



Dia dos dos Pais

BOLETIM DE MERCADO | 2021



Dia dos dos Pais

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 do 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\$3,5 Bi

Em 2020, as vendas no dia dos pais: Atingiu **R\$3,5 bilhões de faturamento**. Um aumento de **41% em relação a 2019**. 37% de aumento no número de pedidos em relação a 2019. ¹



8,2 Milhões de pedidos

Em 2020 foram feitos **8,2 milhões de pedidos feitos em lojas digitais**. De 25 de julho a 8 de agosto - foi considerado o melhor período para as vendas do comércio eletrônico brasileiro. ¹

Em 2021



59% vão presentear alguém na data



13% ainda não sabem



28% não pretendem ir às compras ²

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

¹ Fonte: Nielsen, E., 2020, ² Fonte: Social Miner, 2021.

Sumário

Prepare seu negócio para o dia dos pais	5
Perfil de público do Dia dos Pais	7
Como foi a data em 2020	9
Tendências para 2021	11
Os 6 Passos para preparar seu negócio para o Dia dos Pais	17
Passo 1: Pesquise o seu mercado	18
Case: Lelu Eat Fit	18
Passo 2: Decida quais produtos irá destacar na campanha promocional	19
Monte combos e kits de produtos	19
Case: Ateliê Love in Boxes	19
Descontos e cupons	20
Case: Samcro Barbearia	20
Passo 3: Defina seus canais de venda e atendimento	21
Canais de venda	21
Canais de atendimento	22
Case: Lojas Darmand	23
Passo 4: Prepare o estoque e a logística de entrega	24
Tente prever a sua demanda	24
Busque fornecedores confiáveis	24
Cuide da saúde do estoque	25
Inove nas formas de pagamento	25
Disponibilize opções de entrega rápida	26
Case: Rebeca Cake Boutique	26
Passo 5: Planeje sua comunicação e Marketing	27
Antecipe as vendas	27
Prepare toda a equipe	27
Invista na identidade visual	28
Invista nas redes sociais	28
Case: Paysandu Sport Club	28
Passo 6: Não esqueça do Pós-venda	29
Case: Eternize	29
Conclusão	30
Referências	

Prepare seu negócio para o dia dos pais

A pandemia do novo coronavírus mudou o comportamento de muitos consumidores, que têm optado por fazer compras online, inclusive em datas comemorativas tradicionais. A mudança refletiu no faturamento do e-commerce em 2020, especialmente no período do Dia dos Pais.

Segundo o relatório da Social Miner do Dia dos Pais de 2020, **houve um aumento de 127% no faturamento**, levando em consideração somente os pedidos pagos com cartão de crédito. 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 pais, com exemplos práticos para o seu negócio.

Curiosidade

Na pesquisa do Grupo Globo “Dia dos Pais em tempos de COVID”, foram criadas núvens de palavras com as palavras mais ditas pelos entrevistados com relação ao seu sentimento quanto ao dia dos pais.

Em 2019, as palavras mais usadas foram Alegria, amor, felicidade. Em 2020 as mais escolhidas foram a **gratidão e expectativa**, demonstrando a ansiedade pelo reencontro com os entes queridos.

Nuvem de palavra no Dia dos Pais em 2019.



Nuvem de palavra no Dia dos Pais em 2020.





Capítulo 1

Perfil de público do Dia dos Pais

Segundo a pesquisa da Compre & Confie (2020), que estudou o perfil de consumidores do dia dos pais de 2020, o público com mais de 36 anos foi o que mais comprou durante o período:

Faixa etária dos consumidores



16,3%

até 25 anos



31,4%

de 26 a 35 anos



36%

de 36 a 50 anos



16,3%

acima de 51

Vendas por gênero

(*dados da Social Miner, referentes ao período de 25/07 a 09/08/2020)

 53% Homens

 47% Mulheres

Perfil dos consumidores por classe e local de compra

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



No geral, pretendem comprar em:

47,8%

Lojas virtuais



52,2%

Lojas físicas



Pretendem comprar em E-commerces

52%

Classes A e B



25%

Classes C, D e E



Compram em E-commerces (por faixa etária)



32%

de 16 a 29 anos



32%

de 30 a 49 anos



16,7%

50 anos ou +



Compram em lojas físicas (por gênero)



20,8%

Homens



13,7%

Mulheres



Capítulo 2

Como foi a data em 2020

A pandemia do novo coronavírus mudou o comportamento de **muitos consumidores, que têm optado por fazer compras online. Segundo dados da Ebit|Nielsen (2020), o período de 25 de julho a 8 de agosto foi considerado o melhor para as vendas do comércio eletrônico brasileiro, que atingiu R\$ 3,5 bilhões de faturamento** -, um aumento de 41% em relação a 2019. Além disso, o número de pedidos teve um aumento de 37% em comparação ao ano anterior, atingindo a marca de 8,2 milhões.

O varejo, no entanto, sofreu com a queda no número de vendas, encolhendo 8,8% na semana do Dia dos Pais, de acordo com pesquisa de 2020 mensurada pelo Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA).

