

Boletim de Mercado

Dia das Mães 2022





Boletim de Mercado

Dia das Mães 2022

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

João Luiz Martins da Cruz - Especialista em crescimento de negócios

Marília Leal da Cunha - Consultora de Experiência do Cliente / UX Designer

Gabriel Villar Pantoja - Especialista em Transformação Digital

Isabel Cruz - Especialista em sustentabilidade de negócios

EDITORAÇÃO E PROJETO GRÁFICO

Marília Leal da Cunha - Consultora de Experiência do Cliente/ UX Designer

REVISÃO DE CONTEÚDO

Marília Leal da Cunha - Consultora de Experiência do Cliente/ UX Designer

João Luiz Martins da Cruz - Especialista em crescimento de negócios

Introdução

Expectativas otimistas para o Dia das mães **2022**

Um dia propício para presentear alguém que nos transmite amor, carinho e companheirismo. Estamos falando do Dia das Mães, que esse ano será celebrado no dia 08 de maio, e em questões de vendas promete, já que em 2021 alcançou um faturamento 14% maior que o período anterior [10]. Para 2022 traz grandes expectativas nas vendas.

Segundo uma pesquisa da All iN, Social Miner e Opinion Box [12], que ouviu 1335 brasileiros a respeito de suas intenções de compra para o dia das mães 2022:



76% dos consumidores tem intenção de comprar na data e 13% ainda está na dúvida;



49% dos consumidores irão pesquisar opções de presentes tanto online quanto nas lojas físicas*;



73% dos consumidores afirma que irá pesquisar por descontos até 2 semanas antes do evento;



33% irá presentear apenas a mãe; 9% irão presentear outras pessoas entre R\$51 e R\$100;

*dados referentes aos 89% que pretendem ou ainda não sabem se vão presentear na data [12]

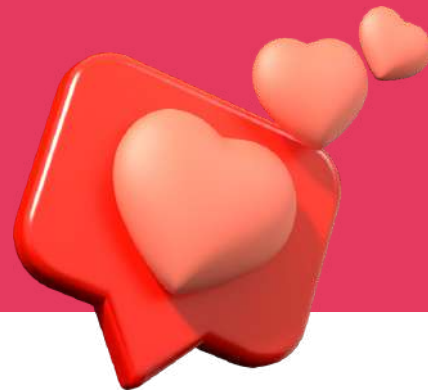
A partir dessas informações e outras compartilhadas no conteúdo deste material, esperamos que este boletim oriente você a aproveitar esta data tão especial no coração dos brasileiros para realizar as melhores vendas no seu negócio!

E para todas as mães empreendedoras que estão lendo este conteúdo, nossa estima e felicitações antecipadas.

Boa leitura!



Sumário



| | |
|--|-----------|
| Introdução: Expectativas otimistas para o Dia das Mães 2022 | 3 |
| Capítulo 1: Retrospectiva do Dia das Mães 2021 | 5 |
| Capítulo 2: Previsões do Dia das Mães para 2022 | 7 |
| Dia das mães no Pará: negócios impactados na data | 11 |
| Dia das mães no Pará: oportunidades | 14 |
| Capítulo 3: Tendências para o Dia das mães 2022 | 15 |
| Diversidade: Mãe não é tudo Igual | 16 |
| Vendas através de plataformas digitais | 16 |
| Foco na Experiência do Cliente | 16 |
| Capítulo 4: Oportunidades Para Alavancar o Seu Negócio | 17 |
| 1 - Entenda o (novo) perfil do seu cliente | 17 |
| Case: Restaurante Casa Mia | 18 |
| 2 - Digitalize seu negócio | 19 |
| Case: Vai menina! | 20 |
| 3 - Busque parceiros-chave para o seu negócio | 21 |
| Case: MLX Uniformes | 23 |
| Conclusão | 24 |
| Referências | 25 |



CAPÍTULO 1

Retrospectiva do Dia das Mães 2021

Com os brasileiros cada vez mais acostumados com as compras online, a data se tornou uma oportunidade imperdível para os lojistas que vendem digitalmente.

R\$6,4 bilhões foi o faturamento do varejo virtual entre os dias 26 de abril e 09 de maio de 2021 – valor 14% maior que o alcançado durante o evento de 2020. [10]

Neste ano, a comemoração acontece no dia 8 de maio e traz um potencial enorme para as vendas de todos os segmentos!

