



Círio de Nazaré

BOLETIM DE MERCADO | 2021





Círio de Nazare

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



Melhorias previstas para 2021

No seu novo formato e em tempos de pandemia, o **Círio de Nossa Senhora de Nazaré deve atrair 30 mil turistas**, segundo estimativa do DIEESE/PA (2020). A expectativa é de que essas pessoas movimentem a economia da capital paraense, com gastos na ordem 11,8 milhões de dólares.

Segundo o DIEESE/PA (2021)

-  **99,9%** dos turistas tem intenção de **retornar ao Círio de Belém**
-  Os turistas permanecem em média de **7,8 dias na cidade na época do Círio**
-  **42,1%** dos turistas têm entre **35 e 50 anos**
-  **51,3%** dos turistas pertencem ao sexo **masculino** e **47,7%** ao **feminino**
-  **84,9%** dos turistas estão empregados
-  **79,6%** dos turistas chegaram de **avião em Belém**



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

Introdução	5
Como foi a data em 2020	6
Perfil dos turistas no Círio de Nazaré 2020	7
Expectativas para o Círio de Nazaré 2021	12
Os 6 Passos para preparar seu negócio para o Círio de Nazaré 2021	15
Passo 1: Pesquise o seu mercado	16
Case: Madame Floresta	16
Passo 2: Decida quais produtos irá destacar na campanha promocional	17
Monte combos e kits de produtos	17
Case: Todo Teu	17
Descontos e cupons	18
Case: Papel da Amazênia	18
Passo 3: Defina seus canais de venda e atendimento	19
Canais de venda	19
Canais de atendimento	20
Case: Millan Semijóias Personalizadas	21
Passo 4: Prepare o estoque e a logística de entrega	22
Tente prever a sua demanda	22
Cuide da saúde do estoque	23
Inove nas formas de pagamento	23
Disponibilize opções de entrega rápida	24
Case: Mirante Charme	24
Passo 5: Planeje sua comunicação e Marketing	25
Antecipe as vendas	25
Prepare toda a equipe	25
Invista na identidade visual	26
Case: Necessarie by Lane Cristina	26
Passo 6: Não esqueça do Pós-venda	27
Case: PatCa Presentes	27
Conclusão	28
Referências	29



Introdução

No segundo domingo de outubro, Belém se enfeita para celebrar o Círio de Nossa Senhora de Nazaré. Segundo o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE, 2019), a estimativa é de que aproximadamente 2 milhões de pessoas circulam pela cidade todos os anos durante a festa.

Em 2019, mais de **83 mil turistas** estiveram em Belém para acompanhar a festividade religiosa, injetando na economia paraense aproximadamente **31 milhões de dólares, cerca de 120 milhões de reais**, segundo pesquisa realizada em parceria pela Secretaria de Estado de Turismo (Setur) e o Dieese Pará (2019).

Em 2021, com avanço da vacinação contra a COVID-19, **a expectativa é atrair 30 mil turistas** (DIEESE, 2021), 20 mil a mais que em 2020 (DIEESE, 2020), o clima de esperança e dias melhores se intensifica com a proximidade do Círio de Nazaré.

Seguindo neste clima, como os empreendedores podem aproveitar as oportunidades que surgem com as mudanças de necessidades dos consumidores?

Este guia o ajudará a encontrar as melhores **oportunidades de crescimento** para o seu negócio no Círio de Nazaré de 2021.



Este guia o ajudará a encontrar as melhores oportunidades de crescimento para o seu negócio no Círio de Nazaré de 2021.



Foto: Raimundo Paccó/Estadão Conteúdo



Capítulo 1

Como foi a data em 2020

Mesmo com a suspensão das procissões do Círio de Nazaré por causa da covid-19, muitos devotos e turistas visitaram a capital paraense em outubro do ano passado. Cerca de 100 mil pessoas estiveram na capital para a ocasião. Desse total, dez mil eram de fora do estado. (DIEESE, 2020).



O **almoço do Círio** é um dos momentos mais esperados nesta época do ano pelos devotos de Nossa Senhora de Nazaré. Não apenas pelo sabor das delícias que vão à mesa, como a maniçoba e o pato no tucupí, além de outros pratos que compõem a ceia nazarena, mas pela simbologia que carrega, de reunir familiares e amigos em uma grande confraternização.

