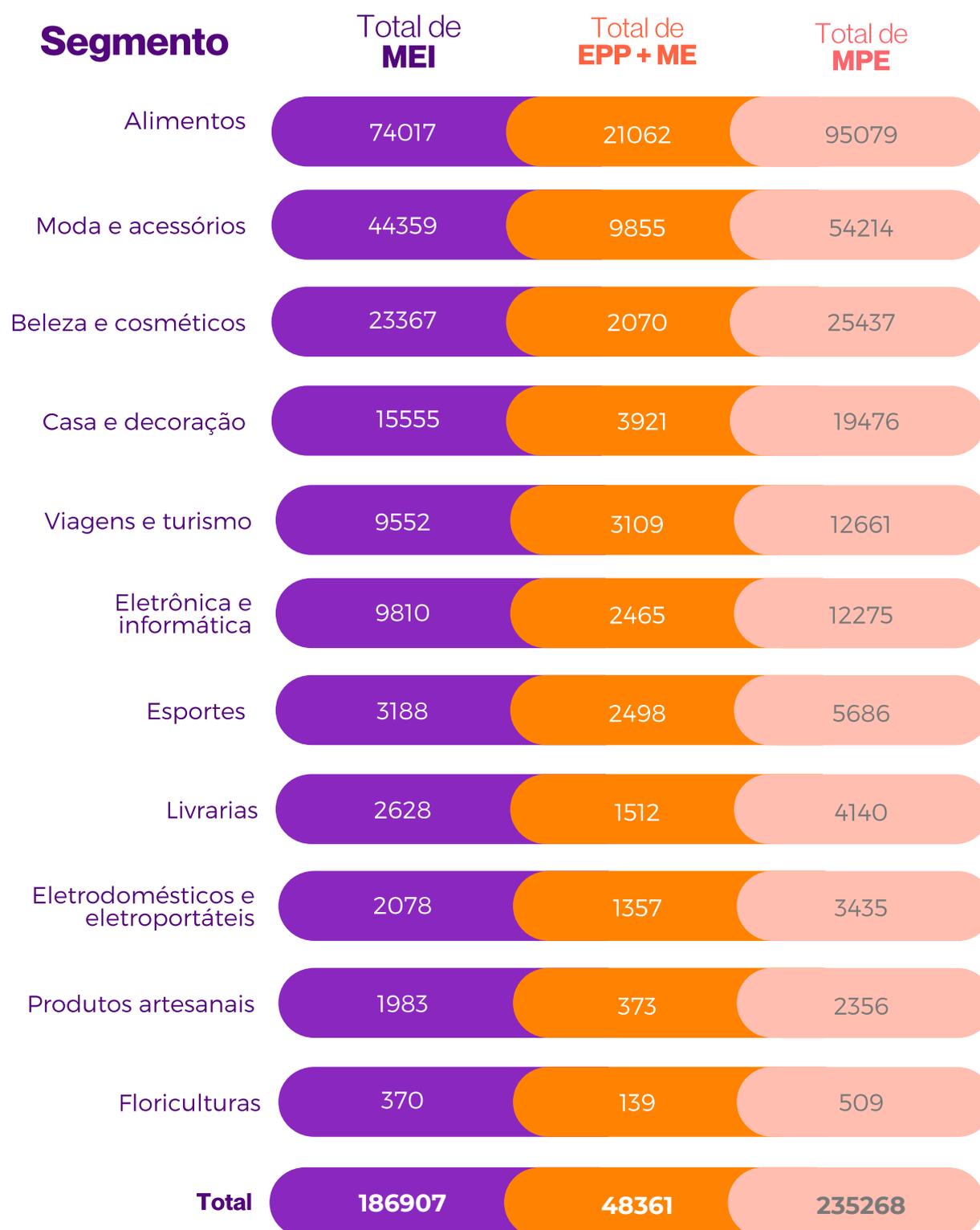


Fonte: Relatório Dia dos namorados Social Miner 2021

⚠ Antecipe as objeções do seu público. **Conhecer seus clientes é o melhor caminho para convencê-los.** E mais importante do que saber o que **agrada seu público**, é entender **o que o desagrada**. Clique aqui [para descobrir como turbinar suas vendas](#) ✓✓



Números de **pequenos negócios no estado do Pará** por **segmento e porte** diretamente impactados pelo Dia dos Namorados



Fonte: Portal do Simples nacional: Total de Empresas Optantes em 29/05/2021, por CNAE, MUNICÍPIO da Unidade Federativa PARÁ, 2021.



CAPÍTULO 4

Os 6 Passos para preparar seu negócio para o dia dos namorados

Para ajudar você a dar passos certos ao **se preparar para esta data**, separamos abaixo **passos práticos** contendo cases de sucesso - do Pará que **você pode usar para inspirar o seu negócio** e realizar uma **ação de sucesso** no dia dos namorados de 2021.

1

Pesquise o seu mercado

2

Decida quais produtos irá destacar na campanha promocional

3

Defina seus canais de venda e atendimento

4

Prepare o estoque e a logística de entrega

5

Planeje sua comunicação e Marketing

6

Não esqueça do Pós-venda



1

Pesquise o seu mercado

Quem é o público do seu negócio? Como ele costuma fazer suas compras?

Estas são perguntas essenciais para começar a entender o comportamento de compras e interesse de seus clientes ao longo do ano.

Você pode **analisar tendências de compras** em determinadas épocas do ano, usando ferramentas como a **Think With Google** que mostram as maiores de tendências de consumo no Brasil ao longo do último ano/ mês/ semana.

Você pode também encontrar informações sobre a busca de produtos específicos no **Google Trends** e no **Mercado Livre Tendências** - ao escrevermos o nome do nome do produto, conseguimos observar o atual comportamento de buscas por ele.



