



Prepare seu negócio para **Datas comemorativas**

GUIA PRÁTICO



AMAZONIA MARKET

compre do pequeno



Prepare seu negócio para **datas comemorativas**

GUIA PRÁTICO

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

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



Seu negócio está pronto para **datas especiais?**

As datas comemorativas são ótimas oportunidades para vender mais e captar clientes. Para tirar o máximo proveito delas, você precisa planejar com antecedência as ações no seu negócio e antecipar possíveis demandas que possam surgir.

Sabemos que os últimos meses foram atípicos para o comércio do mundo inteiro. No entanto, é possível recuperar o prejuízo e aumentar as vendas caso haja planejamento de estoque, logística, comunicação e estratégias para aproveitar as vendas em feriados e datas comemorativas.

Além de feriados tradicionais como dia das mães, dia das crianças e natal, o comércio atual aguarda com muita ansiedade datas como a Black Friday (27 de novembro), a Cyber Monday (1ª semana de dezembro), bem como feriados específicos de cada região como o Círio de Nazaré (Fonte: Parceira de Negócios TIM. 2020).

Este guia o conduzirá através das maiores estratégias para preparar seu negócio para campanhas de datas comemorativas e garantir boas vendas e alavancar seu negócio!

1

O cenário atual de crescimento de negócios em datas comemorativas

2

Os 6 Passos para preparar seu negócio para datas comemorativas

3

Calendário de datas comemorativas para seu negócio

Sumário

Seu negócio está pronto para datas especiais?	3
O cenário atual de crescimento de negócios em datas comemorativas	5
Os 6 Passos para preparar seu negócio para datas comemorativas	8
Passo 1: Pesquise tendências do mercado e escolha as melhores datas	9
Case: Dia dos namorados Cipó Velas e Aromas	10
Case Dia das Mães Helô Ilustra	11
Passo 2: Decida quais produtos irá destacar na campanha promocional	12
Case Festa Junina Marques Drinks	12
Case Férias Marcelino Antepastos	13
Passo 3: Defina seus canais de venda e atendimento	14
Case Círio de Nazaré Julia Leão + Flor de Jambo Design	15
Case: Dia das crianças Realeza dos Cachos	17
Passo 4: Prepare o estoque e a logística de entrega	18
Case: Páscoa Chicorita Fit	19
Case Carnaval Ilustralle	20
Passo 5: Planeje sua comunicação e Marketing	21
Case: Dia do Orgulho LGBTQ+ Pantys	22
Case Black Friday Dobra	23
Passo 6: Não esqueça do Pós-venda	24
Case Natal Coisas Di Criança	25
Case Dia dos pais Eternize	26
Montando seu plano de ação	26
Calendário de datas comemorativas para seu negócio	27
Referências	53



Capítulo 1

O cenário atual de crescimento de negócios em datas comemorativas

O ano de 2021 tem sido intenso e promissor para negócios de vários segmentos. Este é o momento perfeito para olhar para todos os dias que estão à frente e planejar com atenção as estratégias que vão fazer seu negócio decolar. Afinal, o planejamento é parte essencial de qualquer empreitada, em qualquer fase. E ele pode ser o grande responsável pelo crescimento de negócios que aproveitam cada oportunidade.

Neste ponto, entram como grandes vantagens as datas comemorativas e feriados. Estas são datas em que o público geral adentra lojas físicas e virtuais com a intenção de realmente comprar algo e são influenciadas por bons valores e condições. **Em 2020, por exemplo, as datas sazonais tiveram um forte crescimento online, representando 34% do faturamento de e-commerces no Brasil,** segundo dados da [Ebit Nielsen na pesquisa Webshoppers](#) (Fonte: Pariz, T. and Bicca, A., 2020)



Datas comemorativas tem forte crescimento impulsionado pela pandemia

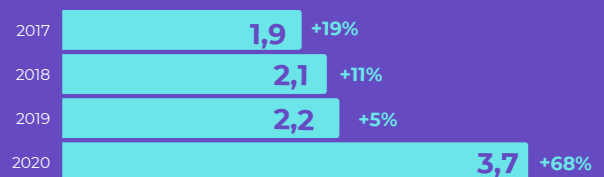
Vendas em R\$ Bilhões no Brasil



Dia do consumidor



Dia das mães



Páscoa

+66%

Na semana da Páscoa 2020 (de 06 a 12 de abril) foi registrado um aumento de 66% em relação a de 2019.



Dia dos namorados



Figura: Datas Comemorativas tem forte crescimento impulsionado pela pandemia. Adaptado. Fonte: [Pariz, T. and Bicca, A., 2020](#)).



Datas tradicionais

Outros dados mostram o enorme crescimento do interesse em **datas comemorativas tradicionais**. A exemplo disso, de 2019 a 2020 houve um aumento significativo nas buscas do usuário por “**dia das mães**” no Google, segundo a ferramenta [Google Trends](#) – o que impactou também a representatividade da data em faturamento.

De acordo com dados da [Ebit/Nielsen](#) e do Compre & Confie, entre 2018 e 2019 foi apontada uma alta de **5% durante o período, já de 2019 para 2020 o crescimento foi de 117%**, impulsionado usuários no ambiente digital, o que

representou um faturamento de **R\$5 bilhões para o varejo digital**.

Períodos sazonais

Além de datas comemorativas tradicionais, **períodos sazonais como férias** também trazem grande potencial de aumento de vendas em diversos nichos. Um exemplo é visto em dados da [National Retail Federation](#) dos EUA, que mostram que as vendas no varejo, incluindo vendas online para a temporada de férias de novembro a dezembro de 2020 **cresceram 8,3%** em relação ao mesmo período de 2019 (Craig Shearman, J., 2021).

Datas Regionais

Um terceiro tipo de datas comemorativas **são as regionais**, que ocorrem em estados e regiões específicas, como é o caso do **Círio de Nazaré no Pará**. Segundo um levantamento do Dieese do Pará, estimava-se que, com a festividade, fossem injetados cerca de **R\$ 1 bilhão na economia paraense em 2019, tanto no turismo quanto no consumo de bens e serviços** das cidades onde a festividade acontece (Coelho, L., 2019).

Com a chegada da pandemia, **a festividade oficial foi cancelada em 2020**. Porém, festejos como o **almoço do círio foram realizados nas casas dos fiéis, de forma mais intimista e reservada**, de modo que muitas empresas se adaptaram a este novo padrão de consumo, oferecendo **produtos próprios** para este cenário (O Liberal, 2020).



Foto: A Casa como ela é.

Eventos de Varejo

Por fim, também existem eventos de varejo criados em anos recentes, como a **Black Friday** e a **Cyber Monday**, que são realizados no último fim de semana de novembro e na segunda-feira subsequente.

Em 2020, da véspera da Black Friday (ou seja, 26 de novembro) até o final da Cyber Monday (30 de novembro), o **ticket médio dos pedidos online no Brasil foi de R\$ 592,85**, sendo que as vendas no **varejo online na Black Friday no Brasil geraram cerca de R\$4 Bilhões, um aumento de mais de 25%** em comparação com o mesmo período do ano anterior (Chevalier, S., 2021).

Estes números mostram a importância de **planejar seu negócio levando em conta o calendário de datas comemorativas**.

Afinal, além de planejar as melhores promoções, também é importante preparar seu estoque e entregas, criar estratégias de marketing, oferecer formas de pagamento variadas, e preparar seu atendimento para as datas que fazem sentido para o seu negócio



O próximo capítulo ajudará você a descobrir as melhores datas comemorativas para realizar campanhas em seu negócio e como se preparar para elas.



CAPÍTULO 2

Os 6 Passos para preparar seu negócio para datas comemorativas

Dividimos em 6 etapas o **planejamento necessário para preparar seu negócio para datas comemorativas**. Iremos ver em detalhes cada uma destas a seguir, com cases de sucesso reais de empresas nacionais e locais em datas comemorativas importantes para o seu negócio.