Principais destaques do dia das mães 2021: [10]



O faturamento dos e-commerces no evento de 2021 subiu 14% em relação a 2020;



O preço médio dos produtos caiu 2,6% com os consumidores já buscando por ofertas em meados de abril;



Principais setores: de Beleza e Moda e Acessórios, que lideraram os segmentos para presentear;



O ticket médio cresceu 21% – em relação ao evento de 2020;

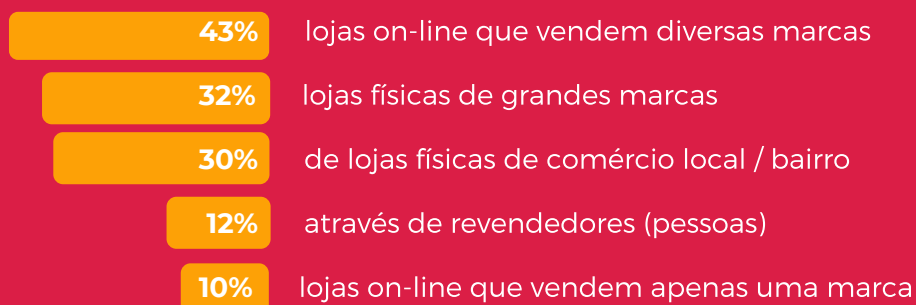


Faturamento crescente no Pós-pandemia [10]

R\$6,4 bilhões foi o faturamento do varejo virtual entre os dias 26 de abril e 09 de maio de 2021 – valor 14% maior que o alcançado durante o evento de 2020 (R\$5,6bi). [10]



Os principais canais de compra dos presentes em 2021 foram: [11]

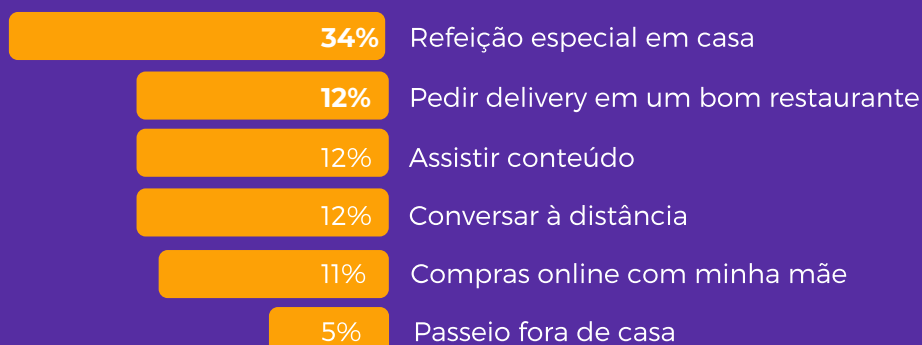


A influência do Distanciamento social em 2021

A pandemia impactou diretamente os hábitos dos brasileiros e muitas comemorações foram adaptadas por diversas famílias em 2021 para a celebração do Dia das Mães, respeitando o distanciamento social. Para o dia, predominam as atividades em casa, com destaque para delivery e compras online.[11]



Principais Atividades para os dias das mães em 2021 [11]





CAPÍTULO 2

Previsões para o
Dia das Mães 2022Perfil do consumidor para o dia
das mães 2022

Segundo uma pesquisa da All iN, Social Miner e Opinion Box [12], que ouviu 1335 brasileiros a respeito de suas intenções de compra para o dia das mães 2022:



76% dos consumidores tem intenção de comprar na data



13% ainda estão na dúvida;



11% estão decididos a não comprar

Dentre os 11% que decidiram **não comprar presentes na data:** [12]



52% Não têm com quem comemorar



23% Preferem economizar



10% Não têm hábito de presentear

Ainda assim, 6% não tem motivo determinado para não comprar, 4% escolheu 'outros' como resposta e 1% não poderá comemorar como deseja por conta da pandemia. [12]

Comportamento do consumidor para o dia das mães

A Behup, em março de 2022, realizou uma pesquisa para o portal Negócios Globo sobre tendências de consumo para o Dia Das Mães com cerca de 800 pessoas [11]. Os resultados demonstram que, apesar dos anos anteriores terem sido atípicos devido a pandemia da Covid-19, a data continua sendo fonte de apego familiar e comemoração: no ano de 2022, 9 em cada 10 pessoas consideram a data importante e 86% a enxergam como uma oportunidade de expressar sua gratidão pelas mães [13].