Não deixe de pensar nos **casais LGBTQIA+**, que representam grande parcela do público consumidor desta data. [Clique aqui para saber mais](#)



Case: Cipó Velas e Aromas

A empresa Cipó Velas criou uma linda campanha “**O amor é para todos**” que dispõe de velas com casais de vários tipos, demonstrando **inclusão e carinho com o público LGBTQIA+** e mostrando que está atenta à tendências de mercado:



2

Decida quais produtos irá destacar na campanha promocional

Escolher os produtos para sua campanha **sem perder a lucratividade** é muito importante para empresas que desejam aumentar as vendas ou queimar o estoque. Você pode fazer promoções com **os itens mais vendidos, aqueles que você pode comprar em grande quantidade e assim negociar preços com os seus fornecedores.**

Também podem ser dados descontos para os **produtos mais rentáveis**, que são os que não vendem tanto, ou produtos que estão **parados e perderão a validade** em breve, por exemplo.

Veja a seguir algumas formas de oferecer seus produtos em campanhas promocionais:



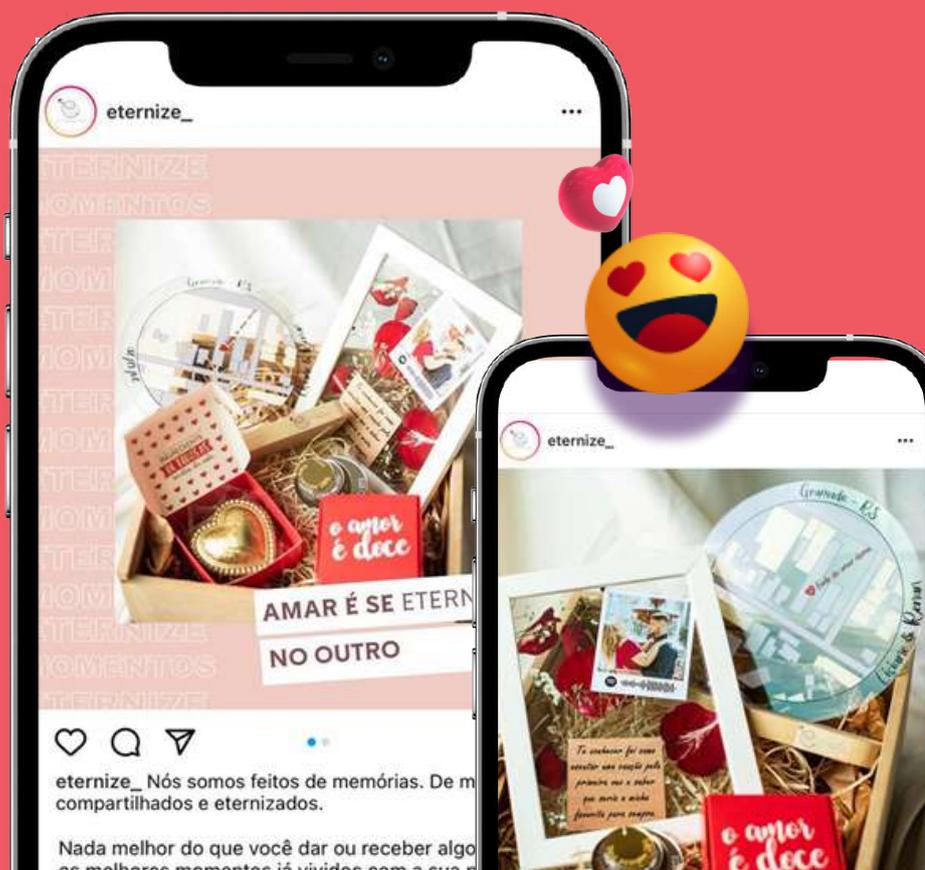
Monte **combos e kits** de produtos

Monte kits para que as pessoas possam comprar mais de um item, levando algo grátis, por exemplo. Também é possível oferecer descontos na compra da segunda unidade ou um valor reduzido para um produto X, quando também for comprado um produto Y.



Case: Eternize

A empresa Eternize encontrou uma saída criativa para os casais no dia dos namorados deste ano: Criaram kits personalizados com itens como chaveiro com datas importantes, porta-retrato, flores, tela-mapa mostrando onde tudo começou, na caixinha "o amor é doce". Neste ano, a empresa lançou seus kits com pouco mais de duas semanas de antecedência.





Descontos e cupons

Sempre que possível, você pode criar cupons e descontos que criem uma nova oportunidade de compra para o cliente, além daquela que já está sendo feita. Algumas ideias a serem pensadas de acordo com a realidade do seu negócio são:

“Compre X e leve Y”:

essa pode ser uma oportunidade de fazer com que o cliente ganhe um desconto ou um produto cortesia em sua compra na loja, dando um incentivo a mais para que ele volte a comprar.

“Compras acima de X têm frete grátis”:

Esse tipo de desconto tem a possibilidade de aumentar o ticket médio da sua loja. Além de frete grátis, podem ser oferecidas também amostras, um desconto para a próxima compra etc.



DIA DOS NAMORADOS
DOS GUERREIROS

↑ ↗ ↘ ↙ ↘ ↙ ↘ ↙ ↘

ENTRADA
- 01 FOCÇÁRIA - ACOMPANHA PASTA DE BACON, E GELEIA DE ABACAXI APIMENTADO.

PRATO PRINCIPAL
- 02 HAMBÚRGUERES EXCLUSIVOS + BATATA FRITA ESPECIAL.

BEBIDAS
- 02 LATAS DE REFRIGERANTE OU SUCO + 01 ESPUMANTE CASA PERINI (375ML)

SOBREMESA
- UVAS E MORANGOS COM FONDUE DE CHOCOLATE.

R\$ 140,00
+ TAXA DE ENTREGA: R\$10,00 (PODE SER RETIRADO NO LOCAL)

O AMOR É SABER COMO ENFRENTAR A VIDA JUNTOS.
FELIZ DIA DOS NAMORADOS



Case: Vikings Burger Belém

No dia dos namorados, várias empresas como a Vikings Burger Belém lançam campanhas para incentivar a compra de seus produtos com **desconto em produtos e, também na compra de combos especiais.**

3

Passo 3: Defina seus **canais de venda e atendimento**

Um canal de vendas pode ser usado para vender produtos ou serviços, seja no meio online ou offline. Para escolher os canais de vendas ideais para o seu negócio, é preciso antes **conhecer onde seus clientes estão e entender seu comportamento de compras**. Alguns dos canais de vendas mais utilizados são:

Canais de Venda



Ponto de venda (PDV) físico

As lojas físicas tradicionais são uma boa maneira para expor produtos que os clientes costumam querer provar antes de fechar a compra.