Alguns deles vêm de longe, seja do interior do Pará, de outro estado ou país. Mas, pela primeira vez, essa tradição foi interrompida para muitas famílias católicas, em virtude da pandemia de Covid-19.

No Círio 2020, em algumas residências o almoço foi mais intimista, ou seja, com poucos participantes.

Perfil dos Turistas no Círio de Nazaré 2020

De acordo com estudo realizado pelo DIEESE/PA (2020) em conjunto com o Governo do Estado do Pará, através da Secretaria de Estado de Turismo – SETUR, o perfil dos turistas que estiveram em Belém por ocasião dos festejos do Círio de Nazaré em 2020 foi:



Os principais estados emissores de turistas para o Círio de Nazaré em 2020 foram:



17,2% Maranhão

16,1% São Paulo

13,4% Rio de Janeiro

8,8% Ceará

6,7% Amazonas

5,3% Amapá

5,1% Pernambuco

3,5% Paraná

2,5% Minas Gerais

1,8% Rio Grande do Norte

0,4% Tocantins

19,2% Outros



Fonte: DIEESE, 2021.,



Os públicos **masculinos e femininos** estiveram presentes com frequência bem aproximada no Círio de 2020:



51,3%

Masculino



47,7%

Feminino



Faixa etária dos visitantes:



9,1%

18 a 25 anos



22,5%

de 26 a 34 anos



42,1%

de 35 a 50 anos



26,3%

51 anos ou mais



Faixa salarial dos turistas em visita ao Círio de Nazaré:

7%

Até 1 salário

26,3%

De 1 a 3 salários mínimos

22,1%

De 3 a 5 salários mínimos

19,3%

De 5 a 8 salários mínimos

9,1%

De 8 a 12 salários mínimos

3,9%

Mais de 12 salários



Situação profissional dos turistas em visita ao Círio de Nazaré:



84,9%

Empregados



15,1%

Desempregados

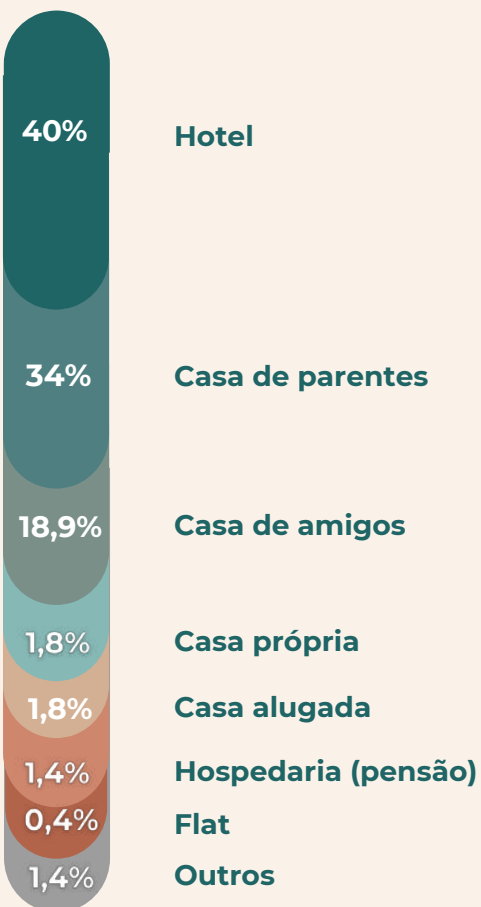


Dentre as principais atividades profissionais identificadas no perfil do turista do Círio de Nazaré 2020, temos:

Professores, estudantes, engenheiros, funcionários públicos, advogados, médicos, empresários, do lar, enfermeiros, comerciantes, bancários e outras ocupações.