No entanto, mesmo que a maioria das pessoas presenteadas sejam mães, esposas/namoradas, sogras e avós também compõem essa lista de intenções, mostrando que esta é uma data para expressar gratidão a todas as mulheres em nossas vidas [13].

Quem será presenteada em 2022 [13]



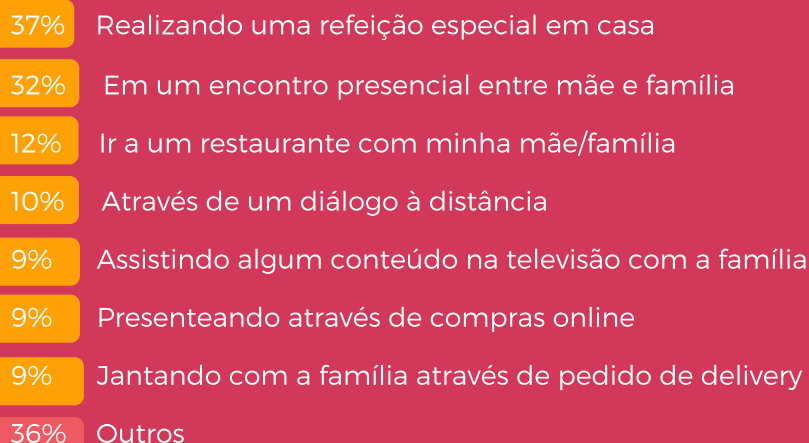
65%

das mães também irá presentear alguém na data [13]



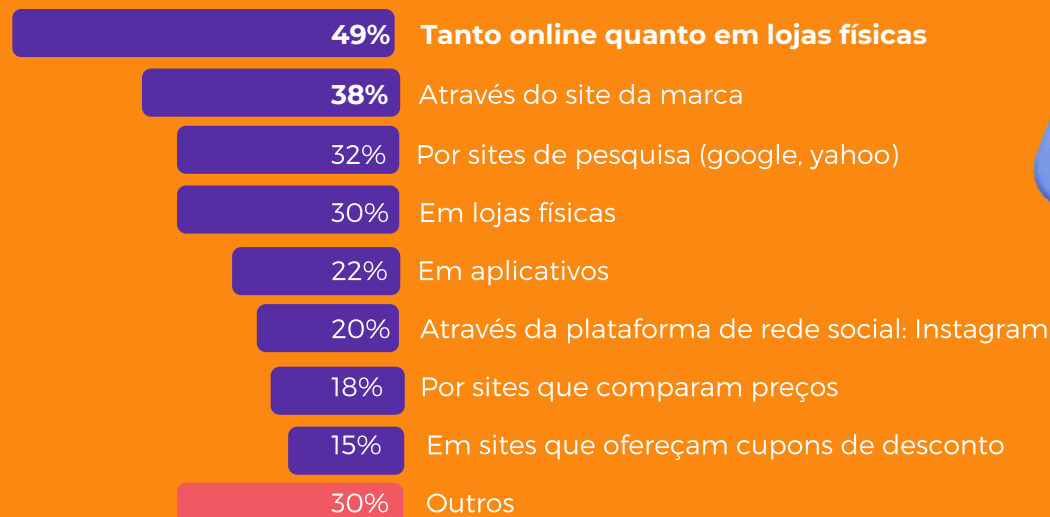
Quanto às comemorações e reuniões familiares

71% pretendem comemorar a data esse ano, evidenciando que esta é uma data especial. Pois possibilita que se expresse a gratidão a todas as mulheres presentes em nossas vidas, e as maneiras favoritas de fazer isso serão [13]:



Aonde pesquisam presentes

49% dos consumidores irão pesquisar tanto online quanto nas lojas físicas, uma ótima oportunidade para fazer uma comunicação integrada entre sua loja física e virtual. [12]