Redes sociais

Em plataformas como [Instagram](#) e [Facebook](#) é possível criar uma página para a empresa e também usar as ferramentas de marketplace e carrinho de compras para auxiliar os clientes nas compras.



Marketplaces e Portais

São plataformas como [Mercado Livre](#), [Americanas](#), [Amazon](#) e [Amazônia Marketing](#), que conectam os consumidores a diferentes empresas. A vantagem do marketplace é o de poder aproveitar o alcance e a credibilidade desses grandes sites. No geral, o trabalho do marketplace é o de expor o produto e garantir a infraestrutura de pagamento, ficando a cargo da empresa vendedora o envio.



E-commerces

São lojas virtuais, diferentemente dos marketplaces, onde você cria uma loja própria customizada com a identidade visual da sua empresa. A loja virtual pode facilitar a compra, com diversas formas de pagamento e entrega disponíveis. Algumas das plataformas mais conhecidas de e-commerce são [Loja Integrada](#), [NuvemShop](#), [Shopify](#) e [Vtex](#).



Whatsapp Business

Cada vez mais funcional e recebendo novos recursos, o [WhatsApp Business](#) pode ser utilizado tanto como um catálogo digital quanto uma ferramenta de atendimento e relacionamento com o cliente.

Se você possui uma loja física, é importante integrar seu negócio com um ou mais canais de venda virtuais, usando uma estratégia **omnichannel**, de modo que você possa escolher os canais que façam mais sentido para seu público-alvo.



Amplie seus canais de comunicação

Os consumidores podem ter várias dúvidas na hora de escolher o presente perfeito para o Dia dos Namorados. Nesse sentido, é importante facilitar a sua experiência, oferecendo um atendimento eficiente, humanizado e multicanal.

Clique aqui para saber mais



Canais de Atendimento

Definir os canais de atendimento mais adequados é essencial para atender plenamente às demandas do seu público e construir um relacionamento de longo prazo com ele. Veja abaixo alguns canais de atendimento que você pode usar em sua empresa:



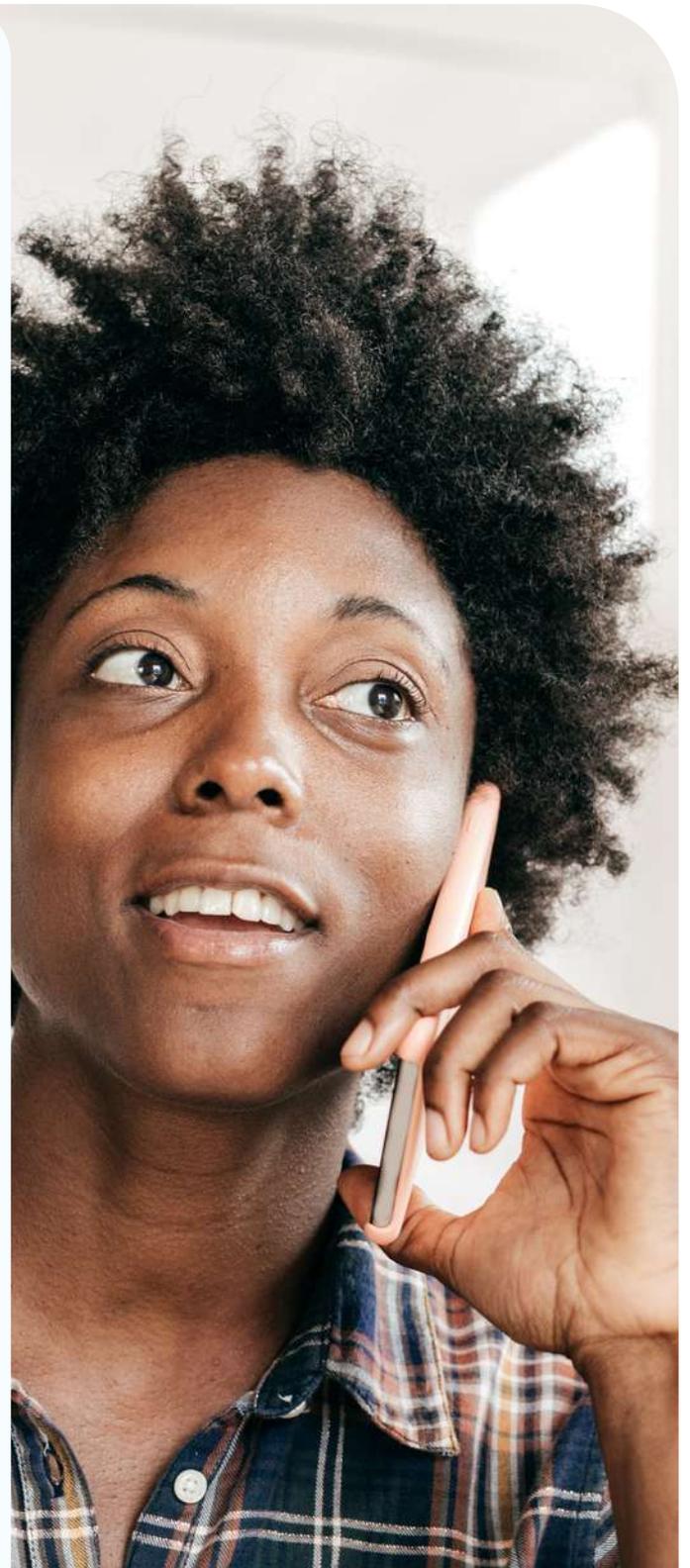
Chats

Chats online como Whatsapp, Facebook Messenger, Instagram Direct, Telegram, entre outras plataformas permitem uma comunicação clara e objetiva com o cliente e já são os meios preferidos de muitos consumidores.