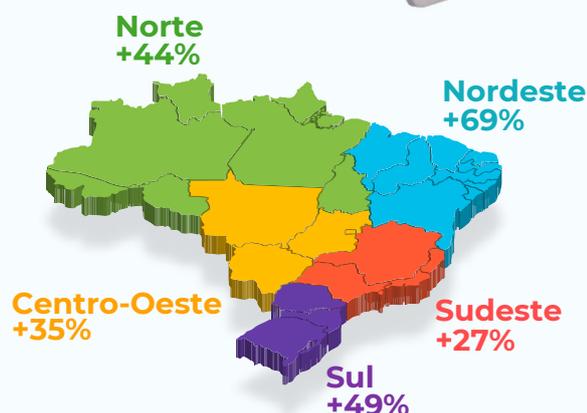
Mesmo com o baixo faturamento, o número é visto como sinal de recuperação. Isso porque, no início da pandemia, as vendas no varejo caíram cerca de 50%.

Os números mostram que os varejistas precisam buscar alternativas para alavancar as vendas.

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 Pais eram otimistas.



A pesquisa da Ebit|Nielsen (2020) também demonstra que o **crescimento do e-commerce se deu em nível nacional.**



Porém, o consumidor surpreendeu. **O faturamento dos e-commerces entre os dias de 25 de julho e 9 de agosto de 2020 em relação ao mesmo período de 2019, alcançou a marca dos R\$6,21 milhões**, um aumento de 127%, levando em consideração somente os pedidos pagos com cartão de crédito. (Fonte: Ebit|Nielsen, 2020)

Varição de **faturamento de compras com cartão de crédito** durante o período do dia dos pais



Fonte: Relatório Dia dos Pais 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 a explosão do e-commerce durante a pandemia, as compras online viraram hábito e a tendência é que o comércio eletrônico siga na rota do crescimento em 2021.

Ainda segundo a Ebit|Nielsen (2020), a expectativa é de alta de 26% para o comércio eletrônico ainda esse ano -, o que deve impactar o período do Dia dos Pais, com muitas compras online.

Com o alto faturamento no ano passado, a projeção é que as vendas para o Dia dos Pais superem o Dia das Mães e dos Namorados em 2021. A expansão se deve, principalmente, ao ingresso de novos consumidores às plataformas digitais e à experiência e comodidade das compras online em todas as suas etapas - desde a escolha do produto até a entrega.



Quem pretende presentear alguém neste dia dos pais?