Presentear e estar presente

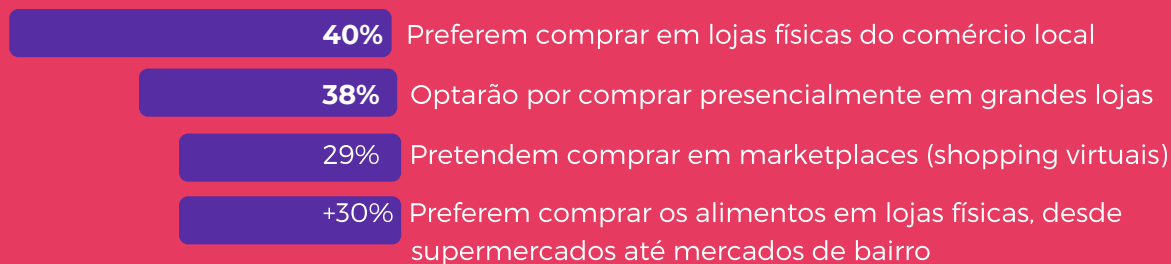
O ato de presentear também está voltando aos poucos em 2022. Ainda segundo a pesquisa da Behup [13], este ano, **76% das pessoas pretendem dar presentes nesta data**, enquanto que esse número foi de 59% em 2021 [13].

Entre os presentes favoritos das intenções de compra estão [13]:



Ida às Compras

Outro dado que surpreende é a preferência pela compra em lojas físicas, tanto dos presentes como dos ingredientes para uma refeição especial [13]:



Dica rápida: Por esse motivo, se você é empreendedor e possui comércio físico, vale a pena investir na experiência de um excelente atendimento ao cliente para nesta data. O Sebrae separou em seu site, **11 dicas para melhorar seu atendimento ao cliente** que valem a pena conferir [14]. [Clique aqui e confira](#)



Quanto pretendem gastar em compras

A maioria dos consumidores do Dia das Mães entrevistados para o portal de Negócios Globo pretendem **manter (54%) ou aumentar (28%) seus tickets médios com a data**, enquanto apenas **18% pretendem reduzir** [13].

Quando pretendem comprar presentes

Ao se planejar para a comunicação de vendas para a data, é muito importante entender a jornada de compra do consumidor para desenvolver um estratégico e eficiente planejamento de comunicação de vendas. **Mais da metade deixa para comprar o presente na semana, véspera ou no próprio Dia das Mães** [13]. Enquanto isso, 27% compram até 15 dias antes. Esse intervalo entre 15 dias e uma semana se mostra promissor para iniciar a divulgação [15].

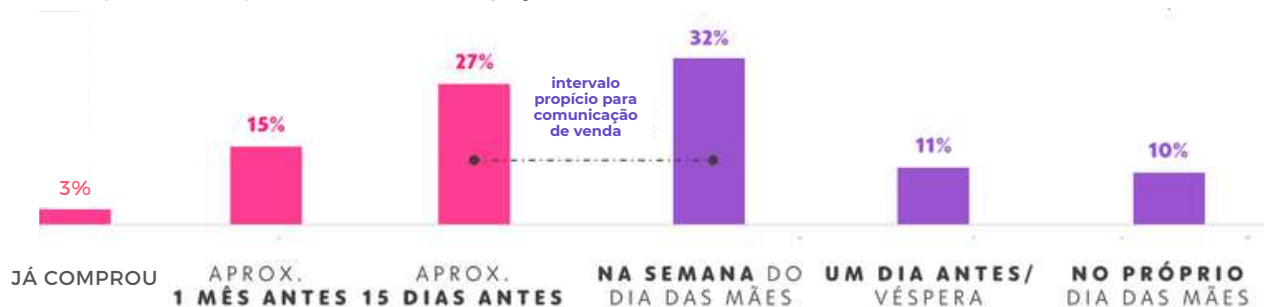


Gráfico: Mais da metade deixa para comprar o presente de última hora.

Fonte: Pesquisa Behup "Dia das Mães" para IM - Negócios Globo / Amostra: 800 pessoas [13].



Dia das mães no Pará: negócios impactados na data

A primeira ação para se delimitar a dimensão de negócios que serão impactados com a aproximação do dia das mães se trata de **quantificar os negócios situados no estado do Pará**, realizar o detalhamento das categorias impactadas na comemoração do dia das mães.

Assim, os levantamentos apresentados a seguir foram realizados no dia **14 de abril de 2022** e levaram em consideração dois níveis de abrangência: o estado do Pará e também a Região Metropolitana de Belém, capital do estado.