Telefones

Apesar de tradicional, o telefone ainda é uma opção indispensável às empresas. Este é um canal muito utilizado por empresas que oferecem serviços de delivery e para resolução rápida de problemas.





E-mail

Para utilizar o e-mail como canal de atendimento, é importante que se tenha procedimentos com scripts bem definidos, sem deixar de humanizar e personalizar as abordagens. Por mais que o e-mail possa ser um canal mais formal, o cliente não quer ser tratado com frieza e tido como "só mais um".

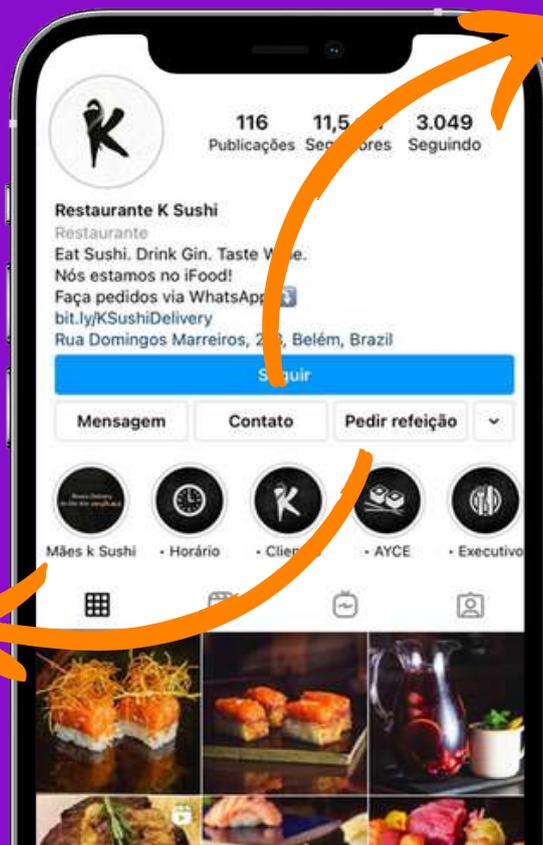
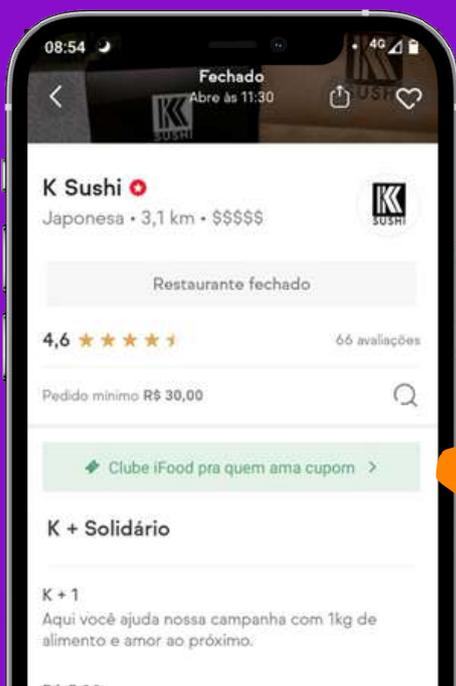
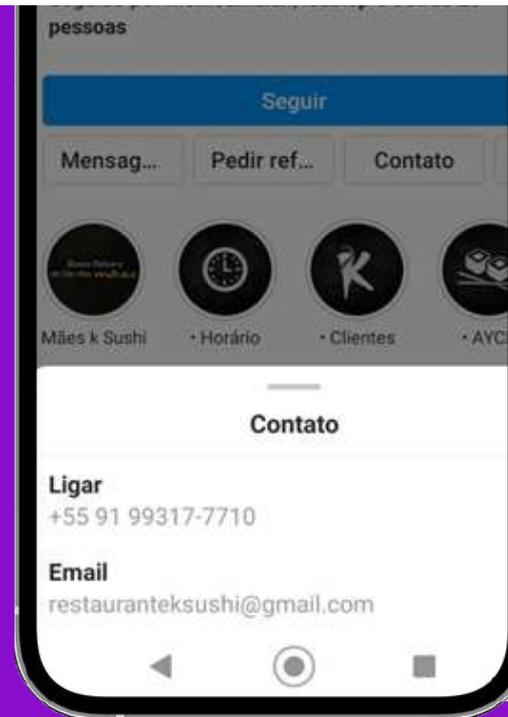


Não deixe de conferir o portal de vendas e promoções do Sebrae - **Amazônia Marketing**, que vai ajudar empreendedores como você a vender mais no dia dos namorados! **Clique aqui e saiba mais!** ✓✓



Case: K Sushi

O Restaurante K Sushi é uma empresa que dá **várias opções de canais de venda e atendimento para facilitar o atendimento de seus clientes** como: WhatsApp, botão no Instagram para pedir refeição no iFood, além de direcionar o contato para e-mail e para o número disponível para ligação.



4

Prepare o estoque e a logística de entrega

O varejista que estabelece um controle eficaz sobre a sazonalidade de seus produtos tende a sofrer muito menos com a falta e, principalmente, com o excesso de produtos em estoque. O ideal é que o varejo faça esse controle de estoque com base no real consumo, repondo seus estoques de acordo com a demanda.

Na prática, isso significa que as empresas devem comprar somente quando necessário, em vez de ter grandes volumes e correr riscos.

Diferente do dia-a-dia, em datas comemorativas, varejistas de sucesso vão monitorando as vendas e identificando a hora de repor, pois já sabem de antemão que venderão uma grande quantidade de ovos de chocolate na Páscoa, por exemplo.

Então, é preciso dar um tratamento diferenciado à situação. Uma forma de fazer isso é adotando uma estratégia mista. De um lado, temos o reabastecimento com base na demanda e, do outro, um trabalho de previsão de demanda.



Contratação de serviços e funcionários sazonais: Você pode contratar funcionários para trabalhar em seu negócio em datas específicas! Porém, fique ligado para fazer isso de forma legal e planejada ✓✓



Tente prever sua demanda

Você pode buscar **calcular com mais precisão o momento de aumento das vendas** e o quanto elas devem subir, tendo como base o mesmo período do ano anterior. É claro que para dar mais eficiência a essa estratégia é importante olhar também para outros fatores como a situação econômica do país e os canais de divulgação e marketing que você está usando.