1

Pesquise **tendências do mercado** e escolha as **melhores datas** para o seu negócio

2

Decida **quais produtos irá destacar** na campanha promocional

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

Pesquise **tendências do mercado** e escolha **as melhores datas** para o seu negócio

Não importa se você está começando seu negócio agora ou se já possui um empreendimento consolidado: em qualquer fase da vida de uma empresa, é preciso identificar tendências de mercado para se manter sempre competitivo.

E em se tratando de datas comemorativas, é especialmente importante buscar tendências de mercado com antecedência, uma vez que estas são datas em que o consumidor muitas vezes muda seus hábitos de compra.

Avalie o desempenho do seu negócio em anos recentes

Uma forma interessante de entender o comportamento de compra dos clientes do seu negócio é analisar a **sazonalidade das suas vendas** ao longo do ano em anos recentes (Folador, M., 2020).

A sazonalidade em vendas acontece devido aos ciclos do mercado. Ao longo do ano, **cada nicho pode perceber mudanças no comportamento do seu consumidor**, nas vendas e no faturamento. Essas flutuações podem acontecer por uma série de fatores, dentre eles, datas especiais e comemorativas.



Ao analisar seu **histórico de vendas** ao longo do ano, **pergunte-se:**



Houve **picos de venda em momentos específicos** ao longo dos anos?



Estes picos estavam relacionados a **alguma data específica**?



Quais foram os **produtos mais vendidos** nestas datas?



Estes produtos foram **comprados com antecedência**?

Com estas perguntas, você começará a detectar padrões de compra em seu negócio e perceber se alguns produtos fazem mais sentido que outros em determinadas épocas. Isto também ajudará você a entender quanto a mais de estoque é necessário ter em seu negócio nestas datas.



Descubra as tendências de compra de seu público-alvo

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 comportamento e consumo no Brasil.

Além disso, vale ficar ligado em tendências das redes sociais para entender o comportamento e preferências do consumidor moderno, pedir feedback de seus clientes atuais e observar a concorrência (Bring Marketing House. 2020).



Case Dia dos Namorados:

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:



Você pode também encontrar informações sobre a busca de produtos específicos no [Google Trends](#) e no [Mercado Livre Tendências](#) - ao escrevermos o nome do produto, conseguimos observar o comportamento de buscas por ele pelos consumidores, e encontrar boas oportunidades de negócio.

Encontre os momentos certos

Finalmente, para escolher as melhores datas comemorativas para apostar no seu negócio é preciso começar grande: **Veja o Capítulo 3 deste guia e faça uma lista** dos feriados mais esperados do ano - desde os tradicionais até os regionais, que fazem sentido para o seu negócio.

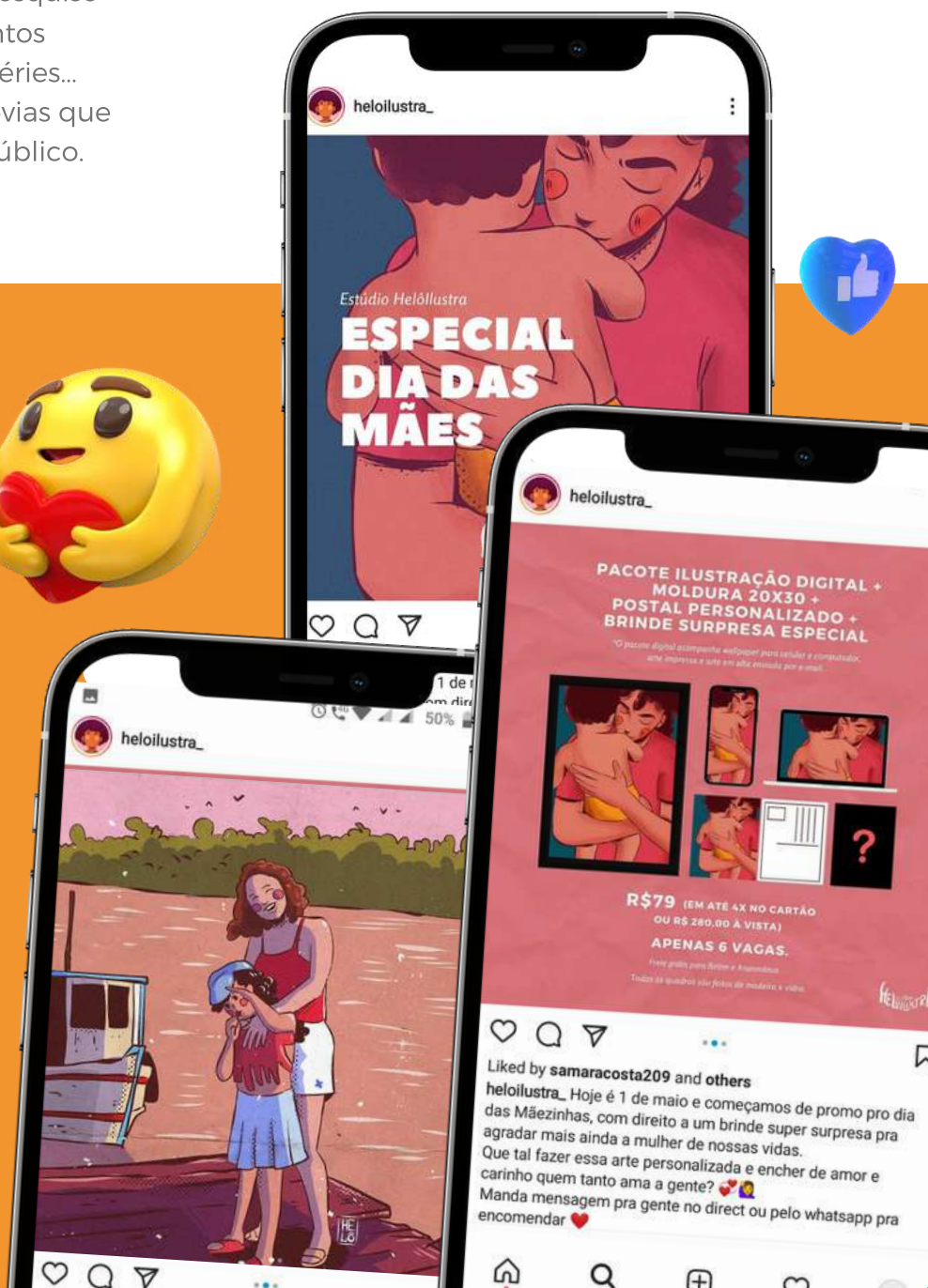
Depois, vá além do óbvio: pesquise datas como premiações, eventos esportivos, finais de novelas, séries... pense em ocasiões menos óbvias que são importantes para o seu público.

⚠️ Atenção: Não crie campanhas em datas que não fazem sentido para seu negócio. Ainda que você abra mão de criar campanhas em algumas datas, você pode sempre criar algum conteúdo ou postagem para que ela não passe em branco, em suas redes sociais, por exemplo.



Case Dia das Mães: Helô Ilustra

A ilustradora Helô Ilustra percebeu como esta era uma oportunidade importante para sua marca e criou uma campanha especial para o dia das mães, oferecendo um pacote de ilustrações personalizadas para homenagear aquelas que são tão queridas por nós.



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.** (Firmino, M., 2021)

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 Festa Junina: Marques Drinks

A empresa de bebidas Marques Drinks encontrou uma saída criativa para a festa junina em meio a pandemia: Criaram kits para a mistura de drinks em casa. Para o arraial de 2020, os Kits Stay Home decorados carregavam todos os itens necessários para a mistura dos drinks em casa e ainda eram decorados com pequenos chapéus de palha e bandeirinhas.