Dentre as principais formas de hospedagem utilizadas pelos turistas em visita ao Círio de Nazaré 2020, temos:

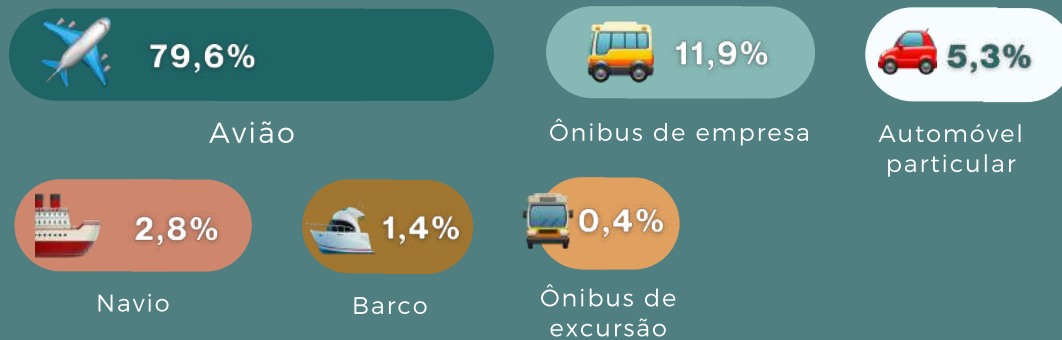


Fonte: DIEESE, 2021.



Meio de transporte utilizado:

Os principais meios de transporte utilizados pelo turista em visita ao Círio de Nazaré 2020, foram

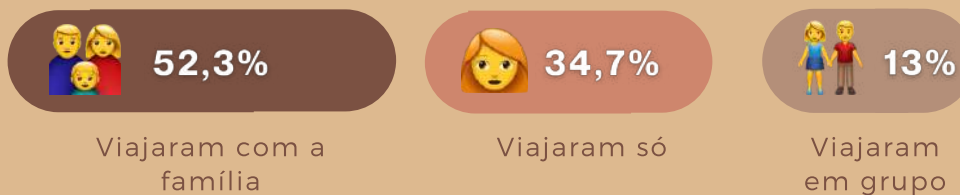


Fonte: DIEESE, 2021.,



Forma de Viajar

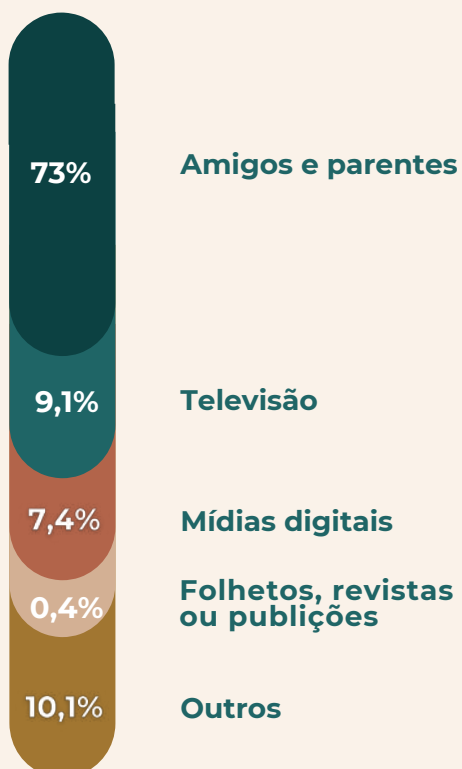
Constatou-se que os turistas, em visita ao Círio de 2020:



Fonte: DIEESE, 2021.,



As principais formas que o turista tomou conhecimento do Círio de Nazaré, em 2020:



Fonte: DIEESE, 2021.,



Quanto a intenção de retornar

99,9%

Tem intenção de retornar ao Círio de Belém

X

0,1%

Não pretende retornar

Turistas passam, na cidade de Belém, durante o Círio, uma média de

7,8 dias.



Locais mais visitados por turistas no Círio 2020:

27%

Basílica de Nazaré

26%

Estação das Docas

20%

Ver-o-peso

8%

Mangal das Garças

5%

Portal da Amazônia

14%

Outros



Foto: Fábio Costa / O Liberal



Foto: Cláudio Pinheiro / O Liberal



Foto: Pixbay



Foto: Oswaldo Forte / O Liberal



Foto: Agência Belém



Foto: O Liberal



Capítulo 2

Expectativas para o **Círio de Nazaré 2021**

Com o avanço da vacinação, o otimismo já retorna para as projeções relacionadas ao Círio de Nazaré de 2021. Segundo site da [Prefeitura de Belém \(2021\)](#), mais de um milhão de pessoas já receberam ao menos a 1ª dose da vacina contra a COVID-19, desses, quase 600 mil já estão totalmente imunizados.