59% vão presentear alguém na data



13% ainda não sabem



28% 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

24%

Com duas semanas de antecedência

36%

Na semana do evento

3%

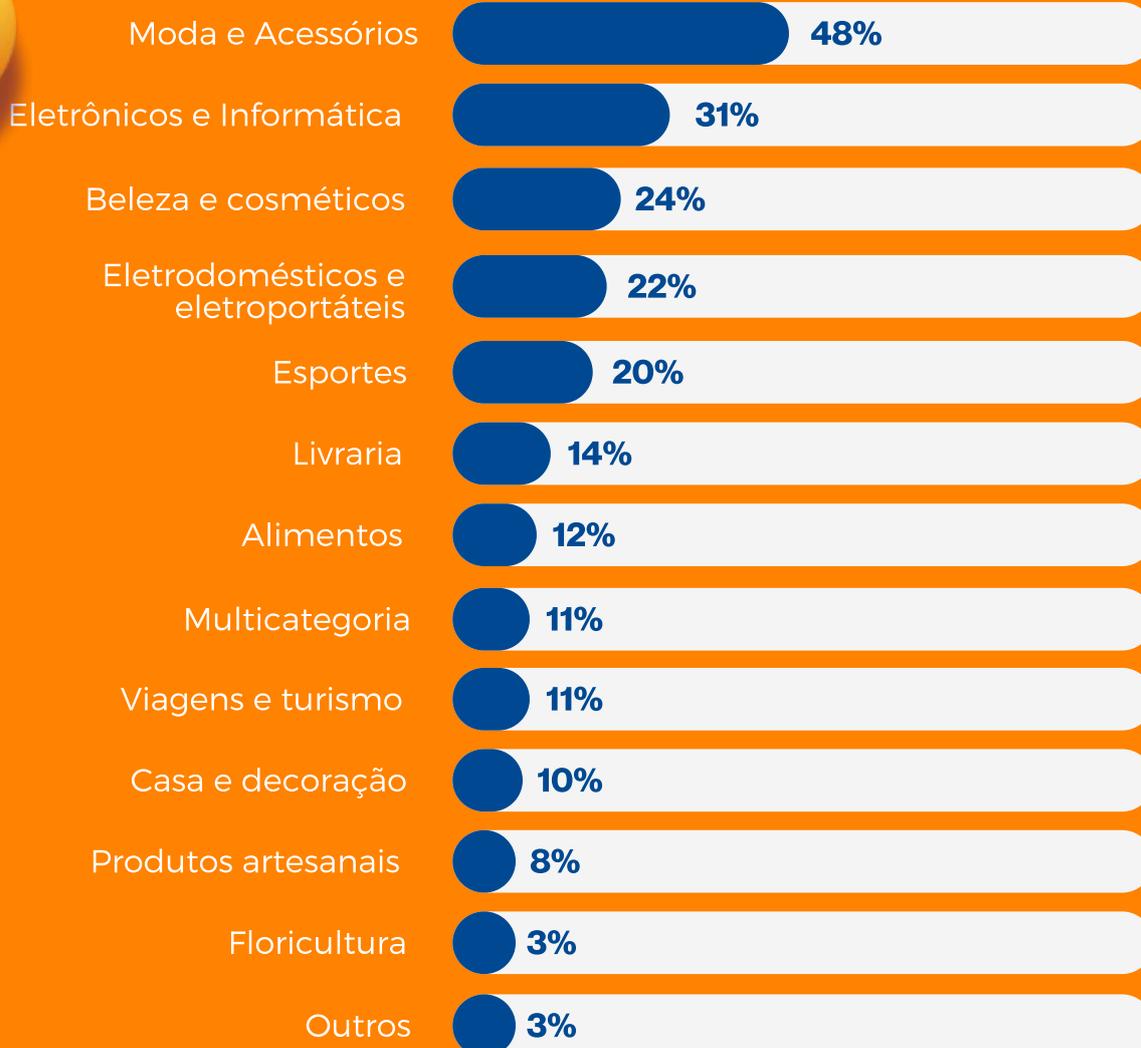
Apenas o dia do evento

11%

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 72% dos consumidores que têm a intenção ou estão na dúvida se vão comprar algo para o Dia dos Pais..

Fonte: Pesquisa Dia dos Pais Social Miner 2021



Pretende aproveitar as ofertas de Dia dos Pais para presentear mais alguém?



(Fonte: Pesquisa Dia dos Pais Social Miner, 2021)





Formas de pretensão de pagamento para o Dia dos Pais:

6% Transferência bancária

16% Boleto

26% Pix

59% Cartão de débito (à prazo)

32% Cartão de débito (à vista)

29% Dinheiro

(Fonte: Pesquisa Dia dos Pais Social Miner, 2021)



Optam por pagar com cartão de crédito

77%
Classes
AeB



55%
Classes
C,DeE

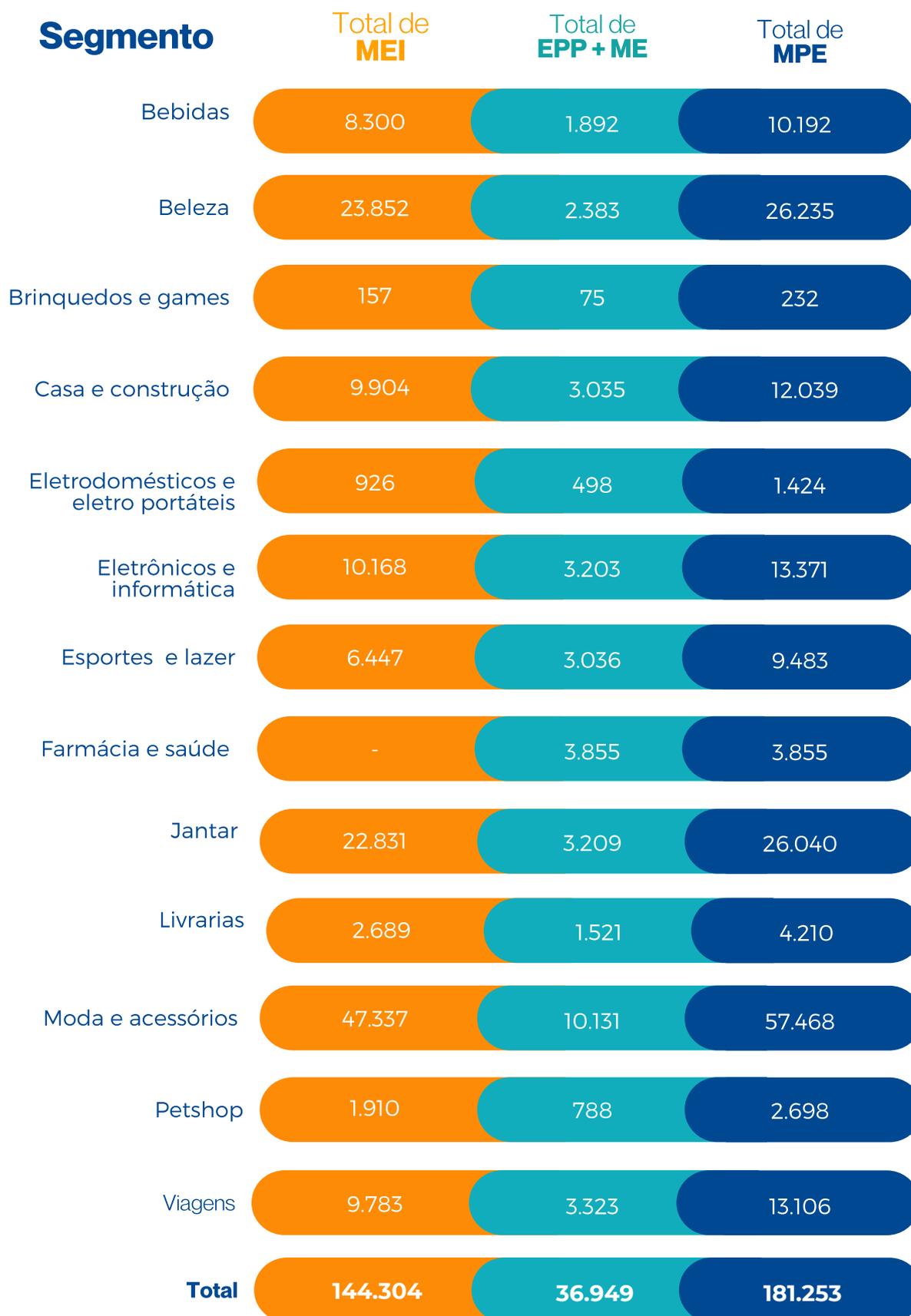
(Fonte: Pesquisa Dia dos Pais Social Miner, 2021)



O Pix mal chegou e já está sendo bem aceito entre os consumidores, sendo 26% tem a pretensão de pagar o presente de dia dos pais nessa forma. Vale a pena se modernizar e aderir essa forma de pagamento. [Clique aqui para saber mais sobre o Pix.](#)



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



Fonte: BRASIL, Receita Federal. 2021. Estatísticas SINAC - Total de Empresas Optantes em 10 de julho de 2021, por CNAE, Município da Unidade Federativa Pará.