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 Férias: Marcelino Antepastos

A empresa Marcelino Tábuas e Antepastos, conhecida por criar kits de Frios e antepastos, observou o comportamento de seu público, onde muitos viajam nas férias e adequou seu produto para o verão, criando seu kit de férias “Voyage” que pode ser levado para consumo na praia ou em qualquer lugar.



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

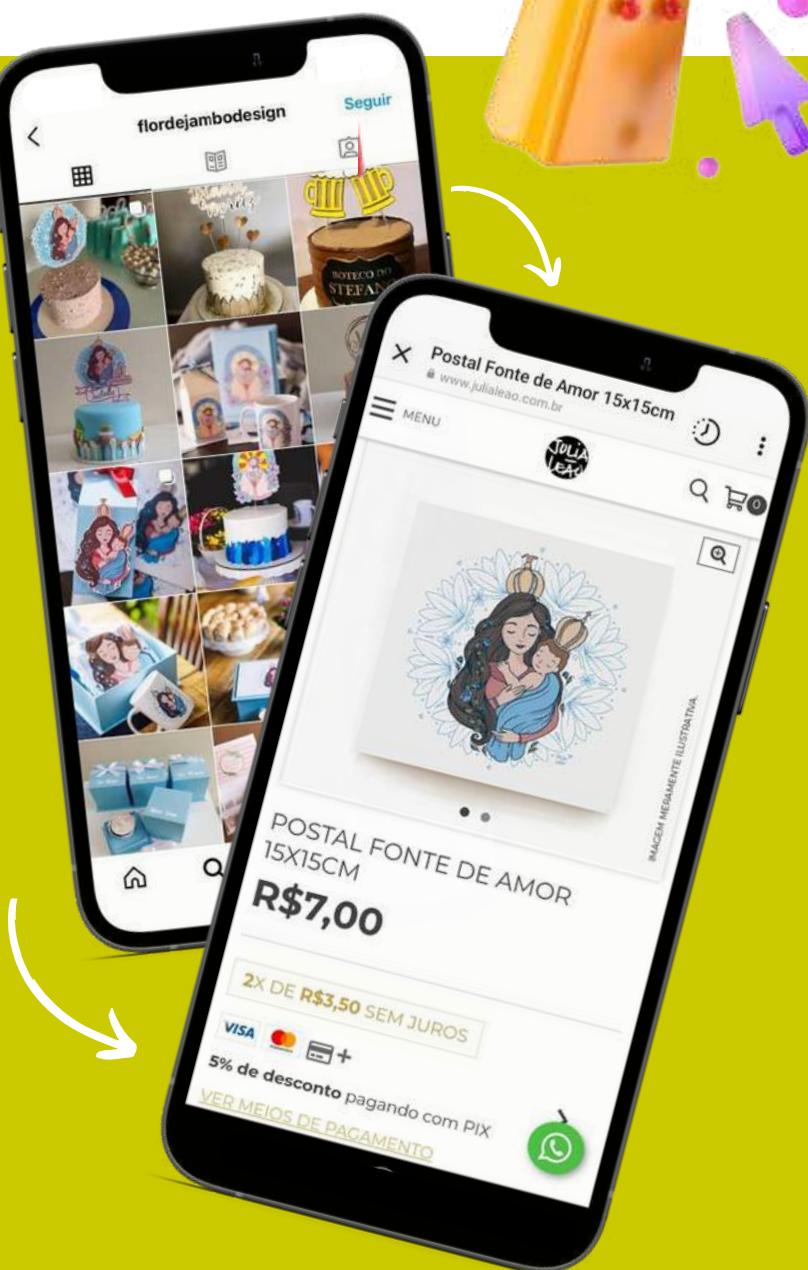
São lojas virtuais, diferentemente dos marketplaces, onde você cria uma loja própria customizada com a identidade visual da sua empresa. A loja virtual pode facilitar a compra, com diversas formas de pagamento e entrega disponíveis. Algumas das plataformas mais conhecidas de e-commerce são a [Loja Integrada](#),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



Case Círio de Nazaré:

Julia Leão + Flor de Jambo Design

No Círio de Nazaré, a empresa de personalizados Flor de Jambo Design, em parceria com a artista Julia Leão criou uma campanha para os fiéis que queriam presentear alguém especial e iriam celebrar a data em suas casas, durante a pandemia. Na campanha, os produtos poderiam ser encomendados por direct message no Instagram e por Whatsapp. Além disso, algumas peças poderiam ser obtidas diretamente no site da artista.

Prepare sua equipe para o atendimento

Atendimento ao cliente é todo o suporte que você oferece aos seus clientes, seja antes, durante ou depois da compra, e que os ajuda a ter uma excelente experiência com a sua empresa. Assim, sua equipe de vendedores precisa estar preparada para oferecer um atendimento diferenciado em épocas sazonais (Listenx.com.br. 2016).

Um atendimento de excelência, tanto presencialmente como digitalmente, é crucial para que seus clientes se sintam bem-vindos e desejem comprar mais vezes do seu negócio.

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

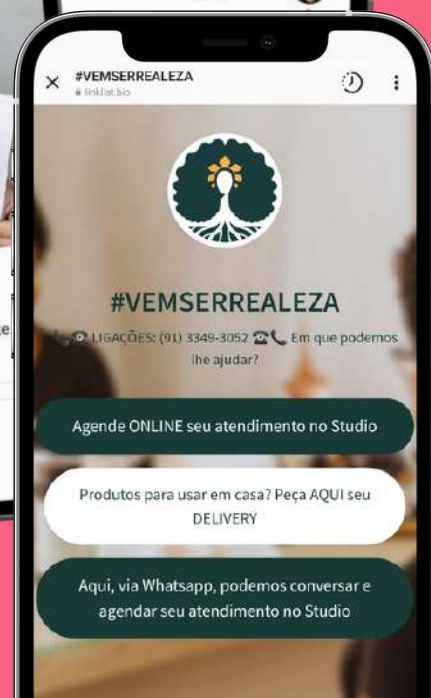
Apesar de tradicional, o telefone ainda é uma opção indispensável às empresas. Este é um canal muito utilizado por empresas que oferecem serviços de delivery e para resolução rápida de problemas





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 Dias das Crianças: Realeza dos Cachos

O Studio de beleza Realeza dos Cachos em Belém oferece diversos canais de atendimento online para seus clientes. Mostrando como os valorizam, no dia das crianças de 2020, o Studio realizou a ação #RealezaKids, contando com o apoio de profissionais como a expert em cachos e pedagoga [@keilagamhair](#) para cuidar dos cachos e autoestima dos pequenos

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](#)



Case Páscoa: Chicorita Fit

A doceria Chicorita Fit, especializada em delícias sem glúten, sem leite e veganas, criou uma bela campanha de páscoa em 2021. Para isso, a empresa teve que se preparar com dois meses de antecedência para pedir sua matéria-prima e embalagem de fornecedores confiáveis e entregá-las a tempo para seus clientes.





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 Carnaval: Ilustralle

Com o carnaval em pandemia, a papelaria Ilustralle decidiu oferecer uma promoção para aqueles que passariam o carnaval de 2021 trabalhando em casa, oferecendo descontos no valor do frete e também no pagamento de encomendas via Pix. A empresa também sempre compartilha com seu público um pouco do seu dia-a-dia no estoque e preparação de encomendas.



5

Planeje sua **comunicação e Marketing**

Qual é a hora certa de começar as campanhas de Dia dos Namorados? Um levantamento da Social Miner (2021) 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.



Deixe os produtos em evidência em sua loja

A promoção precisa ser bem exposta em seu estabelecimento físico, para que as pessoas que estiverem no local saibam que terão benefícios ou descontos ao comprar um determinado produto. Utilizar etiquetas que destaquem o preço com desconto e o preço original são uma ideia interessante para chamar a atenção dos clientes. Outra ação que pode ser realizada são as técnicas de vitrinismo, com adesivos ou cartazes colados em sua vitrine ou fachada para chamar a atenção das pessoas que passam pela rua.