No seu novo formato e em tempos de pandemia, o [Círio de Nossa Senhora de Nazaré](#) deve atrair 30 mil turistas, segundo estimativa do DIEESE/PA (2020). A expectativa é de que essas pessoas movimentem a economia da capital paraense, com gastos na ordem 11,8 milhões de dólares.

Números de **pequenos negócios no estado do Pará por segmento e porte** diretamente impactados pelo **Círio de Nazaré**

Categorias e números de pequenos negócios por porte possivelmente* **mais impactados pelo evento Círio de Nazaré em 2021 no Estado do Pará.**



Segmento	Total de MEI	Total de EPP + ME	Total de MPE
Artesanato e suvenires	4.847	1.026	5.873
Alimentos (beneficiamento ou fabricação e comercialização)	42.771	17.795	60.566
Bares e restaurantes	22.202	3.579	25.781
Hotéis e similares (Alojamento)	686	1.052	1.738
Serviços de eventos	8.424	1.279	9.703
Serviços de turismo (Agências e operadores)	1.137	541	1.678
Transportes (Aéreos, rodoviários, fluviais)	10.319	2.311	12.630
Vestuário (beneficiamento ou fabricação e comercialização)	45.795	9.944	55.739
Total	136.181	37.527	173.708

Fonte: SINAC e SIMEI/ Receita Federal, 29 de setembro 2021.



Categorias e números de pequenos negócios por porte possivelmente* mais impactados pelo evento Círio de Nazaré na Região Metropolitana (Belém, Ananindeua, Marituba, Santa Bárbara, Benevides, Santa Izabel e Castanhal) em 2021 no Estado do Pará:



Segmento	Total de MEI	Total de EPP + ME	Total de MPE
Artesanato e suvenires	2.574	338	2.912
Alimentos (beneficiamento ou fabricação e comercialização)	16.817	4.361	21.178
Bares e restaurantes	11.361	1.531	12.892
Hotéis e similares (Alojamento)	152	178	330
Serviços de eventos	4.878	658	5.536
Serviços de turismo (Agências e operadores)	558	243	801
Transportes (Aéreos, rodoviários, fluviais)	4.795	540	5.335
Vestuário (beneficiamento ou fabricação e comercialização)	20.776	3.287	24.063
Total	61.911	11.136	73.074

Fonte: SINAC e SIMEI/ Receita Federal, 29 de setembro 2021.

*Obs.: o termo 'possivelmente' refere-se a uma imprecisão do comportamento futuro dos atores que compõe o conjunto de turistas, peregrinos, romeiros, paraenses e belenenses que estarão dispostos a participar ativamente do evento mediante o receio de exposição em atos que contribuam para aglomeração de pessoas.





CAPÍTULO 3

Os **6 Passos** para preparar seu negócio para o **Círio de Nazaré 2021**

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 Círio de Nazaré 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.