Número de Pequenos Negócios por porte no Pará e na Região Metropolitana.

| Porte | Região Metropolitana | | Pará | |
|-------------------|----------------------|--------------|----------------|--------------|
| | Nº de empresas | % composição | Nº de empresas | % composição |
| MEI | 146.603 | 77,70% | 299.563 | 71,10% |
| ME e EPP | 42.076 | 22,30% | 121.883 | 28,90% |
| Pequenos Negócios | 188.679 | 100,00% | 421.446 | 100,00% |

Tabela 1: Número de Pequenos Negócios por porte no Pará e na Região Metropolitana.

Fonte: Receita Federal do Brasil - Simples Nacional - SINAC (2022). [17]

Empresas nas categorias envolvidas na Comemoração do Dia das Mães separadas por porte para região Metropolitana de Belém e Estado do Pará

| Categoria | Nº atividades da categoria | Pará | | | Região Metropolitana | | |
|--|----------------------------|----------------|----------------|--------------------|----------------------|---------------|--------------------|
| | | MEI | ME e EPP | Total Peq Negócios | MEI | ME e EPP | Total Peq Negócios |
| Alimentos e Bebidas | 105 | 84.928 | 25.315 | 110.243 | 40.359 | 7.334 | 47.693 |
| Alimentos e Bebidas - Primário | 50 | 936 | 779 | 1.715 | 261 | 87 | 348 |
| Beleza | 10 | 25.938 | 2.338 | 28.276 | 13.568 | 1.149 | 14.717 |
| Decoração | 44 | 10.849 | 4.466 | 15.315 | 4.864 | 1.114 | 5.978 |
| Eletrônicos e Eletrodomésticos | 14 | 4.970 | 2.611 | 7.581 | 1.987 | 775 | 2.762 |
| Jóias e Bijuterias | 7 | 1.790 | 392 | 2.182 | 996 | 158 | 1.154 |
| Livraria e Papelaria | 18 | 2.056 | 1.210 | 3.266 | 1.098 | 485 | 1.583 |
| Moda | 46 | 45.521 | 10.589 | 56.110 | 21.100 | 3.656 | 24.756 |
| Souvenirs e Lembranças | 9 | 3.747 | 1.193 | 4.940 | 1.776 | 510 | 2.286 |
| Soma | 303 | 180.735 | 48.893 | 229.628 | 86.009 | 15.268 | 101.277 |
| Outros | 686 | 118.828 | 72.990 | 191.818 | 60.594 | 26.808 | 87.402 |
| Total Geral | 989 | 299.563 | 121.883 | 421.446 | 146.603 | 42.076 | 188.679 |
| % de participação dos negócios envolvidos na comemoração do dia das mães no total do porte empresarial | | 60,30% | 40,10% | 54,50% | 58,70% | 36,30% | 53,70% |

Tabela 2. Empresas nas categorias envolvidas na Comemoração do Dia das Mães separadas por porte para região Metropolitana de Belém e Estado do Pará. Fonte: Receita Federal do Brasil – Simples Nacional – SINAC (2022). [17]

Nota Técnica

Neste Boletim estão elencadas oito categorias de atividades que são consideradas as mais impactadas pelo movimento econômico do Dia Das Mães.

Moda são atividades de comercialização, produção e serviços da moda - vestuário, calçados, tênis, chinelos, cintos, bolsas, carteiras, lingerie, tecidos, malas (setores secundário e terciário da economia)

Beleza: são atividades de comercialização, produção e prestação de serviços envolvidas com o bem estar e higiene pessoal - serviços e comercialização de cosméticos, perfumaria, shampoos, cremes, sabonetes, kits ou cestas de banho, unhas, maquiagem, praia, relax, cabelos, manicures (setores secundário e terciário da economia)

Eletrônicos e eletrodomésticos: são atividades envolvidas com a comercialização de massageadores, celulares, chapinhas, secadores, tablets, headphones, pendrives, home theater, tv, batedeira, liquidificador, ferro, etc (setores secundário e terciário da economia)

Jóias e bijuterias: são atividades de comercialização e produção de colares, brincos, óculos, anéis, pulseiras, relógios, adereços em geral, etc. (setores secundário e terciário da economia)

Livraria e papelaria: são atividades de comercialização e serviços de lazer e cultura como livros, painéis, box dvd, musicas, filmes, cinema, teatro, etc (setores secundário e terciário da economia)

Souvenir e lembranças: são atividades de comercialização, produção e prestação de serviços de presentes personalizados, artesanato, porta objetos, canecas decoradas, (setores secundário e terciário da economia).