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.



Aposte no poder de comunidades das redes sociais

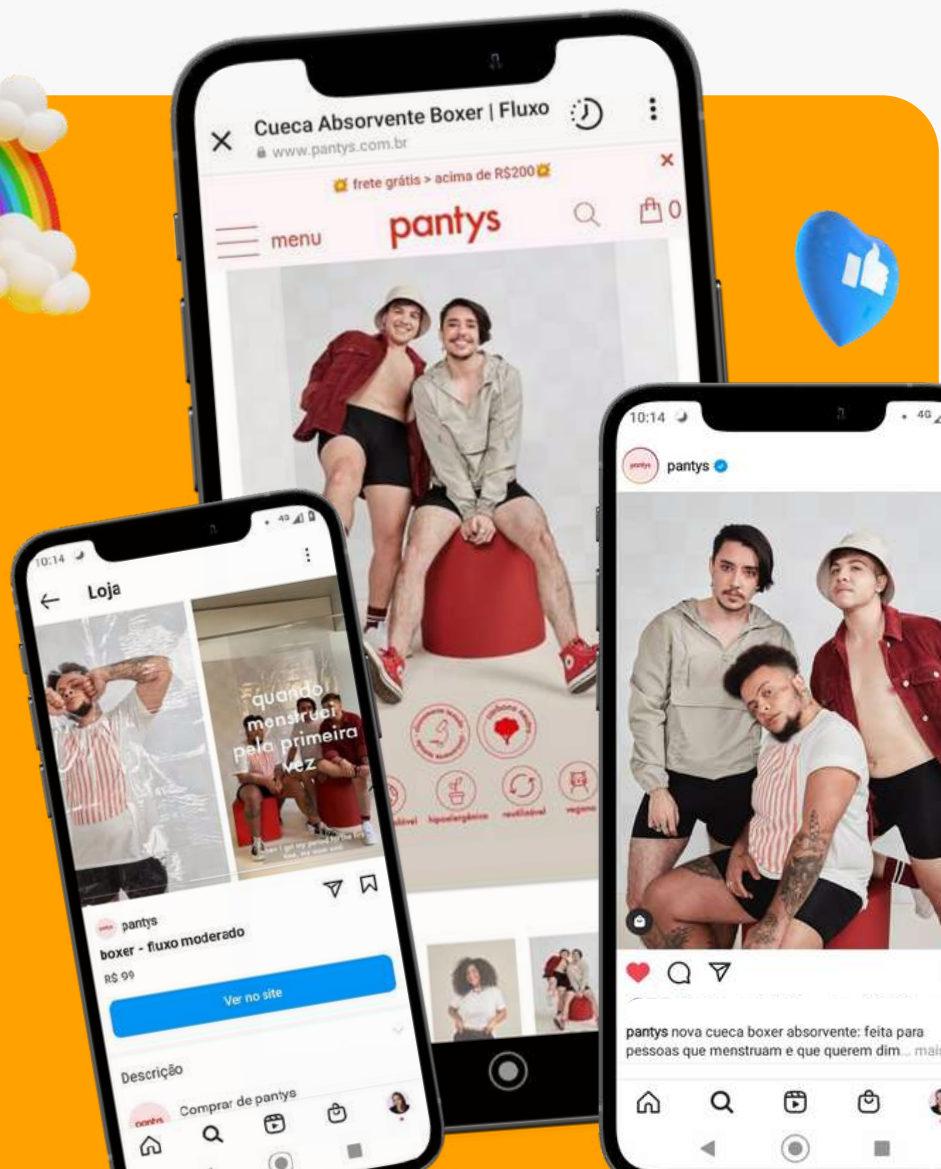
Vale sempre lembrar: é muito difícil ter um negócio de sucesso nos dias atuais sem uma presença online nas redes sociais. Por isso, invista em ao menos uma das redes mais utilizadas pelo seu público: crie postagens atrativas e consistentes e interaja com seu público nos stories. Comunidades engajadas podem ser grandes forças para o crescimento da sua marca





Case Dia do Orgulho LGBTQ+:

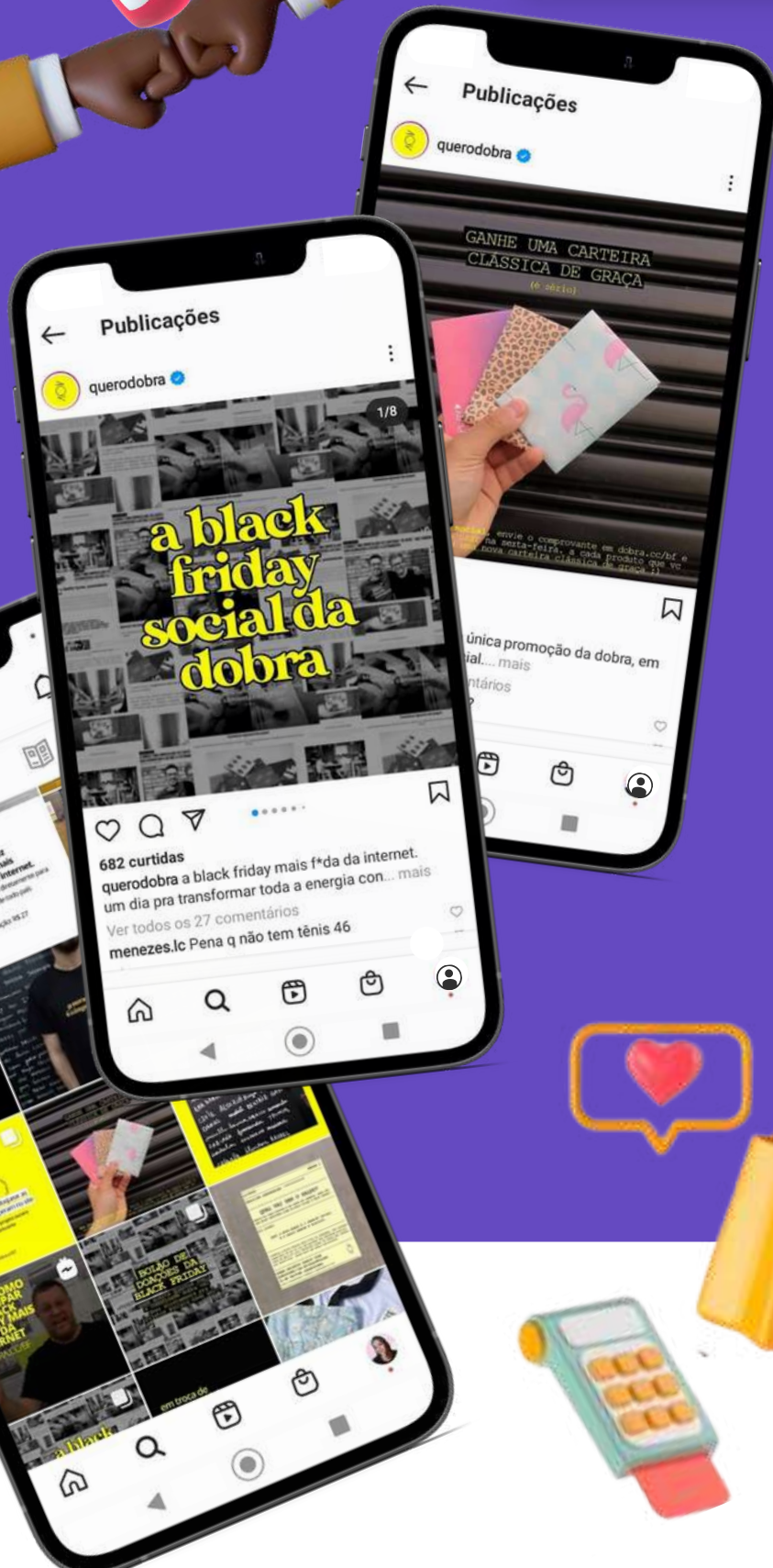
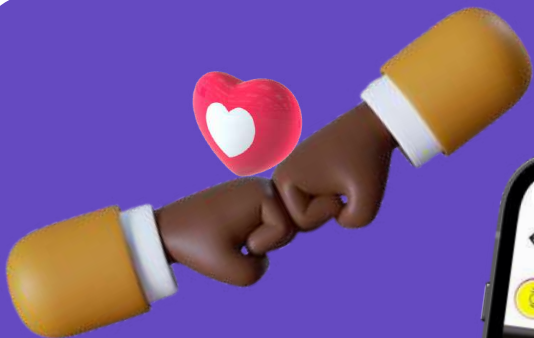
Pantys

A empresa de lingerie absorventes, Pantys, criou uma campanha de marketing impactante para o mês do Orgulho LGBTQ+, com o lançamento da sua cueca boxer absorvente para pessoas que menstruam. Na campanha, feita em suas redes sociais, a marca apostou em modelos homens trans, fortalecendo o vínculo com um público muitas vezes ignorado, porém fortemente engajado.