Fonte: BRASIL, Receita Federal. 2021. Estatísticas SINAC - Total de Empresas Optantes em 10 de julho de 2021, por CNAE, Município da Unidade Federativa Pará.

Levando em consideração apenas a atividade principal de cada empresa no contexto do Dia dos Pais, estão envolvidos 47% das atividades registradas pelos Pequenos Negócios (MEI, ME e EPP) do Estado do Pará, dos quais 47% dos que participam são pequenos negócios, o que representa 181.253 empreendimentos.

Com estes dados em mente, como você pode, na prática, preparar seu negócio para ter bons resultados no dia dos pais 2021?





CAPÍTULO 4

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

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 Pais 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 ao escrevermos o nome do nome do produto, conseguimos observar o atual comportamento de buscas por ele.



Segundo o Barbosa, M.(2020), 34,4 milhões de mulheres são chefes de família no Brasil, com isso, muitas famílias irão comemorar o **Dia dos Pais e das “Pães”**



Case: Lelu Eat Fit

A empresa Lelu Eat Fit criou uma linda campanha “Dia dos Pais e Pães” que faz lembrar as milhões de mães brasileiras que lideram famílias e fazem parte dos 12% de mulheres que também devem ser presenteadas, segundo a pesquisa da Social Miner (2021).



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:



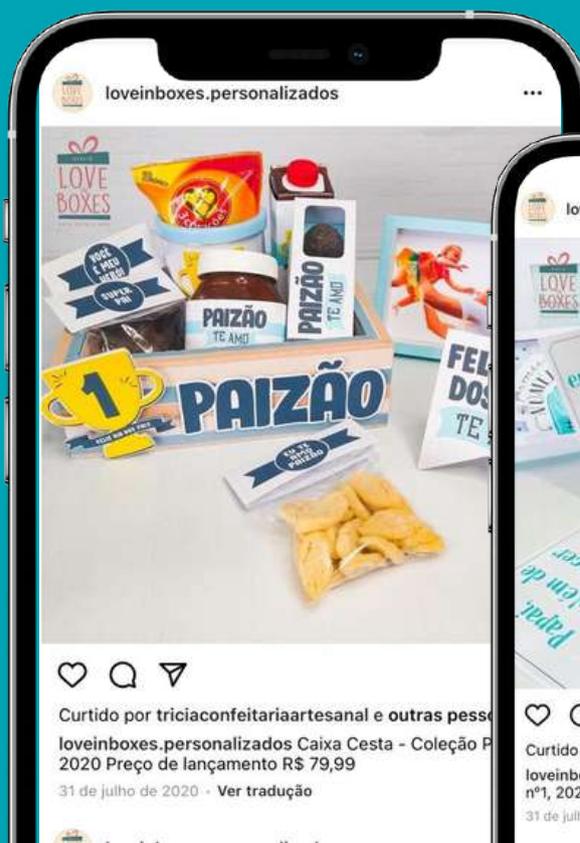
Monte **combos e kits** de produtos

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: Ateliê Love in Boxes

O Ateliê Love in Boxes criou kits especiais para o dia dos pais: caixas e cestas com itens de café da manhã e caixas explosão com itens personalizados para parabenizar cada pai de forma especial.





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.



Case: Samcro Barbearia

No dia dos pais, vários estabelecimentos como a Samcro Barbearia lançam campanhas para incentivar a compra de seus produtos com desconto nas em produtos e, também na compra de combos especiais, nesse caso específico, tanto o pai quanto o filho ganham um esfoliação grátis.

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 a [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 Pais. 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”.

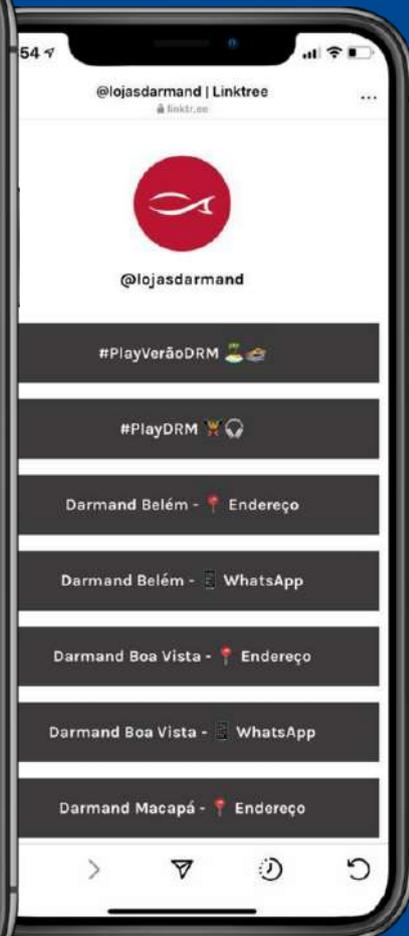


Não deixe de conferir o portal de vendas e promoções do Sebrae - **Amazônia Marketing**, que vai ajudar empreendedores como você a vender mais no dia dos namorados! **Clique aqui e saiba mais!** ✓✓



Case: Lojas Darmand

A Darmand é uma empresa de vestuário que dá várias opções de canais de venda e atendimento para facilitar o atendimento de seus clientes como: além do próprio perfil, o botão no Instagram que direciona a pessoa tanto para o WhatsApp do empreendimento quanto facilita o acesso a informações como a localização direta das lojas físicas direcionando o cliente diretamente para aplicativos como Google Maps.