Busque fornecedores confiáveis:

É essencial **contar com fornecedores confiáveis** e estabelecer boas parcerias com eles. Promover uma boa comunicação para que eles estejam cientes das suas demandas futuras é uma ótima estratégia para garantir que eles estejam preparados para entregar no prazo — e até mesmo conquistar algum desconto.





Cuide da saúde do estoque

Já comentamos sobre a importância de uma gestão de estoque eficaz, mas não custa nada reforçar. Para o sucesso das ações de marketing em datas especiais, é fundamental ter um volume de produtos, que ofereça um balanço (nem de mais e nem de menos). Ou seja, o suficiente para não faltar e não ter mercadorias paradas.



Inove nas formas de pagamento

Contar com novas formas de pagamento, principalmente em datas sazonais, pode ser um grande diferencial diante dos concorrentes. A flexibilidade entre promoções, descontos progressivos e parcelamentos, contribui para fidelizar os clientes e ganhar confiança como marca. Aproveite para inovar também nas ofertas e se destacar no mercado.



Ofereça a melhor experiência de pagamento:

A tecnologia contratada pela sua loja deve aceitar as principais formas de pagamento do mercado, como **cartão de crédito e boleto**, bem como Pix, **[Clique aqui para saber mais](#)**





Disponibilize opções de entrega rápida

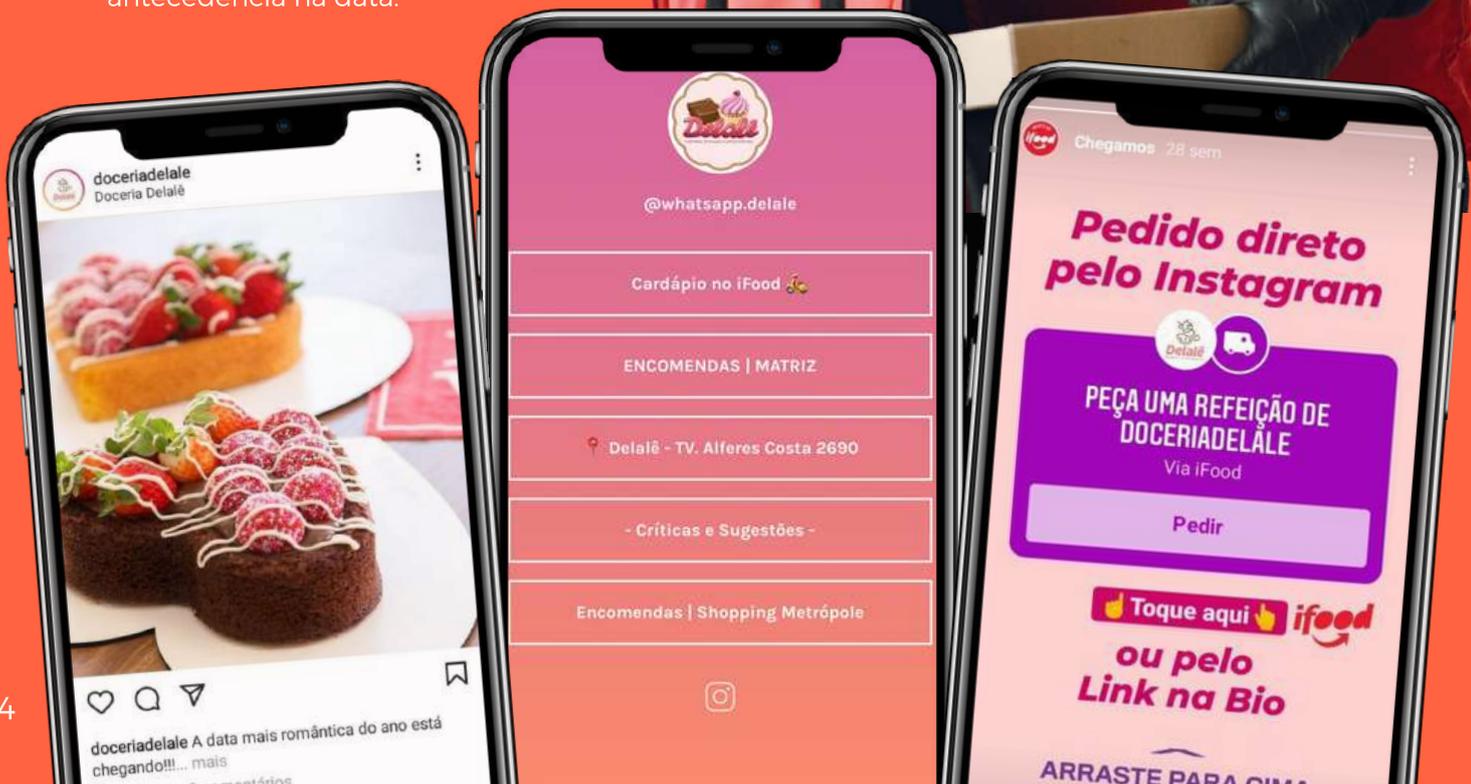
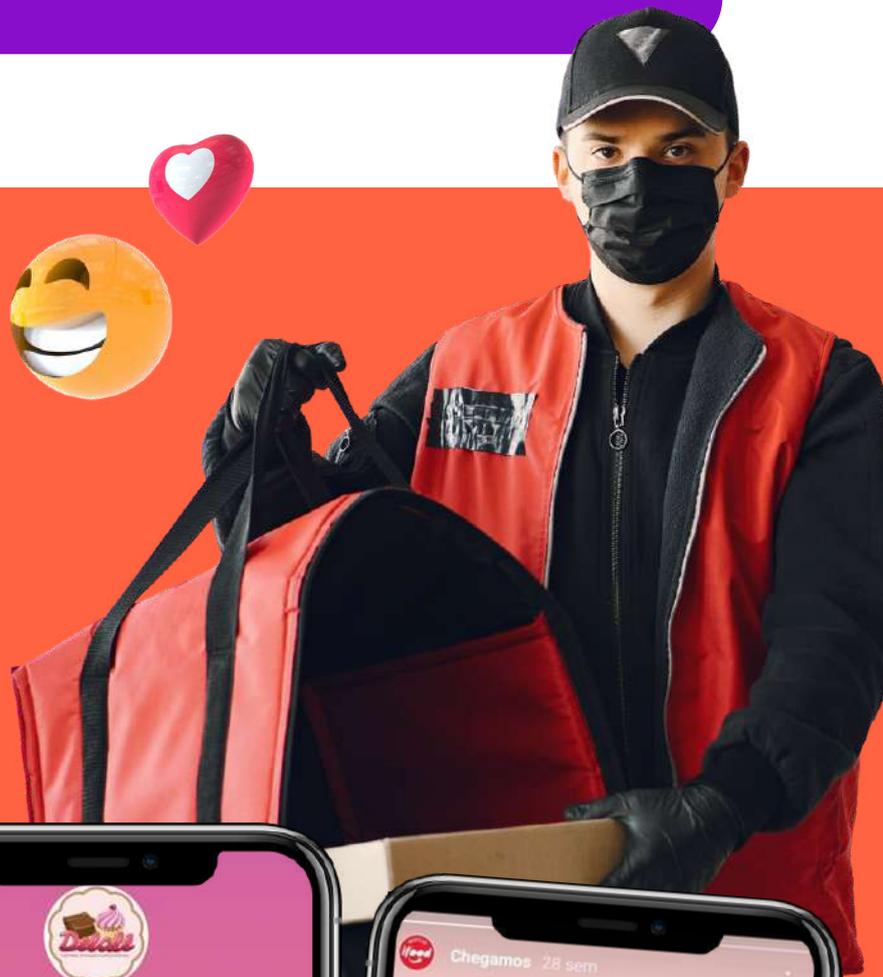
De acordo com pesquisa da Social Miner (2021) o maior pico de vendas no período do Dia dos Namorados do ano passado foi no dia 9 de junho, a **apenas três dias do evento**. Ou seja, grande parte dos consumidores **deixaram para comprar os presentes na última hora**.