 **Clique aqui** e descubra como turbinar suas vendas!

 **Clique aqui** e descubra os maiores segredos por trás de um Instagram Vendedor. ✓✓



Case Black Friday: Dobra

A empresa de lingerie absorventes, Pantys, criou uma campanha de marketing impactante para o mês do Orgulho LGBTQ+, com o lançamento da sua cueca boxer absorvente para pessoas que menstruam. Na campanha, feita em suas redes sociais, a marca apostou em modelos homens trans, fortalecendo o vínculo com um público muitas vezes ignorado, porém fortemente engajado.



6

Não esqueça do Pós-venda



Pós-venda é um conjunto de estratégias voltadas ao cliente depois que ele realiza uma compra. Um bom pós-venda é uma excelente estratégia para a fidelização do seu cliente, além de ser uma saída mais barata para garantir futuras vendas.

Ao investir em estratégias de pós-venda, você irá conquistar promotores da marca, que vão ser responsáveis por atrair novos consumidores. A seguir, veremos diferentes ações para fidelizar seus clientes após a venda:



Peça feedbacks sinceros de seus clientes

Pergunte ao cliente como ele está, se está precisando de alguma coisa ou se o produto adquirido atendeu às suas expectativas. Para isso, siga um bom script de vendas para colher um feedback proveitoso, com perguntas pré-definidas. Peça que ele avalie com notas, entre ruim e ótimo, sobre a satisfação quanto ao seu serviço. Ou ainda, pergunte, de 0 a 10, o quanto ele recomendaria a sua empresa para outras pessoas.



Esteja disponível para resolver problemas

Nunca esteja ocupado demais para atender seu cliente. É com você que ele conta para resolver os problemas dele de maneira rápida e eficiente. Portanto, seja ágil para resolver problemas e assim seu cliente não se sentirá decepcionado com sua marca.



Dê descontos e aposte em programas de fidelidade

Já que o cliente escolheu a sua marca para efetuar uma ou mais compras, por que não agradá-lo com descontos para a próxima rodada? Não deixe de oferecer a ele ofertas exclusivas para estimulá-los a comprar ainda mais. A essa altura, ele já mostrou que é fiel à sua empresa, e não espera nada menos do que ser valorizado.





Case Natal: Coisas Di Criança

A loja Coisas di Criança, de Castanhal-PA, realizou uma campanha de natal em 2020 que além de divulgar as melhores opções de presentes, também realizou promoções em compras acima de um valor fixo e compartilhou a satisfação e o feedback positivo de seus clientes em seus stories nas redes sociais.



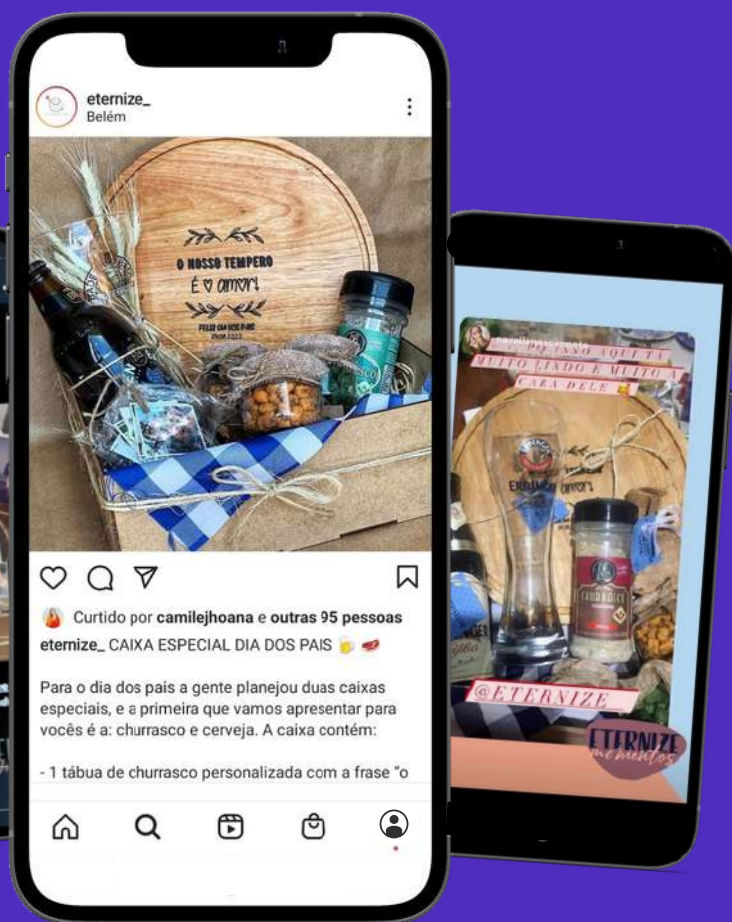
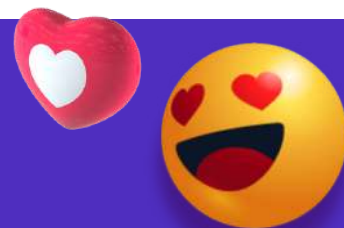
Aposte no Overdelivery

Overdelivery é quando você entrega um valor maior do que seu cliente esperava receber de seu produto ou serviço e o surpreende. Algumas formas de fazer isso são: escrever um pequeno bilhete à mão e enviá-lo junto do pedido, enviar pequenos brindes com a compra ou realizar um serviço extra.



Compartilhe e agradeça feedbacks positivos

Quando um cliente se sente satisfeito com sua entrega e compartilha isso com você, seja através de sua própria rede social ou de feedbacks em seus canais de atendimento, não deixe de compartilhar estes feedbacks em suas redes sociais! Assim, você divulga sua marca através de opiniões reais e também pode agradecer aos clientes fiéis.



Case Dia dos Pais: 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.

Montando seu plano de ação

Siga os passos previstos neste material para preparar o seu negócio para qualquer data comemorativa. Busque fazer um planejamento antecipado para conhecer as tendências de mercado e assim decidir os produtos que você irá destacar nessa campanha. Descubra também quais canais de comunicação e venda são mais assertivos para chegar até seu público. E nunca se esqueça do poder do pós-venda a fim de fidelizar e engajar mais o seu cliente.



A seguir, você encontrará um calendário completo com as datas comemorativas mais importantes para empreendedores de diversos segmentos. Ao escolher as datas certas e focar nas que realmente importam para a sua marca, você fortalecerá o vínculo com o público certo e trará um bom retorno para o seu negócio.

Escolha com sabedoria e boas vendas!



Calendário de datas comemorativas para seu negócio

A escolha de datas comemorativas certas para o seu negócio pode fazer toda a diferença no seu faturamento. Por isso, este calendário trará as datas mais conhecidas e as melhores ideias sobre como aproveitar cada mês, para ter bons resultados.