Decoração: são atividades de comercialização, produção e prestação de serviços ligados a produtos decorativos como flores, kit de louças, almofadas, espelhos, luminárias, toalhas, tapetes, lençóis, kit de jardinagem, plantas, etc. (setores secundário e terciário da economia).

Alimentos e bebidas: são atividades de comercialização, produção e prestação de serviços ligados a alimentação como kit ou cestas café da manhã, bebidas, vinho, cerveja, frutas, chocolates, bolos, doces, biscoitos, serviços de café, almoço, jantar, alimentos, etc. (setores secundário e terciário da economia)

Alimentos e bebidas - Primário: são atividades de produção agrícola e extração ligados a alimentação como frutas, amêndoas, produção de animais, grãos, etc (setor primário da economia)

Participação de cada categoria por porte de empresa no Pará

| Categoria | Pará | | | Participação | | |
|---|----------------|---------------|--------------------|---------------|---------------|--------------------|
| | MEI | ME e EPP | Total Peq Negócios | % MEI | % ME e EPP | % dos Peq Negócios |
| Alimentos e Bebidas | 84.928 | 25.315 | 110.243 | 47,0% | 53,4% | 48,4% |
| Alimentos e Bebidas - Primário | 936 | 779 | 1.715 | 0,5% | 1,5% | 0,7% |
| Beleza | 25.938 | 2.338 | 28.276 | 14,4% | 4,6% | 12,2% |
| Decoração | 10.849 | 4.466 | 15.315 | 6,0% | 8,8% | 6,6% |
| Eletrônicos e Eletrodomésticos | 4.970 | 2.611 | 7.581 | 2,7% | 5,2% | 3,3% |
| Jóias e Bijuterias | 1.790 | 392 | 2.182 | 1,0% | 0,8% | 0,9% |
| Livraria e Papelaria | 2.056 | 1.210 | 3.266 | 1,1% | 2,4% | 1,4% |
| Moda | 45.521 | 10.589 | 56.110 | 25,2% | 20,9% | 24,3% |
| Souvenirs e Lembranças | 3.747 | 1.193 | 4.940 | 2,1% | 2,4% | 2,1% |
| Soma | 180.735 | 48.893 | 229.628 | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| % de participação dos negócios envolvidos do Pará | 78,1% | 21,9% | 100% | | | |

Tabela 3. Participação de cada categoria por porte de empresa situada no estado do Pará.

Fonte: Receita Federal do Brasil - Simples Nacional - SINAC (2022). [17]

Participação de cada categoria por porte de empresa na Região Metropolitana de Belém

| Categoria | Região Metropolitana | | | Participação | | |
|--|----------------------|---------------|--------------------|---------------|---------------|--------------------|
| | MEI | ME e EPP | Total Peq Negócios | % MEI | % ME e EPP | % dos Peq Negócios |
| Alimentos e Bebidas | 40.359 | 7.334 | 47.693 | 46,9% | 48,0% | 47,1% |
| Alimentos e Bebidas - Primário | 261 | 87 | 348 | 0,3% | 0,6% | 0,3% |
| Beleza | 13.568 | 1.149 | 14.717 | 15,8% | 7,5% | 14,5% |
| Decoração | 4.864 | 1.114 | 5.978 | 5,7% | 7,3% | 5,9% |
| Eletrônicos e Eletrodomésticos | 1.987 | 775 | 2.762 | 2,3% | 5,1% | 2,7% |
| Jóias e Bijuterias | 996 | 158 | 1.154 | 1,2% | 1,0% | 1,1% |
| Livraria e Papelaria | 1.098 | 485 | 1.583 | 1,3% | 3,2% | 1,6% |
| Moda | 21.100 | 3.656 | 24.756 | 24,5% | 23,9% | 24,4% |
| Souvenirs e Lembranças | 1.776 | 510 | 2.286 | 2,1% | 3,3% | 2,3% |
| Soma | 86.009 | 15.268 | 101.277 | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| % de participação dos negócios envolvidos na RMB | 84,9% | 15,1% | 100,0% | | | |

Tabela 4 : Participação de cada categoria por porte de empresa situada na RMB.