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.

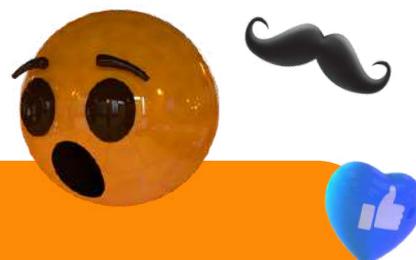
Na prática, isso significa que as empresas devem comprar somente quando necessário, em vez de ter grandes volumes e correr riscos.

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: Rebeca Cake Boutique

A Rebeca Cake Boutique é uma empresa que incentiva os seus clientes a fazer encomendas com pelo menos 72h de antecedência, o que ajuda na preparação do estoque, além de facilitar o contato para solicitar orçamentos. Em datas comemorativas como o dia dos pais, para não passar sufoco e conseguir suprir toda a sua demanda, eles estipulam uma data limite para encomendas dos kits especiais.

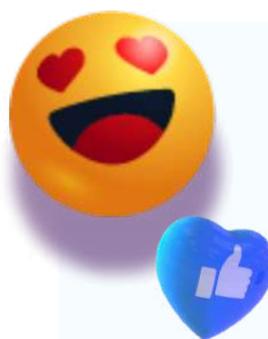


5

Planeje sua comunicação e Marketing

Qual é a hora certa de começar as campanhas de Dia dos Pais? Uma pesquisa de intenção de compras da Social Miner (2021) **40,8% dos consumidores pretendem começar a pesquisar por ofertas com 15 dias antes da data.**

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

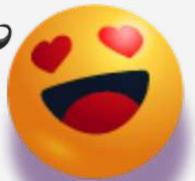
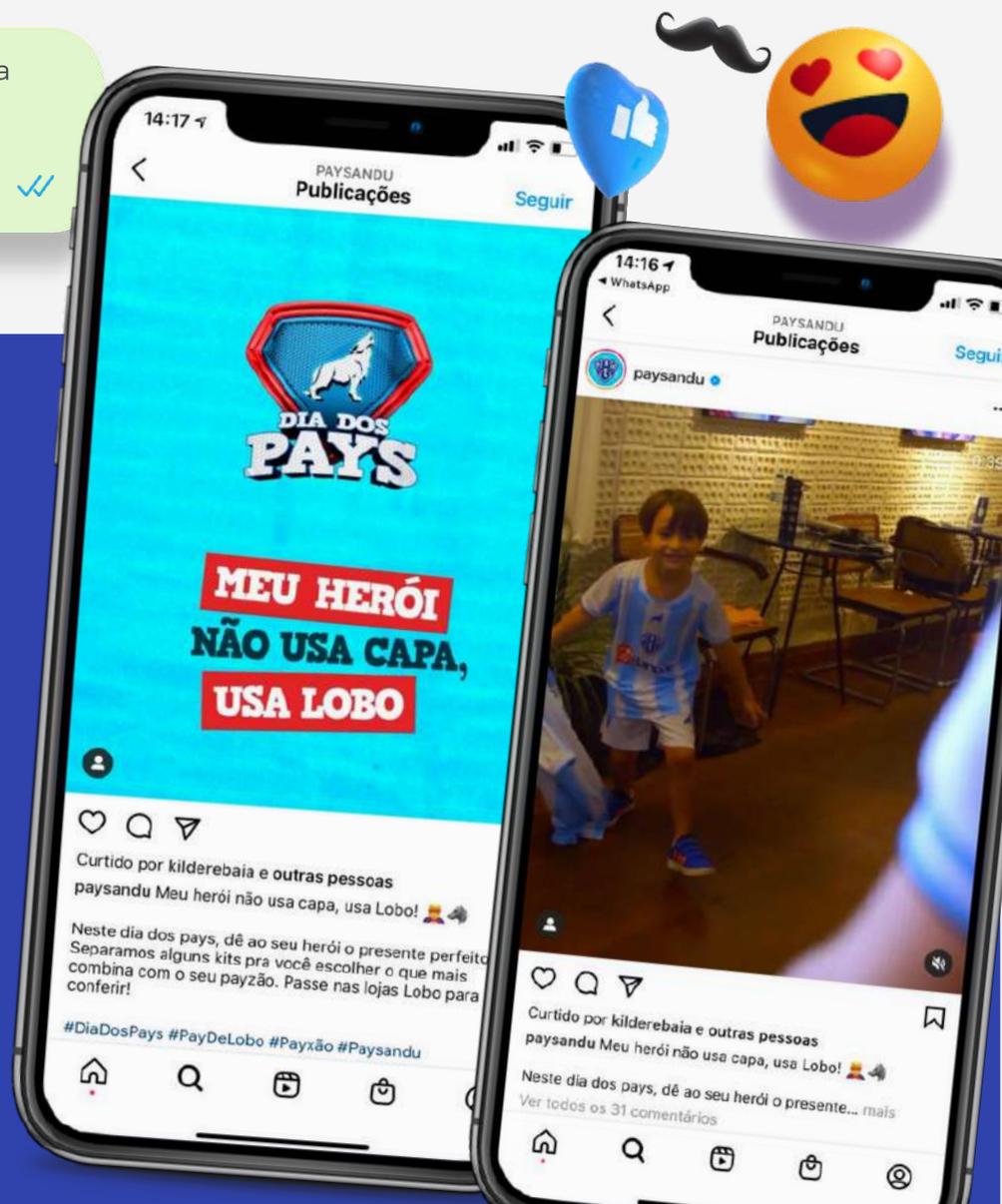
Vale sempre lembrar: é muito difícil ter um negócio de sucesso nos dias atuais sem uma presença online nas redes sociais. Por isso, invista em ao menos uma das redes mais utilizadas pelo seu público: crie postagens atrativas e consistentes e interaja com seu público nos stories. Aproveite para lembrá-lo 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: Paysandu Sport Club