Comece por aqui!

Veja o calendário completo e selecione as datas mais relevantes para o seu negócio. Observe e escolha:

1

Aquelas em que fazem sentido realizar campanhas de marketing e vendas

2

Aquelas que não terão campanhas, mas valem ser mencionadas ou homenageadas pela sua marca.

3

Aquelas que “passarão em branco”

A escolha é difícil, mas ajudará você a intensificar esforços no que vale realmente a pena.

Lembre-se de datas específicas do seu nicho de mercado, mesmo que não sejam tão conhecidas do público geral, por exemplo: Dia 8 de janeiro é dia do Fotógrafo e pode ser muito útil para o nicho de mercado de artistas, eventos, e profissionais da fotografia.

Prepare suas campanhas com antecedência - assim você poderá conseguir bons fornecedores e preparar seu público para a data. Vamos nessa!

Janeiro

D	S	T	Q	Q	S	S
		01	02	03	04	05
06	07	08	09	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26

Datas importantes

01 Ano-Novo

04 Dia Mundial do Braille

07 Dia do leitor

08 Dia do fotógrafo

12 Aniversário de Belém

18 Dia da esteticista e da manicure

19 Dia do cabeleireiro

Estratégias para Janeiro

No início do ano, as pessoas costumam se planejar para adotar novos hábitos e, possivelmente, isso pode beneficiar o seu nicho. Se você vende itens de organização, decoração, alimentação e até moda, aproveite o início do ano para destacar as soluções que seus produtos oferecem.

Além disso, Janeiro é um mês onde **muitos saem de férias** e também é uma grande oportunidade para negócios que vendem materiais escolares, bebidas e itens para viagem.



Importante: use o mês de Janeiro para ajustar detalhes na sua marca, fazer as mudanças de branding que tiver planejado para o ano e planejar a sua campanha de vendas para o Carnaval.

Confira o Calendário sazonal de **Todas as Datas** Comemorativas do ano **Clique aqui**



Fevereiro

D	S	T	Q	Q	S	S
					01	02
03	04	05	06	07	08	09
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		

Datas importantes

10

Dia do Atleta Profissional

16

Carnaval
(40 dias antes da páscoa)

11

Dia das Mulheres e Meninas na Ciência

19

Dia do Esportista

12

Dia Mundial do Rádio

Obs: O carnaval varia sua data de acordo com o ano.

Estratégias para Fevereiro

Fevereiro traz datas importantes para quem é do nicho de esporte e cuidados com o corpo e pode ser muito útil para marcas de beleza, tratamentos e produtos esportivos.

Além disso, esse mês tradicionalmente é movimentado pelo Carnaval, que tem sido impactado pela pandemia do Covid-19. Dessa forma, então use a sua criatividade para a sua marca não passar em branco nesta data..



Importante: Aproveite fevereiro para organizar as promoções de Março, já que é um mês de bastante movimento para negócios pelo Dia do Consumidor.



Março

D	S	T	Q	Q	S	S
	01	02	03	04	05	06
07	08	09	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Datas importantes

01

Dia do Turismo Ecológico

19

Dia Nacional do Artesão

08

Dia Internacional da Mulher

20

Dia Mundial sem Carne

15

Dia do Consumidor

21

Dia Internacional Contra a Discriminação Racial

Estratégias para Março

Em Março, você pode aproveitar o Dia das Mulheres para fazer campanhas exclusivas para as suas clientes, com cupons de desconto ou até mesmo com uma comunicação bem legal reconhecendo a importância delas e da data.

No Dia do Consumidor, é tradicional oferecer promoções ou liquidações, mas avalie qual é a melhor maneira de conduzir a sua estratégia. O indispensável é o relacionamento com todos os seus clientes na data.

Importante: a Páscoa é no início do mês de Abril. Prepare estoque e sua divulgação.



Abril

D	S	T	Q	Q	S	S
				01	02	03
04	05	06	07	08	09	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

Datas importantes

- 01 Dia da mentira
- 04 **Páscoa**
(varia de acordo com o ano, definida pelo Vaticano)
- 07 Dia Mundial da Saúde
- 18 Dia do Amigo
- 20 Dia Internacional da Dança
- 22 Dia da Terra

Obs: No fim de Abril, as lojas online costumam fazer o Dia do Frete Grátis

Estratégias para Abril

Abril é um excelente momento para vendas na Páscoa. Até para quem não vende itens de alimentação, é possível oferecer um brinde nos pedidos ou as compras-surpresa (quando o cliente compra um pacote em um valor fixo sem escolher os itens que virão dentro dele).

Se o seu nicho não se relaciona com o Dia da Terra, você ainda pode aproveitar a data para compartilhar com seus clientes como você e o seu negócio contribuem para reduzir o impacto ambiental.



Importante: no final de Abril, as lojas online costumam realizar o Dia do Frete Grátis. Aproveite a data para incentivar a compra de presentes para o **Dia das Mães antecipado**.



Maio

D	S	T	Q	Q	S	S
						01
02	03	04	05	06	07	08
09	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Datas importantes

- 01 Dia do trabalho
- 04 Dia de Star Wars
- 09 **Dia das Mães**
(2º domingo de maio)
- 25 Dia do Orgulho Geek
- 25 Dia da Costureira
- 28 Dia do Hambúrguer

Obs: O dia das mães varia sua data de acordo com o ano.

Estratégias para Maio

Maio é o mês de reforçar a atenção no relacionamento com o cliente. Além do Dia das Mães, você deve aproveitar o Dia do Trabalho para cumprimentar os seus clientes e, se possível, oferecer um cupom ou brinde para quem comprar na data.

Além disso, o mês de maio é marcado por feriados para os geeks e nerds como o dia 4 - Dia de Star Wars (May the Fourth) e o dia do orgulho geek/nerd (25), muito utilizado em negócios que atendem esse público-alvo.

Importante: Aproveite para planejar sua campanha do dia dos namorados com antecedência e a oferecer produtos de forma antecipada.



Junho

D	S	T	Q	Q	S	S
		01	02	03	04	05
06	07	08	09	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Datas importantes

01

Semana do Meio Ambiente

24

São João

12

Dia dos Namorados

28

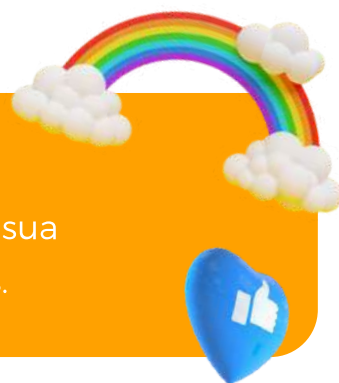
Dia Internacional do Orgulho LGBTQIA+

Obs: Mês de festejos juninos

Estratégias para Junho

Junho traz o mês dos namorados e, por isso, prepare-se para pedidos de última hora. Reforce seu atendimento para tirar dúvidas e divulgue a possibilidade do envio de mensagens junto com o presente. Os festejos juninos também se fazem presente ao longo do mês inteiro, sendo uma grande oportunidade para negócios nas áreas de alimentos e decoração.

Importante: Junho é o mês do Orgulho LGBTQIA+. Você pode usar a data para deixar claro o posicionamento da sua marca com publicações nas redes sociais durante o mês.



Julho

D	S	T	Q	Q	S	S
				01	02	03
04	05	06	07	08	09	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Datas importantes

07 Dia Mundial do Chocolate

19 Dia Nacional do Futebol

10 Dia da Pizza

20 Dia do Amigo

13 Dia Mundial do Rock

26 Dia dos Avós

Estratégias para Julho

Julho é um mês que muitas pessoas consideram de baixo movimento, mas você pode vender mais lembrando seus clientes do Dia dos Avós e do Dia dos Amigos.

Além disso, é época de férias escolares e muitas pessoas fazem compras antes de viajar, aproveite a oportunidade!