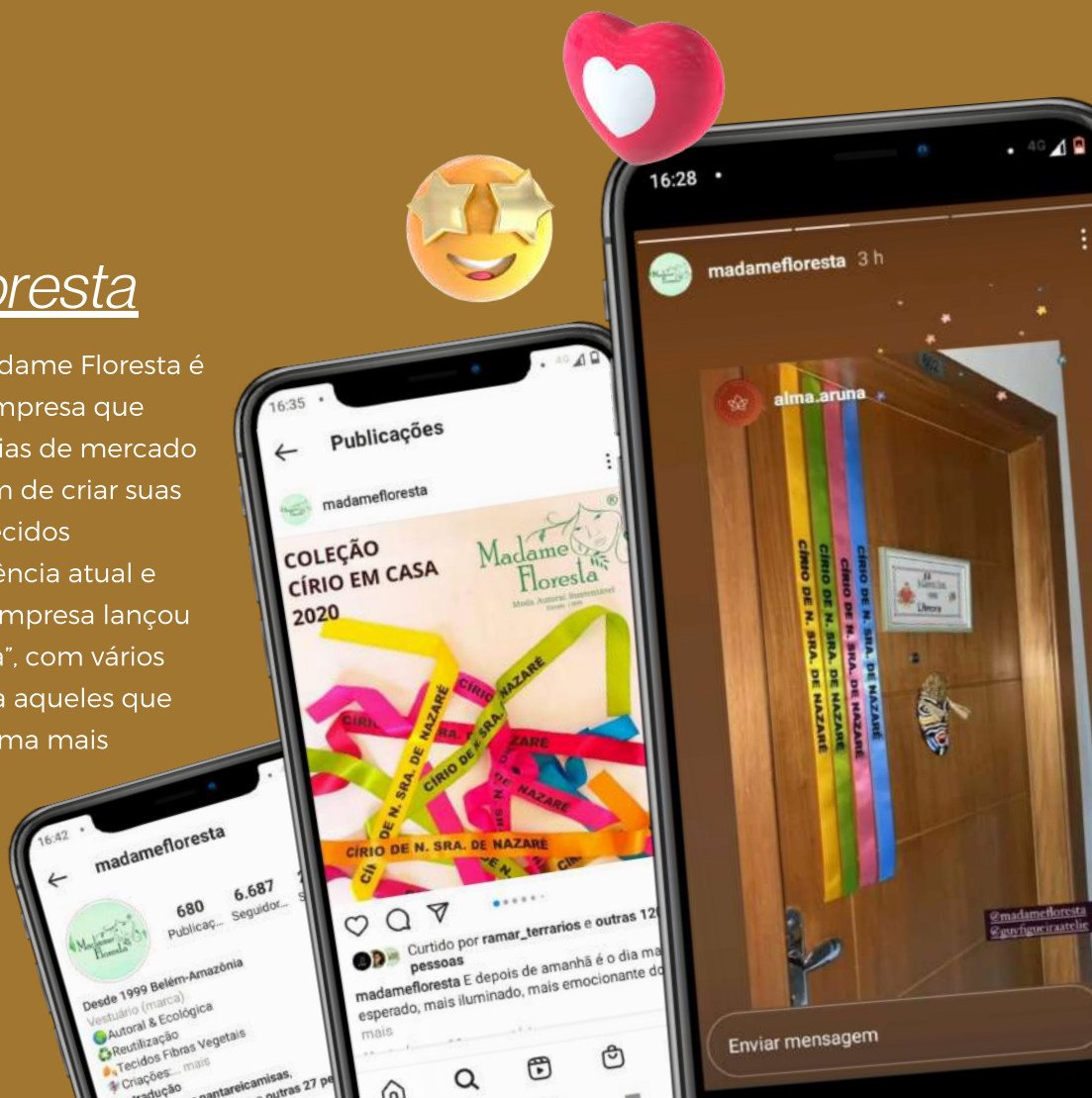
Você pode analisar tendências de compras em determinadas épocas do ano, usando ferramentas como a Think With Google que mostram as maiores de tendências de consumo no Brasil ao longo do último ano/mês/semana.

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.



Case: Madame Floresta

O empreendimento Madame Floresta é um bom exemplo de empresa que acompanha as tendências de mercado para suas coleções. Além de criar suas peças com resíduos e tecidos sustentáveis (uma tendência atual e ecológica), em 2020 a empresa lançou a coleção “Círio em Casa”, com vários objetos decorativos para aqueles que desejam celebrar de forma mais intimista.



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 do Círio:



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: Todo teu

O Todo Teu criou um kit especial para o Círio de Nazaré composto com uma pequena imagem da santa, livro informativo das peregrinações, adesivo, adesivo e fitinhas, e para completar tudo dentro de uma embalagem eco.





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:

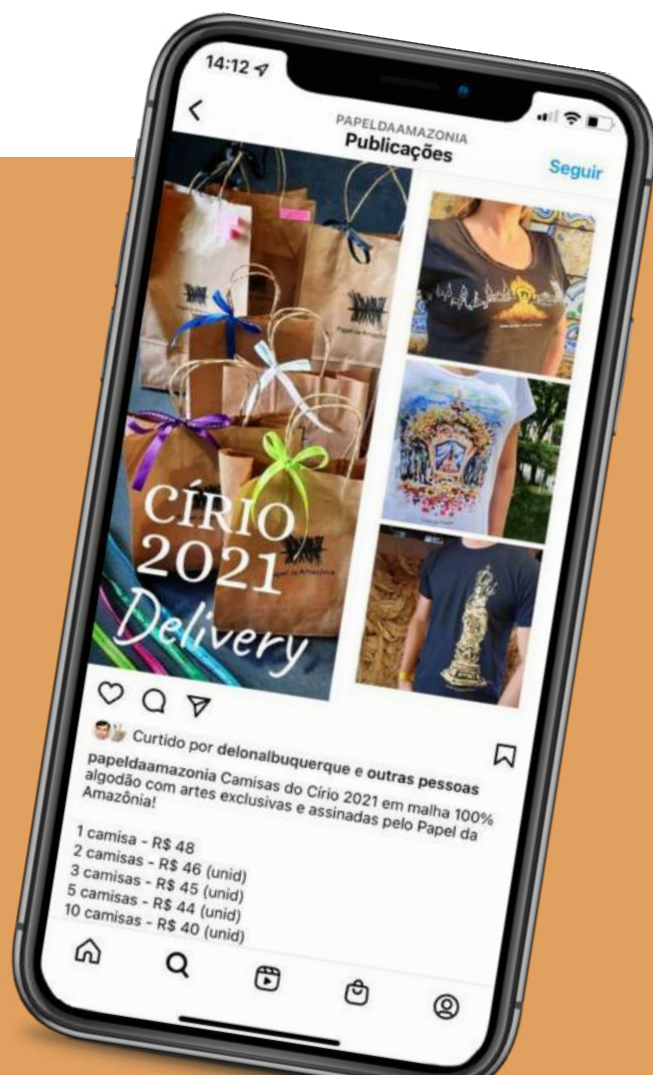


“Compre X e leve Y”:

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: Papel da Amazônia

Na época do Círio de Nazaré, muitas lojas e malharias vendem camisas comemorativas com imagens da Santa e outros símbolos que representam os festejos. No caso da Papel da Amazônia, que fez sua coleção do Círio, a empresa oferece um desconto no valor unitário das camisas conforme for aumentando a quantidade solicitada.

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 produto que usará nos festejos do Círio de Nazaré. Nesse sentido, é importante facilitar a sua experiência, oferecendo um atendimento eficiente e humanizado inclusive no atendimento virtual.

[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





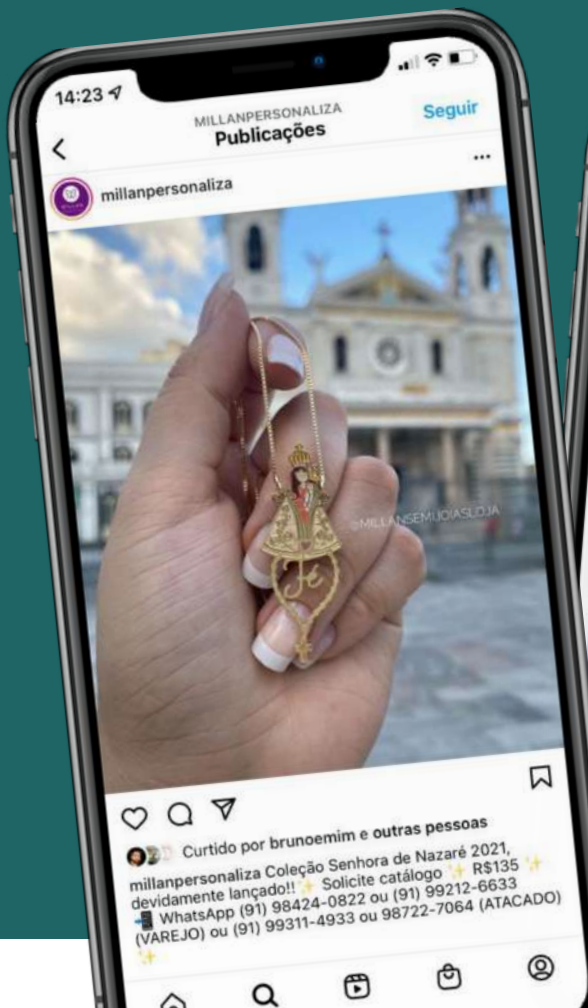
E-mail

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”.



Case: Millan Semijoias Personalizadas

A Millan Semijoias Personalizadas é uma empresa que dá várias opções de canais de venda e atendimento para facilitar o atendimento de seus clientes para os produtos personalizados, pronta entrega, varejo, atacado.



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, além de contar com um checkout seguro, intuitivo e transparente.