Para atender à demanda desses compradores, uma boa estratégia é oferecer modalidades de entrega rápida. Apesar de serem um pouco mais caras, elas garantem que as encomendas cheguem a tempo para a comemoração – o que é um grande diferencial para quem está fazendo suas compras próximo à data.



Case: Doceria Delalê

A Doceria Delalê é uma empresa que incentiva os seus clientes a fazer encomendas em todas as suas lojas físicas com retirada na loja e também em seus canais virtuais como delivery através do iFood, além de incentivar seus clientes a comprar com antecedência na data:

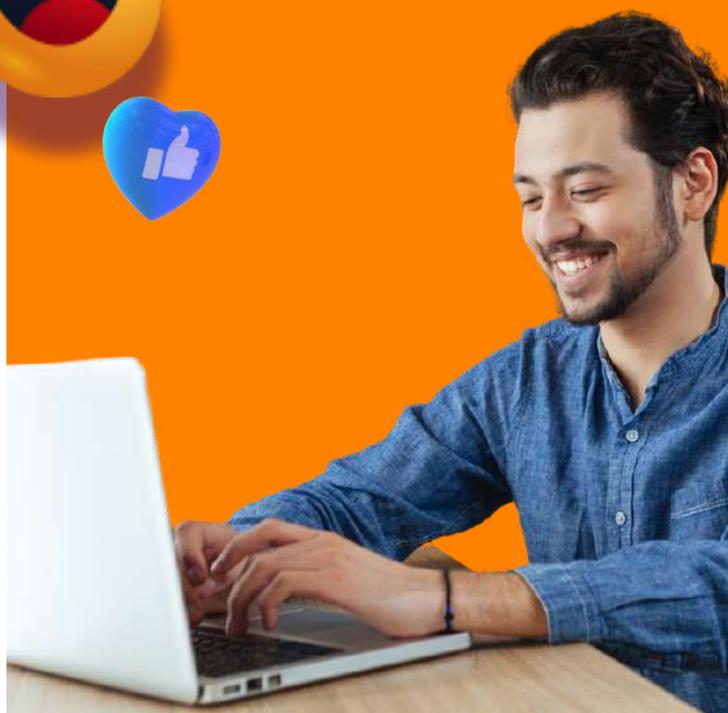


5

Planeje sua comunicação e Marketing

Qual é a hora certa de começar as campanhas de Dia dos Namorados? Um levantamento da Social Miner indica que, no ano passado, os e-commerces começaram a registrar picos de visitas no dia **18 de maio, ou seja, quase um mês antes da celebração.**

Esse dado mostra a importância de planejar suas ações com antecedência, para destacar a sua marca no mercado e conseguir conquistar a atenção dos consumidores a tempo. Por isso, de agora em diante, vamos compartilhar dicas estratégicas **para aumentar as vendas** durante essas brechas no calendário. Acompanhe!



Antecipe as vendas

Como falamos, o planejamento é essencial, assim como a antecedência de um plano de ações de marketing em datas especiais. Recomendamos que você comece a pensar em campanhas de varejo pelo menos um mês antes, em média. O mesmo pensamento vale para o estoque, que deve estar preparado para suprir a demanda e dar previsibilidade às vendas.



Prepare toda a equipe

Assim como o estoque, a equipe de vendedores também precisa estar preparada para oferecer um atendimento diferenciado em épocas sazonais. Repasse abordagens específicas, que valorizem o cliente, em busca de melhores resultados (financeiros e de relacionamento). Definir metas pode ser uma boa medida a fim de manter todos engajados.



Invista na identidade visual

A divulgação tem papel de destaque em datas comemorativas, por isso, toda a comunicação deve ser pensada de forma estratégica. Isso vale para a identidade visual também: vitrines personalizadas, banners, adesivos, displays, saias de gôndola, artes para as mídias sociais. Tudo ajuda a chamar a atenção dos clientes e a gerar um impacto positivo.