O Paysandu Sport Club a que antecipou a sua campanha em pelo menos três semanas e investiu na identidade visual com o “Meu herói não usa capa, usa Lobo” fazendo referência à marca oficial do clube.



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.

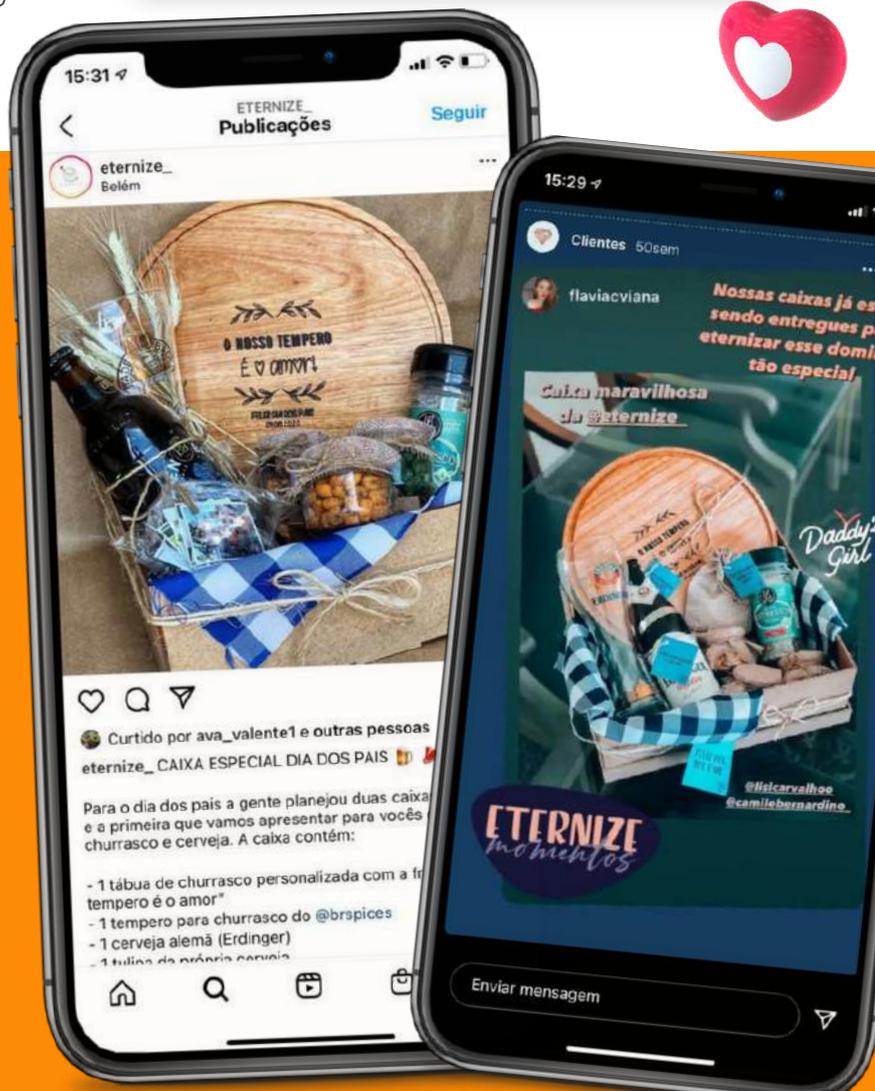


Clicando aqui você pode conferir algumas dicas sobre o **e-mail marketing**, uma ótima **ferramenta de pós-venda** que possui o maior retorno sobre investimento (ROI) dentre as ferramentas do marketing digital. ✓✓



Case: Eternize

A empresa Eternize criou um kit especial para o dia dos pais em 2020. O Kit, que poderia ser personalizado de acordo com cada cliente, carregava memórias e emocionava os que o receberam. Com isso, muitos clientes compartilham a reação dos presenteados, e foram repostados nas redes sociais da marca, demonstrando satisfação com a entrega e a positiva surpresa com overdeliveries como brindes e itens especiais inesperados.