Importante: não se esqueça de preparar a sua campanha para o Dia dos Pais.



Agosto

D	S	T	Q	Q	S	S
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
28	29	30	31			

Datas importantes

08 Dia dos Pais
(2º domingo de Agosto)

15 Dia dos Solteiros

11 Dia do Estudante

Estratégias para Agosto

Com o Dia dos Pais, você pode convidar seus clientes a compartilharem fotos com seus pais dividindo uma lembrança legal. Esse é um bom momento para condições especiais de frete e descontos.

Agosto é um mês tradicional por vendas ao estilo de Compre 4, Leve 5. Essa estratégia pode ser aproveitada no Dia do Estudante.

Para o Dia dos Solteiros, invista nas interações com a sua base de clientes com cupons e publicações nas redes sociais.

Importante: prepare-se para o Dia do Cliente em Setembro.



Setembro

D	S	T	Q	Q	S	S
			01	02	03	04
05	06	07	08	09	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Datas importantes

07 Dia da Independência do Brasil

15 Dia do Cliente

10 Dia Mundial de Prevenção ao Suicídio

Obs: No início do mês, as lojas online participam da Semana do Brasil.

Estratégias para Setembro

Em Setembro, o mês é um pouco mais agitado. Temos a Semana do Brasil, quando as lojas oferecem descontos e vantagens. Essa é uma ótima oportunidade de fazer remarketing com clientes inativos para continuar uma estratégia de Dia do Cliente.

Setembro também é reconhecido como Setembro amarelo - o mês da conscientização sobre o suicídio e muitas empresas fazem ações de conscientização para seus públicos.

No dia 15 o dia do cliente é um dia para fazer promoções e homenagear clientes especiais.

Importante: você já pode começar a planejar sua campanha para o Círio de Nazaré e para a Black Friday.



Outubro

D	S	T	Q	Q	S	S
					01	02
03	04	05	06	07	08	09
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Datas importantes

- | | | | |
|----|---|----|------------------|
| 01 | Dia Internacional da Música | 12 | Dia das Crianças |
| 04 | Dia dos Animais | 15 | Dia do Professor |
| 10 | Círio de Nazaré (2º domingo de Outubro) | 31 | Halloween |

Obs: O Círio varia sua data de acordo com o ano.

Estratégias para Outubro

Em Outubro, o Dia das Crianças e o Halloween pode movimentar não apenas lojas do nicho infantil. Você pode usar a data para se relacionar com clientes que gostam dos seus produtos há bastante tempo. Será que seus clientes têm uma foto de quando eram crianças e já gostavam de fantasias e coisas divertidas?

Esse mês também traz o Círio de Nazaré no segundo domingo de Outubro e pode ser uma grande oportunidade para negócios que podem promover uma celebração em casa mais confortável e agradável na pandemia.



Importante: esse é o momento de definir todos os pontos da sua estratégia de Black Friday.



Novembro

D	S	T	Q	Q	S	S
	01	02	03	04	05	06
07	08	09	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Datas importantes

19 Dia do Empreendedorismo Feminino

26 Black Friday (Última sexta-feira de Novembro)

20 Dia Nacional da Consciência Negra

29 Cyber Monday (Varia de acordo com o ano)

Obs: A Black Friday e Cyber Monday variam de acordo com o dia de Ação de Graças Americano.

Estratégias para Novembro

Novembro chega com o desafio de aproveitar bem o mês de maior força para o e-commerce para vender mais com a sua marca e alcançar novos clientes com a Black Friday e Cyber Monday.

Não conte apenas com a sua margem de desconto para isso: invista em brindes e kits e nas estratégias de relacionamento ao longo do mês. Capriche na experiência de compra do seu cliente para encantá-lo.

Importante: Aproveite o mês de novembro inteiro como potencial mês de promoções com ações como Black week e Black Novembro



Dezembro

D	S	T	Q	Q	S	S
			01	02	03	04
05	06	07	08	09	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Datas importantes

03 Dia Internacional da Pessoa com Deficiência

25 Natal

20 Dia da Família

31 Reveillón

Estratégias para Dezembro

Em Dezembro, divulgue os seus produtos pensando em quais são mais indicados para amigos e colegas, preparativos para o Ano Novo e, é claro, presentes de Natal.

Aproveite para fazer promoções para as confraternizações com amigos e reuniões familiares.

Importante: não se esqueça de enviar uma mensagem carinhosa aos seus clientes por apoiarem a sua marca nesse ano.



Referências Bibliográficas

Amazon.com.br . n.d. [online] Available at: <<https://www.amazon.com.br/>> [Accessed 1 July 2021].

Amazoniamarket.com.br . n.d. [online] Available at: <<https://amazoniamarket.com.br/>> [Accessed 1 July 2021].

Americanas.com . n.d. [online] Available at: <<https://www.americanas.com.br/>> [Accessed 1 July 2021].

Bring Marketing House. 2020. Como identificar tendências de mercado: o guia completo. [online] Available at: <<https://www.bring.ag/blog/como-identificar-tendencias-de-mercado-o-guia-completo/>> [Accessed 1 July 2021].

Calendarr. 2021. Datas Comemorativas 2021. [online] Available at: <<https://www.calendarr.com/brasil/datas-comemorativas-2021/>> [Accessed 29 June 2021].

Chevalier, S., 2021. Black Friday in Brazil: e-commerce sales revenue 2020 | Statista. [online] Statista. Available at: <<https://www.statista.com/statistics/779332/black-friday-e-commerce-sales-revenue-brazil/>> [Accessed 1 July 2021].

Chevalier, S., 2021. Black Week in Brazil: average ticket 2020 | Statista. [online] Statista. Available at: <<https://www.statista.com/statistics/941733/black-week-e-commerce-sales-value-checkout-brazil/>> [Accessed 1 July 2021].

Chicorita Fit. n. d. Instagram. [online] Available at: <<https://www.instagram.com/chicoritafit/>> [Accessed 30 June 2021].

Cipó Velas e Aromas. n. d. Instagram. [online] Available at: <<https://www.instagram.com/cipovelas/>> [Accessed 30 June 2021].

Coelho, L., 2019. Círio deve injetar R\$ 1 bilhão na economia paraense. [online] Agência Pará de Notícias. Available at: <<https://agenciapara.com.br/noticia/15374/#:~:text=Foto%3A%20Marco%20Nascimento%20%2F%20Ag.,para%20as%20prociss%C3%B5es%20deste%20ano>> [Accessed 1 July 2021].

Coisas di Criança. n. d. Instagram. [online] Available at: <<https://www.instagram.com/coisasdicrianca.com.br/>> [Accessed 30 June 2021].

Craig Shearman, J., 2021. NRF says 2020 holiday sales grew 8.3 percent despite pandemic. [online] NRF. Available at: <<https://nrf.com/media-center/press-releases/nrf-says-2020-holiday-sales-grew-83-percent-despite-pandemic>> [Accessed 30 June 2021].

Dobra. n. d. Instagram. [online] Available at: <<https://www.instagram.com/querodobra/>> [Accessed 30 June 2021].

Estúdio Helô Ilustra. n. d. Instagram. [online] Available at: <https://www.instagram.com/heloilustra_/> [Accessed 30 June 2021].

Eternize. n. d. Instagram. [online] Available at: <https://www.instagram.com/eternize_/> [Accessed 30 June 2021].

Facebook. n.d. Facebook – log in or sign up. [online] Available at: <<https://pt-br.facebook.com/>> [Accessed 30 June 2021].

Firmino, M., 2021. Dicas para construir uma campanha de cupons de desconto bem-sucedida. [online] Nuvemshop.com.br. Available at: <<https://www.nuvemshop.com.br/blog/dicas-para-criar-campanha-de-cupons-de-desconto/>> [Accessed 1 July 2021].