Disponibilize opções de entrega rápida

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: Mirante Charme

A Mirante Charme é uma empresa que oferece várias formas de pagamento como cartões, transferências, depósito e boleto, além de disponibilizar serviço de entrega.



5

Planeje sua **comunicação e Marketing**

É muito importante planejar suas ações de marketing 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.



Case: Necessarie by Lane Cristina

Lane Cristina antecipou a sua campanha para quase dois meses antes do Círio de Nazaré, com lançamento de seus produtos com data próxima ao pontapé inicial que é a Missa do Mandato.



6

Não esqueça do Pós-venda

O relacionamento com o cliente não deve acabar após a venda.

Lembre também de aumentar a sua lucratividade nas campanhas promocionais e depois da conclusão de cada evento! Como? Aumente a performance do seu negócio em datas comemorativas considerando os efeitos delas a longo prazo e mensurando os resultados de cada etapa vencida.

Sabe os consumidores que adquiriram artigos com você nesta data? Não esqueça deles! Sabia que muitas marcas esquecem de dar a devida atenção e acabam perdendo clientes?

Portanto, lembre-se de incluir essa etapa nos seus planos e de aproveitar os dias festivos para desejar um Feliz Natal ou Feliz Ano Novo e aquecer o relacionamento com sua base de clientes.

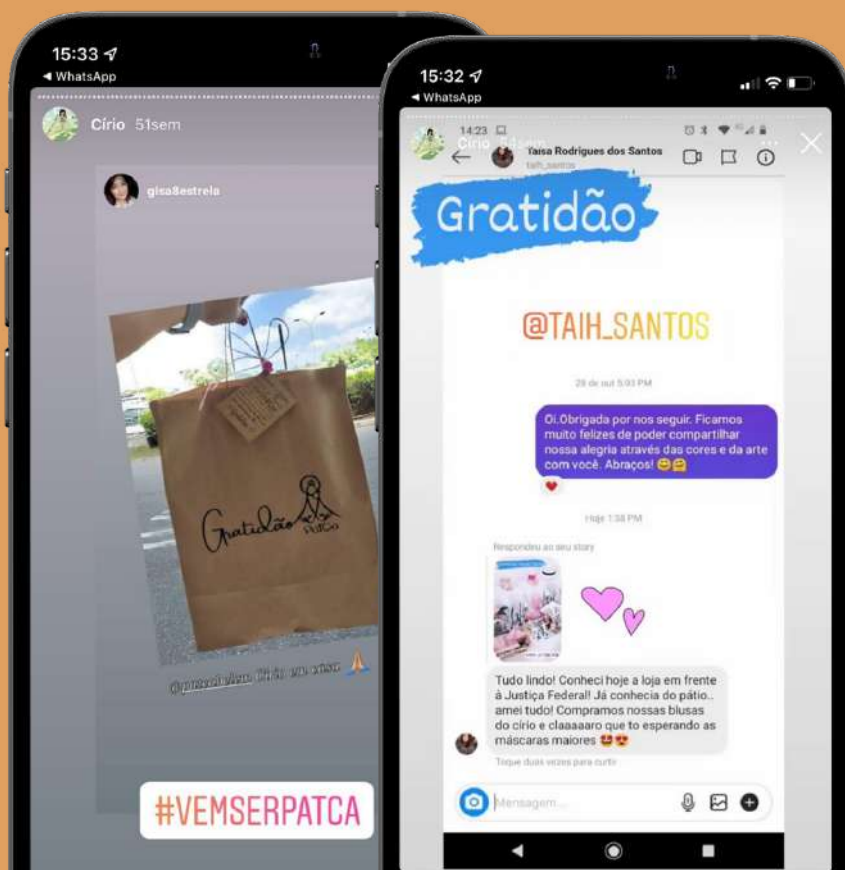


Clicando aqui você pode conferir algumas dicas sobre o **e-mail marketing**, uma ótima **ferramenta de pós-venda** que possui o maior retorno sobre investimento (ROI) dentre as ferramentas do marketing digital. ✓✓



Case: PatCa Presentes

A empresa PatCa Presentes criou uma linha de produtos especiais para o Círio de Nazaré de 2020. Com a emoção de receber os presentes, muitos clientes compartilham a reação dos presenteados, e foram repostados nas redes sociais da marca, demonstrando satisfação com a entrega além de deixar claro que está esperando um modelo de máscaras maiores para, claro, comprar mais.