Conclusão

Para seu negócio ser bem sucedido, vale a pena seguir os passos para prepará-lo para o Dia dos Pais, desde do planejamento antecipado para saber as tendências de mercado, decidir os produtos que você irá destacar nessa campanha, além de saber quais os canais de comunicação e vendas são mais assertivos para se chegar ao cliente. Ah! E não esqueça do pós-venda a fim de fidelizar seus clientes a longo prazo.

Assim, você também poderá ter um aumento no seu faturamento e contribuir para mais um ano de crescimento recorde nessa data tão especial.

Boas vendas!



Referências Bibliográficas

Amazoniamarket.com.br. n.d. [online] Available at: <<https://amazoniamarket.com.br/>> [Acessado em 20 de julho de 2021].

Barbosa, M., 2020. Mulheres são responsáveis pela renda familiar em quase metade das casas. [online] Correio Braziliense. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/economia/2020/02/16/internas_economia,828387/mulheres-sao-responsaveis-pela-renda-familiar-em-quase-metade-das-casa.shtml> [Acessado em 21 de Julho de 2021].

Blog Compre & Confie. 2020. [online] Disponível em: <<https://www.blog.compreconfie.com.br/post/varejo-digital-cresce-95-4-com-dia-dos-pais-e-faturar-5-4-bilh%C3%B5es-aponta-neotrust>> [Acessado em 21 de Julho de 2021].

BRASIL, Receita Federal. 2021. Estatísticas SINAC - Total de Empresas Optantes em 10 de julho de 2021, por CNAE, Município da Unidade Federativa Pará. [online] Disponível em: <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Aplicacoes/ATBHE/estatisticasSinac.app/EstatisticasOptantesPorCNAE.aspx?tipoConsulta=1&anoConsulta=>>> [Acessado em 15 de julho de 2021].

Conteudo.socialminer.com. 2021. [Pesquisa] Intenção de compra - Dia dos Pais 2021. [online] Disponível em: https://materiais.allin.com.br/pesquisa-dia-dos-pais?utm_source=pop_up&utm_medium=site_allin&utm_campaign=pesquisa_dia_dos_pais_2021 [Acessado em 19 de Julho de 2021].

Conteudo.socialminer.com. 2020. [Pesquisa] Intenção de compra - Dia dos Pais 2020. [online] Disponível em: <https://conteudo.socialminer.com/pesquisa-intencao-de-compra-dia-dos-pais-2020?utm_campaign=pesquisa-dia-dos-pais-2020&utm_medium=facebook&utm_source=facebook> [Acessado em 19 de Julho de 2021].

Conteudo.socialminer.com. 2020. [Relatório] Dia dos Pais 2020. [online] Disponível em: <https://conteudo.socialminer.com/relatorio-dia-dos-pais-2020?utm_source=content&utm_medium=pesquisa&utm_campaign=pesquisa_dia_dos_pais_2021> [Acessado em 21 de Julho de 2021].

Facebook. n.d. [online] Disponível em: <<https://www.facebook.com/business/help/268860861184453?id=1077620002609475>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Fonseca, L., 2017. O que é omnichannel: entenda o poder dessa estratégia!. [online] Rock Content - BR. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/omnichannel/#:~:text=Omnichannel%20%C3%A9%20uma%20estrat%C3%A9gia%20de,do%20virtual%20e%20do%20f%C3%ADsico.>>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Gama Marketing. n.d. WHATSAPP COMO CANAL DE VENDAS DO SEU NEGÓCIO - Gama Marketing. [online] Disponível em: <<https://gama.etc.br/2020/06/24/whatsapp-como-canal-de-vendas-do-seu-negocio/>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Gasparin, M., 2021. Confira quais são as expectativas do comércio para o Dia dos Pais - Mirian Gasparin. [online] Miriangasparin.com.br. Disponível em: <<https://miriangasparin.com.br/2021/07/confira-quais-sao-as-expectativas-do-comercio-para-o-dia-dos-pais/>> [Acessado em 22 de Julho de 2021].

Instagram.com. n.d. Ateliê Love in Boxes. [online] Disponível em: <<https://www.instagram.com/loveinboxes.personalizados/>> [Acessado em 25 de Julho de 2021].

Instagram.com. n.d. Eternize. [online] Disponível em: <https://www.instagram.com/eternize_/> [Acessado em 25 de Julho de 2021].

Instagram.com. n.d. Lelu Eat Fit. [online] Disponível em: <https://www.instagram.com/lelu_fit/> [Acessado em 25 de Julho de 2021].

Instagram.com. n.d. Lojas Darmand. [online] Disponível em: <<https://www.instagram.com/lojasdarmand/>> [Acessado em 25 de Julho de 2021].

Instagram.com. n.d. Paysandu Sport Club. [online] Disponível em: <<https://www.instagram.com/paysandu/>> [Acessado em 25 de Julho de 2021].

Instagram.com. n.d. Rebeca Cake Boutique. [online] Disponível em: <<https://www.instagram.com/rebecacakeboutique/>> [Acessado em 25 de Julho de 2021].

Instagram.com. n.d. Samcro Barbearia. [online] Disponível em: <<https://www.instagram.com/samcrobarbearia/>> [Acessado em 25 de Julho de 2021].

Lojaintegrada.com.br. n.d. Loja Integrada - Criar sua loja virtual é muito simples. [online] Disponível em: <<https://lojaintegrada.com.br/>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Lima, B., 2020. Vendas do varejo encolhem 8,8% na semana do Dia dos Pais, aponta indicador; e-commerce cresce 22%. [online] G1. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/08/11/vendas-do-varejo-encolhem-88percent-na-semana-do-dia-dos-pais-aponta-indicador-e-commerce-cresce-22percent.ghtml>> [Acessado em 21 de Julho de 2021].