Invista nas redes sociais

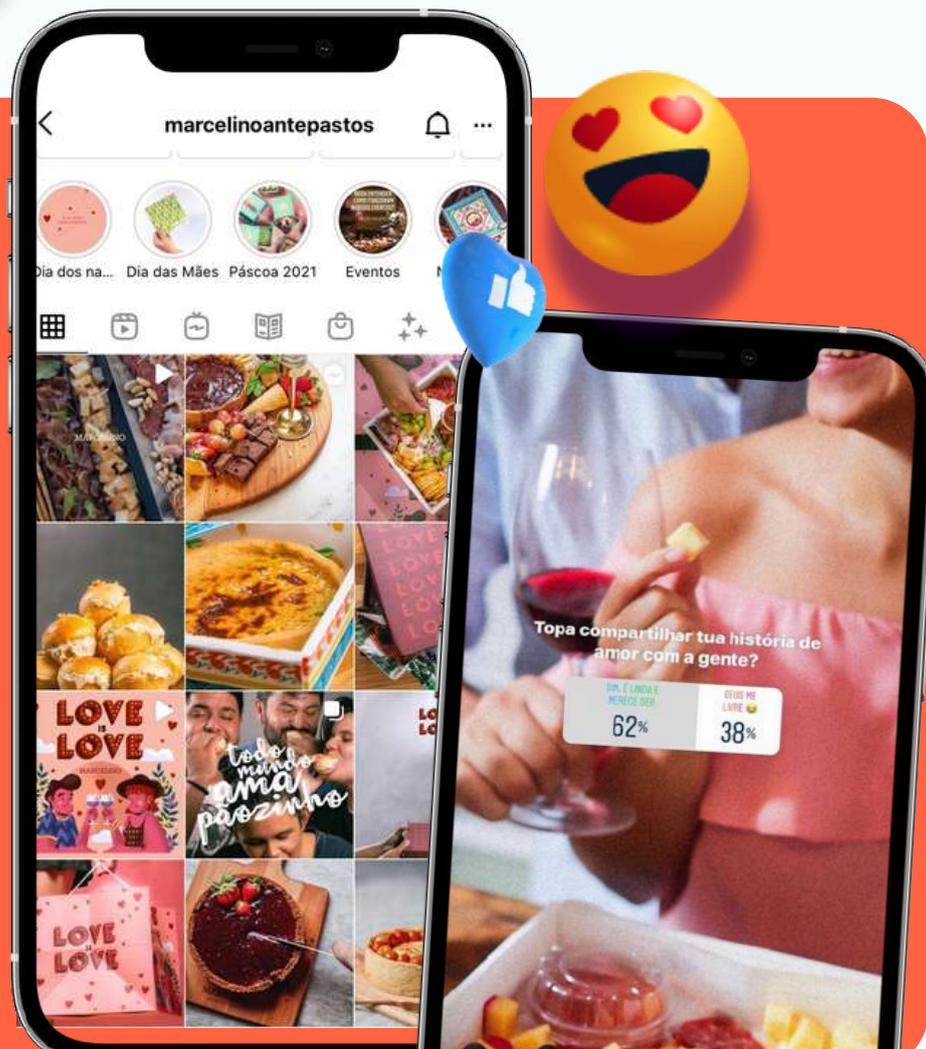
Vale sempre lembrar: é muito difícil ter um negócio de sucesso nos dias atuais sem uma presença online nas redes sociais. Por isso, invista em ao menos uma das redes mais utilizadas pelo seu público: crie postagens atrativas e consistentes e interaja com seu público nos stories. Aproveite para lembrá-lo de fazer suas encomendas cedo para a data e assim você aliviará o peso da produção em cima da hora.

f **Clique aqui** e descubra uma solução prática para criar a marca e as peças promocionais da sua Empresa



Case: Marcelino Antepastos

A Marcelino tábuas & antepastos é uma empresa que produz tábuas com frios e outros aperitivos, que antecipou a sua campanha para o dia dos namorados e investiu na identidade visual de seu feed do instagram. Além disso, a empresa buscou interagir com seus clientes, através de perguntas e enquetes nos stories, o que ajudou a engajar o seu público para a data.



6

Não esqueça do Pós-venda

O relacionamento com o cliente não deve acabar após a venda

Você pode aumentar a sua lucratividade nas campanhas promocionais e depois da conclusão de cada evento! Como? **Criando um relacionamento saudável com seus clientes após a venda, buscando feedbacks e oferecendo novas promoções e descontos.**

Não esqueça dos consumidores que adquiriram produtos com você nesta data! Muitas marcas esquecem de dar a devida atenção no pós-venda e acabam perdendo clientes.

Lembre-se que **sai mais caro conquistar um cliente novo do que fidelizar um cliente que já consome de você.** Assim, busque saber a opinião de seus clientes e atente-se para novas oportunidades de oferecer seus produtos a eles, sem insistência, porém não os deixando esquecer de sua marca.



Clicando aqui você pode conferir algumas dicas sobre o **e-mail marketing**, uma ótima **ferramenta de pós-venda** que possui o maior retorno sobre investimento (ROI) dentre as ferramentas do marketing digital. ✓✓