Flor de Jambo. n. d. Instagram. [online] Available at: <<https://www.instagram.com/flordejambodesign/>> [Accessed 30 June 2021].

Folador, M., 2020. Como potencializar resultados com vendas sazonais. [online] Resultados Digitais. Available at: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/vendas-sazonais/#:~:text=A%20sazonalidade%20em%20vendas%20acontece,ou%20o%20hor%C3%A1rio%20do%20dia>> [Accessed 1 July 2021].

Fonseca, L., 2017. O que é omnichannel: entenda o poder dessa estratégia!. [online] Rock Content - BR. Available at: <<https://rockcontent.com/br/blog/omnichannel/#:~:text=Omnichannel%20%C3%A9%20uma%20estrat%C3%A9gia%20de,do%20virtual%20e%20do%20f%C3%ADsico>> [Accessed 30 June 2021].

Gama Marketing. 2021. WhatsApp como canal de vendas do seu negócios. [online] Available at: <<https://gama.etc.br/2020/06/24/whatsapp-como-canal-de-vendas-do-seu-negocio/>> [Accessed 30 June 2021].

Ilustralle. n. d. Instagram. [online] Available at: <<https://www.instagram.com/ilustralle/>> [Accessed 30 June 2021].

Instagram. n.d. Instagram. [online] Available at: <<https://www.instagram.com/>> [Accessed 30 June 2021].

Listenx.com.br. 2016. Experiência do cliente: Como usar músicas em época sazonal?. [online] Available at: <<https://listenx.com.br/blog/experiencia-do-cliente-como-usar-musicas-em-epoca-sazonal/>> [Accessed 30 June 2021].

Lojaintegrada.com.br. n.d. [online] Available at: <<https://lojaintegrada.com.br/>> [Accessed 1 July 2021].

Marcelino Tábuas & Antepastos. n. d. Instagram. [online] Available at: <<https://www.instagram.com/marcelinoantepastos/>> [Accessed 30 June 2021].

Marques Drinks e Eventos. n. d. Instagram. [online] Available at: <<https://www.instagram.com/marquesdrinks/>> [Accessed 30 June 2021].

Mercadolivre.com.br. n.d. [online] Available at: <<https://www.mercadolivre.com.br/>> [Accessed 1 July 2021].

Mundo do Marketing - Você conectado com o mercado. 2021. Potencial do Dia das Mães 2021 para o varejo - Mundo do Marketing. [online] Available at: <<https://www.mundodomarketing.com.br/ultimas-noticias/39177/potencial-do-dia-das-maes-2021-para-o-varejo.html>> [Accessed 1 July 2021].

Neil Patel. n.d. Marketing de Defensores: Como Fazer Seus Clientes Venderem por Você. [online] Available at: <<https://neilpatel.com/br/blog/marketing-de-defensores/>> [Accessed 1 July 2021].

Neogrid.com. 2017. Blog Neogrid: Planejamento de vendas e operações: o primeiro passo para atender o consumidor final. [online] Available at: <<https://neogrid.com/br/blog/planejamento-de-vendas-e-operacoes-o-primeiro-passo-para-atender-o-consumidor-final>> [Accessed 29 June 2021].

Nuvemshop.com.br . n.d. [online] Available at: <<https://www.nuvemshop.com.br/>> [Accessed 1 July 2021].

O Liberal. 2020. Guarda do Círio inicia venda de kits para unir devotos da Nossa Senhora de Nazaré. [online] Available at: <<https://www.oliberal.com/belem/guarda-do-cirio-inicia-venda-de-kits-para-unir-devotos-da-nossa-senhora-de-nazare-1.306159>> [Accessed 1 July 2021].

Pantys. n. d. Instagram. [online] Available at: <<https://www.instagram.com/pantys/>> [Accessed 30 June 2021].

Parceira de Negócios TIM. 2020. Black Friday 2020: como se preparar para vender mais - Parceira de Negócios TIM. [online] Available at: <https://parceiradenegocios.tim.com.br/artigo/black-friday-como-se-preparar-para-vender-mais/?utm_source=infobase-parceiradenegocios&utm_medium=referral&utm_campaign=black-friday-como-se-preparar-para-vender-mais&utm_term=como-se-preparar-para-as-datas-comemorativas-de-fim-de-ano-no-seu-negocios&utm_content=inicio-do-texto> [Accessed 2 July 2021].

Parceira de Negócios TIM. 2020. Como aproveitar o Cyber Monday para vender mais - Parceira de Negócios TIM. [online] Available at: <https://parceiradenegocios.tim.com.br/artigo/cyber-monday/?utm_source=infobase-parceiradenegocios&utm_medium=referral&utm_campaign=cyber-monday&utm_term=como-se-preparar-para-as-datas-comemorativas-de-fim-de-ano-no-seu-negocios&utm_content=inicio-do-texto> [Accessed 2 July 2021].

Pariz, T. and Bicca, A., 2020. E-COMMERCE NO BRASIL CRESCE 47% NO PRIMEIRO SEMESTRE, MAIOR ALTA EM 20 ANOS. [online] Static.poder360.com.br. Available at: <<https://static.poder360.com.br/2020/08/EBIT-ecommerce-Brasil-1semestre2020.pdf>> [Accessed 2 July 2021].

Pinto, E., 2020. Almoço do Círio será intimista e seguro. [online] O Liberal. Available at: <<https://www.oliberal.com/cirio/almoco-do-cirio-sera-intimista-e-seguro-1.313863>> [Accessed 1 July 2021].

Realeza dos Cachos. n. d. Instagram. [online] Available at: <<https://www.instagram.com/realezadoscachosbelem/>> [Accessed 30 June 2021].

Santos, N., 2019. Tudo que você precisa saber para ter uma campanha de varejo de sucesso. [online] Listenx.com.br. Available at: <<https://listenx.com.br/blog/campanha-varejo/>> [Accessed 29 June 2021].

Santos, N., 2020. Como vender mais e melhor no varejo. [online] Listenx.com.br. Available at: <<https://listenx.com.br/blog/7-taticas-infalveis-para-vender-mais-no-varejo/>> [Accessed 29 June 2021].

ViSantos, N., 2020. Layout de Loja: Descubra como montar o melhor. [online] Listenx.com.br. Available at: <<https://listenx.com.br/blog/layout-de-loja-por-que-ele-e-determinante/>> [Accessed 30 June 2021].

Shopify.com.br . n.d. [online] Available at: <<https://www.shopify.com.br/>> [Accessed 1 July 2021].

Sebrae.com.br. n.d. Como comprar bem e de bons fornecedores - Sebrae. [online] Available at: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/como-comprar-bem-e-de-bons-fornecedores,0101b8a6a28bb610VgnVCM1000004c00210aRCRD>> [Accessed 29 June 2021].

Sebrae Respostas. n.d. Como Montar Uma Logística De Entregas Do Seu Delivery? - Sebrae Respostas. [online] Available at: <<https://respostas.sebrae.com.br/como-montar-uma-logistica-de-entregas-do-seu-delivery/>> [Accessed 1 July 2021].

Social Miner. 2021. Pesquisa Dia dos Namorados 2021 - Social Miner. Available at: <https://conteudo.socialminer.com/relatoria-dia-dos-namorados-2020?utm_source=send4&utm_medium=comarketing&utm_campaign=relatorio-dia-dos-namorados-2020>

Tendencias.mercadolivre.com.br. n.d. Tendências - Palavras mais buscadas no Mercado Livre. [online] Available at: <<https://tendencias.mercadolivre.com.br/>> [Accessed 1 July 2021].

Think with Google. n.d. Mudança de comportamento: Maiores categorias no varejo - Think with Google. [online] Available at: <<https://www.thinkwithgoogle.com/feature/category-trends/br/month/pt>> [Accessed 1 July 2021].

Vtex.com. n.d. [online] Available at: <<https://vtex.com/br-pt/>> [Accessed 1 July 2021].