Listenx.com.br. 2016. Experiência do cliente: Como usar músicas em época sazonal?. [online] Disponível em: <<https://listenx.com.br/blog/experiencia-do-cliente-como-usar-musicas-em-epoca-sazonal/>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Mercado&Consumo. 2020. Vendas de e-commerce crescem 41% no dia dos pais. [online] Disponível em: <<https://mercadoeconsumo.com.br/2020/08/12/vendas-de-e-commerce-crescem-41-no-dia-dos-pais/>> [Acessado em 22 de Julho de 2021].

Mercadolivre.com.br. n.d. Mercado Livre Brasil. [online] Disponível em: <<https://www.mercadolivre.com.br/>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Monteiro, D., n.d. Yellow.Rec. [online] Yellow.Rec. Disponível em: <<https://www.yellow.rec.br/blog/artigos/entenda-como-funciona-a-contratacao-de-trabalhador-sazonal>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Neogrid.com. 2017. Blog Neogrid: Planejamento de vendas e operações: o primeiro passo para atender o consumidor final. [online] Disponível em: <<https://neogrid.com/br/blog/planejamento-de-vendas-e-operacoes-o-primeiro-passo-para-atender-o-consumidor-final>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Nielsen, E., 2020. [online] Static.poder360.com.br. Disponível em: <<https://static.poder360.com.br/2020/08/EBIT-ecommerce-Brasil-1semestre2020.pdf>> [Acessado em 22 de Julho de 2021].

Nuvemshop.com.br. 2021. [online] Disponível em: <<https://www.nuvemshop.com.br/blog/dicas-para-criar-campanha-de-cupons-de-desconto/>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Pontara, A., 2021. Dia dos Pais no E-commerce: como vender mais em 2021?. [online] Magis5. Disponível em: <<https://magis5.com.br/dia-dos-pais-no-e-commerce-como-vender-mais/>> [Acessado em 21 de Julho de 2021].

Pires, R., 2018. 26 publicitários famosos para você conhecer e se inspirar!. [online] Rock Content - BR. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/publicitarios-famosos-que-voce-precisa-conhecer/>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Santos, N., 2019. Tudo que você precisa saber para ter uma campanha de varejo de sucesso. [online] Listenx.com.br. Disponível em: <<https://listenx.com.br/blog/campanha-varejo/>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Santos, N., 2020. Layout de Loja: Descubra como montar o melhor. [online] Listenx.com.br. Disponível em: <<https://listenx.com.br/blog/layout-de-loja-por-que-ele-e-determinante/>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Sebrae.com.br. n.d. Atendimento ao cliente - Sebrae. [online] Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/atendimento-ao-cliente,fe80b8a6a28bb610VgnVCM1000004c00210aRCRD>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Sebrae.com.br. n.d. Como comprar bem e de bons fornecedores - Sebrae. [online] Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/como-comprar-bem-e-de-bons-fornecedores,0101b8a6a28bb610VgnVCM1000004c00210aRCRD>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Sebrae.com.br. n.d. Como turbinar suas vendas - Sebrae. [online] Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/como-turbinar-suas-vendas,1ba0b8a6a28bb610VgnVCM1000004c00210aRCRD>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Sebrae.com.br. n.d. Marketing digital: planejar para vender pela Internet - Sebrae. [online] Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/marketing-digital-planejar-para-vender-pela-internet,8ed2d4cc32926710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Sebrae.com.br. n.d. Os segredos por trás de um instagram vendedor - Sebrae. [online] Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/os-segredos-por-tras-de-um-instagram-vendedor,c1910174cbc75710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Sebrae.com.br. 2020. PIX - Novo sistema de pagamento do Banco Central - Sebrae. [online] Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms/artigos/pix-novo-sistema-de-pagamento-do-banco-central,b822fcf7403b5710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Sebrae.com.br. n.d. Os segredos por trás de um instagram vendedor - Sebrae. [online] Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/os-segredos-por-tras-de-um-instagram-vendedor,c1910174cbc75710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Sebrae.com.br. 2020. Venda mais usando E-mail Marketing. [online] Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/galeriavideo/venda-mais-usando-e-mail-marketing,e5666515b16a3710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Sebrae Respostas. 2021. Como Montar Uma Logística De Entregas Do Seu Delivery? - Sebrae Respostas. [online] Disponível em: <<https://respostas.sebrae.com.br/como-montar-uma-logistica-de-entregas-do-seu-delivery/>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Shopify. n.d. Comece, cresça e amplie seus negócios - Shopify. [online] Disponível em: <<https://www.shopify.com.br/>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Think with Google. n.d. Mudança de comportamento: Maiores categorias no varejo - Think with Google. [online] Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/feature/category-trends/br/month/pt>> [Acessado em 20 de Julho de 2021].

Whow!. 2021. Práticas de saúde e higiene para receber clientes após a pandemia. [online] Disponível em: <https://www.whow.com.br/pessoas/praticas-de-saude-e-higiene-para-receber-clientes-apos-a-pandemia/?utm_campaign=news_whow_190721&utm_medium=email&utm_source=RD+Station> [Acessado em 21 de Julho de 2021].