Case: Via Mia Boulevard Belém

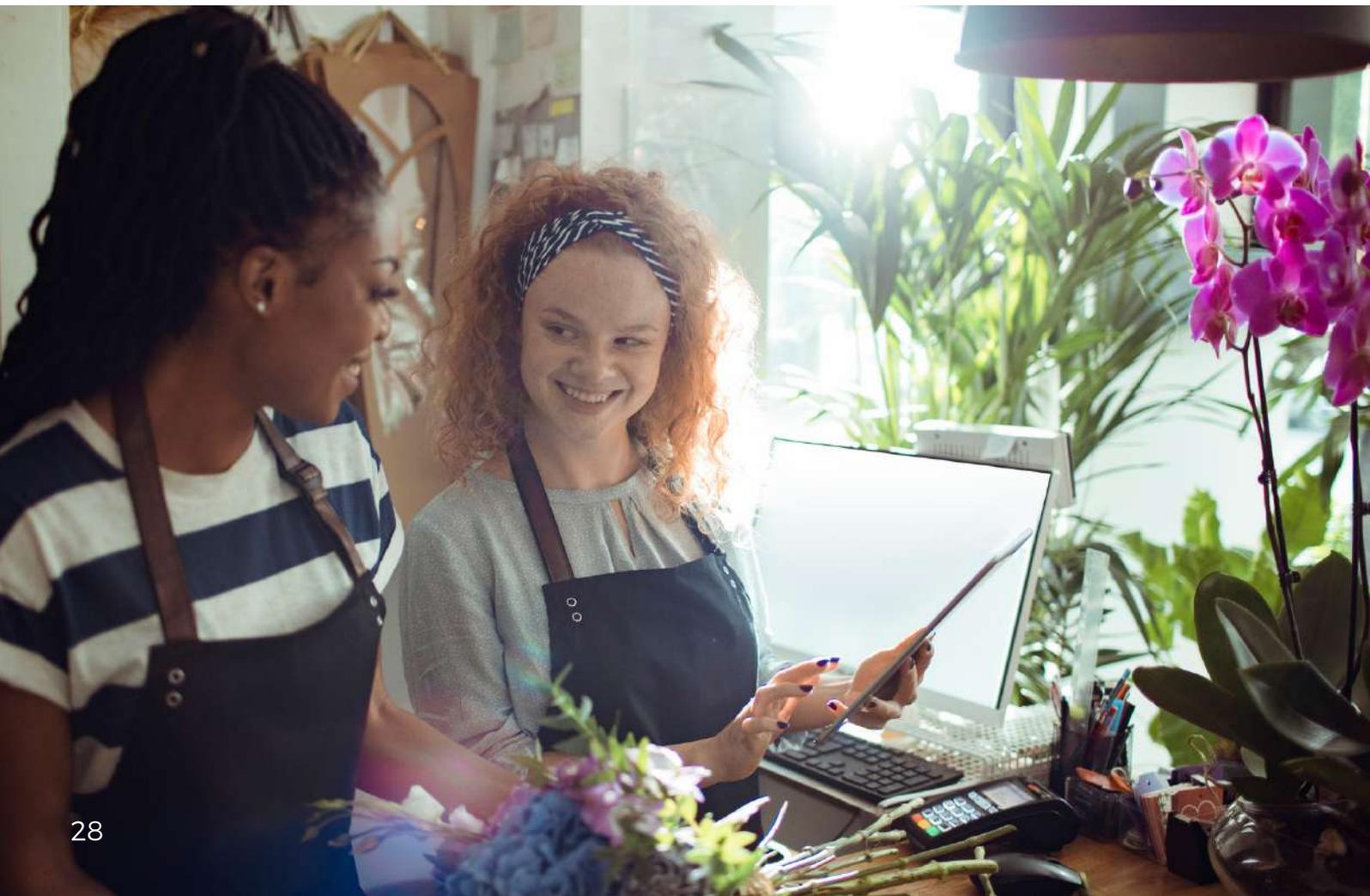
A Via Mia, uma franquia de acessórios de couro realizou uma ação de pós venda exemplar: ao pedir o contato do cliente para enviar promoções na hora da compra, a vendedora entra em contato com o Cliente **algumas semanas após a venda e oferece promoções e descontos, bem como a possibilidade de comprar por WhatsApp.**



Conclusão

Após a leitura do material, pode-se reafirmar a importância de seguir os passos para preparar o seu negócio para o dia dos namorados, **desde do planejamento antecipado para saber as tendências de mercado, assim decidir os produtos que você irá destacar nessa campanha, além de saber quais os canais de comunicação e vendas**, ambos mais assertivos para se chegar ao cliente; **até o pós-venda** a fim de fidelizar e engajar mais o seu clientes.

Assim, você estará dentro da estimativa de crescimento da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de 25,3% nas vendas nesse período, ajudando na recuperação do seu faturamento.
Boas vendas!



Referências Bibliográficas

BAZILIENSE, Correio. Pandemia derruba as vendas do Dia dos Namorados. Publicado em 12/06/2020. Acesso disponível em:

https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2020/06/12/interna_cidadesdf,863135/pandemia-derruba-as-vendas-do-dia-dos-namorados-42-a-menos.shtml

GLOBO, Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios. Vendas do comércio no Dia dos Namorados devem movimentar R\$ 1,8 bi, diz CNC. Publicado em 28/05/2021. Acesso disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Economia/noticia/2021/05/vendas-do-comercio-no-dia-dos-namorados-deve-movimentar-r-18-bi-diz-cnc.html>.

MINER, Social. Relatório Dia dos Namorados 2020. Acesso disponível em:

https://conteudo.socialminer.com/relatoria-dia-dos-namorados-2020?utm_source=send4&utm_medium=comarketing&utm_campaign=relatorio-dia-dos-namorados-2020

MINER, Social. Pesquisa Dia dos Namorados 2021. Acesso disponível em:

https://conteudo.socialminer.com/relatoria-dia-dos-namorados-2020?utm_source=send4&utm_medium=comarketing&utm_campaign=pesquisa-dia-dos-namorados-2021

NIELSEN, Ebit. E-commerce no Brasil cresce 47% no primeiro semestre, maior alta em 20 anos. Publicado em 08/2020. Acesso disponível em: <https://static.poder360.com.br/2020/08/EBIT-ecommerce-Brasil-1semestre2020.pdf>

NACIONAL, Portal do Simples. Total de Empresas Optantes em 29/05/2021, por CNAE, MUNICIPIO da Unidade Federativa PARÁ, 2021. Acesso em em 30 de maio de 2021 as 17:30h

UOL, Folha de São Paulo. Pai de Doria criou Dia dos Namorados para aumentar vendas do comércio. Publicado em 06/2018. Acesso disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/06/pai-de-doria-criou-dia-dos-namorados-para-aumentar-vendas-do-comercio.shtml>

VAREJO, Super. Varejo digital fatura R\$ 6,45 bi no Dia dos Namorados. Publicado em 16/06/2020. Acesso disponível em <https://www.supervarejo.com.br/materias/varejo-digital-fatura-r-6-45-bi-no-dia-dos-namorados>