Conclusão

Após a leitura do material, pode-se reafirmar a importância de estar atento às oportunidades, ainda mais com os sinais de melhora com o avanço da vacinação contra o COVID-19.

No Clima de esperança, ainda maior para o Círio de Nazaré 2021, é necessário se reinventar e crescer, mesmo diante das dificuldades, aproveitando e seguindo os passos apresentados no documento.

Feliz Círio e boas vendas!



Referências Bibliográficas

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

BARBOSA, C., 2019. **Círio de Nazaré reúne fé, tradição indígena e esperança nas ruas de Belém.** [online] Brasil de Fato. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2019/10/12/cirio-de-nazare-reune-fe-tradicao-indigena-e-esperanca-nas-ruas-de-belem>>. Acessado em 16 setembro de 2021.

BRASIL, Receita Federal. 2021. Estatísticas SINAC - **Total de Empresas Optantes em 29 de setembro 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 29 de setembro de 2021.

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

Instagram.com. n.d. **Madame Floresta.** [online] Disponível em: <<https://www.instagram.com/madamefloresta/>>. Acessado em 22 de setembro de 2021.

Instagram.com. n.d. **Millan Semijoias Personalizadas.** [online] Disponível em: <<https://www.instagram.com/millanpersonaliza/>>. Acessado em 22 de setembro de 2021.

Instagram.com. n.d. **Mirante Charme.** [online] Disponível em: <<https://www.instagram.com/mirantecharme/>>. Acessado em 22 de setembro de 2021.

Instagram.com. n.d. **Necessarie by Lane Cristina.** [online] Disponível em: <<https://www.instagram.com/lanecristina2004/>>. Acessado em 22 de setembro de 2021.

Instagram.com. n.d. **Papel da Amazônia.** [online] Disponível em: <<https://www.instagram.com/papeldaamazonia/>>. Acessado em 22 de setembro de 2021.

Instagram.com. n.d. **PatCa Presentes.** [online] Disponível em: <<https://www.instagram.com/patcabelem/>>. Acessado em 22 de setembro de 2021.

Instagram.com. n.d. **Todo Teu.** [online] Disponível em: <<https://www.instagram.com/todoteu1/>>. Acessado em 22 de setembro 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 setembro 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 setembro de 2021.

MERCADO & EVENTOS. 2020. **Com mais de 83 mil visitantes em 2019, Círio de Nazaré contará com atividades virtuais.** [online] Disponível em:

<<https://www.mercadoeventos.com.br/noticias/servicos/com-mais-83-mil-visitantes-2019-cirio-nazare-atividades-virtuais/>> Acessado em 16 setembro de 2021.

Mercadolivre.com.br. n.d. **Mercado Livre Brasil.** [online] Disponível em:

<<https://www.mercadolivre.com.br/>> Acessado em 20 de setembro 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 setembro 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 setembro 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 setembro de 2021.

O LIBERAL. 2021. **Círio de Nazaré deve atrair 30 mil turistas, aponta Dieese; são 50 mil a menos que 2019.** [online] Disponível em: <<https://www.oliberal.com/economia/cirio-de-nazare-deve-atrair-30-mil-turistas-aponta-dieese-sao-50-mil-a-menos-que-2019-1.432103>> Acessado em 16 setembro de 2021.

PARÁ (Estado), Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. Pará (Estado), Secretaria de Estado de Turismo. **Círio/2019 - Turistas no Círio.** Belém: PA, 2019.

_____. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. Pará (Estado), Secretaria de Estado de Turismo. **Círio/2020 - Turistas no Círio.** Belém: PA, 2020.

_____. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. Pará (Estado), Secretaria de Estado de Turismo. **Círio/2021 - Turistas no Círio.** Belém: PA, 2021.

PINTO, E., 2020. Almoço do Círio será intimista e seguro. [online] **O Liberal.** Disponível em:

<<https://www.oliberal.com/cirio/almoco-do-cirio-sera-intimista-e-seguro-1.313863>> Acessado em 16 setembro 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 setembro 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 setembro de 2021.

_____. 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 setembro 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 setembro 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 setembro 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 setembro 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 setembro 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 setembro 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 setembro 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 setembro 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 setembro 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 setembro de 2021.

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