Fonte: Receita Federal do Brasil - Simples Nacional - SINAC (2022). [17]



Dia das mães no Pará: oportunidades

Com os dados acima, pode-se inferir:



As categorias de atividades econômicas envolvidas na comemoração do Dia das Mães, envolvem **54,5% dos pequenos negócios do Estado do Pará e 53,7% dos pequenos negócios sediados na região metropolitana de Belém;**



58,7% dos MEIs sediados na região metropolitana de Belém estão envolvidos nas categorias de atividades. No Pará são 60,3%;



São 303 atividades que movimentam os pequenos negócios na comemoração do Dia das Mães, no estado do Pará;



Os MEIs representam 84,9 % dos pequenos negócios com atividades que fornecem produtos e serviços para a comemoração do Dia das Mães na região metropolitana e 78,1% no Pará;



A participação dos MEIs é superior em 40% do número de MEs e EPPs nos negócios envolvidos na comemoração ao Dia das Mães no estado do Pará e 36% na Região Metropolitana de Belém;





CAPÍTULO 3

Tendências para o Dia das Mães 2022

Perspectiva Otimista

Ao levar-se em consideração a perspectiva otimista das previsões de resultados de vendas para o Dia das Mães deste ano, bem como as mudanças comportamentais ocasionadas pela digitalização de negócios e a Pandemia do Covid-19, o cenário que se apresenta demonstra uma conjuntura única, a qual deve ser avaliada com cautela para potencializar os resultados esperados de comerciantes e empresários. A seguir, é possível conferir três tendências que devem nortear o **mercado para o Dia das Mães 2022.**





#TendênciaDiaDasMães2022

Diversidade: Mãe não é tudo Igual



E é justamente por conta dessa diversidade que o Dia das Mães é uma das principais datas do varejo brasileiro, abarcando os mais diversos segmentos para presentear. Como mostramos no capítulo anterior, flores, roupas, cosméticos e chocolates são nichos mais óbvios. [3]

Apesar disso, no marketplace, por exemplo, você pode anunciar produtos para a mãe que está em busca dos últimos lançamentos de eletrônicos, para a mãe cozinheira que gosta de dar aquela incrementada nos pratos, para a mãe atenta nas tendências e todos os outros tipos de mães que existem. A **InfoMoney** separou em um artigo algumas campanhas publicitárias que focam, além das vendas, na inclusão dessa diversidade de mulheres. [Acesse para se inspirar](#) [13]



#TendênciaDiaDasMães2022

Vendas através de plataformas digitais

"O varejo on-line continua com tendência de crescimento, mesmo após a flexibilização das restrições devido à pandemia e a retomada gradual do comércio físico. Apenas no quarto trimestre de 2021, foram realizados 101,6 milhões de pedidos, contra 86,6 milhões em 2020. O faturamento atingiu R\$ 46,4 bilhões em 2021, contra R\$ 38,7 bilhões em 2020", destaca Paulina Dias, líder da área de inteligência da Neotrust [2]. A JN2, plataforma de e-commerce, deu [7 dicas de ações de marketing](#) que podem ser executadas para o Dia das Mães, impulsionando as vendas do seu negócio. [Clique aqui](#) e confira!



#TendênciaDiaDasMães2022

Foco na Experiência do Cliente

O **Relatório da Zendesk de Experiência do Cliente de 2020** [14] mostrou que o principal atributo para um cliente ser leal para uma marca era o preço. Desde lá, o cenário mudou. Hoje, o ponto mais relevante, tanto do ponto de vista da empresa como dos clientes, é a Experiência do Cliente. **Em 2021, 75% dos clientes estavam dispostos a gastar mais para comprar de empresas que valorizem sua vivência em toda sua jornada.** [1]

A Opinion Box [15] separou alguns itens fundamentais para quem quer ter uma **estratégia de Customer Experience de sucesso no ambiente digital.** [Clique aqui e confira quais são](#)





CAPÍTULO 4

Oportunidades Para Alavancar o Seu Negócio

Sabemos que empreender é um processo desafiador, e para ajudar você a dar passos mais certos para alavancar seu negócio em 2022, separamos conteúdos e **cases de sucesso do Pará** - que você poderá usar para se inspirar e potencializar suas vendas.

1

Entenda o (novo) perfil do seu cliente

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 compra e os interesses 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](#) [16] que mostram as maiores tendências de comportamento e consumo no Brasil.

Além disso, vale ficar ligado nas tendências das redes sociais para entender o comportamento e preferências do consumidor moderno, pedir feedback de seus clientes atuais e observar a concorrência com atenção.



Case ^[5]

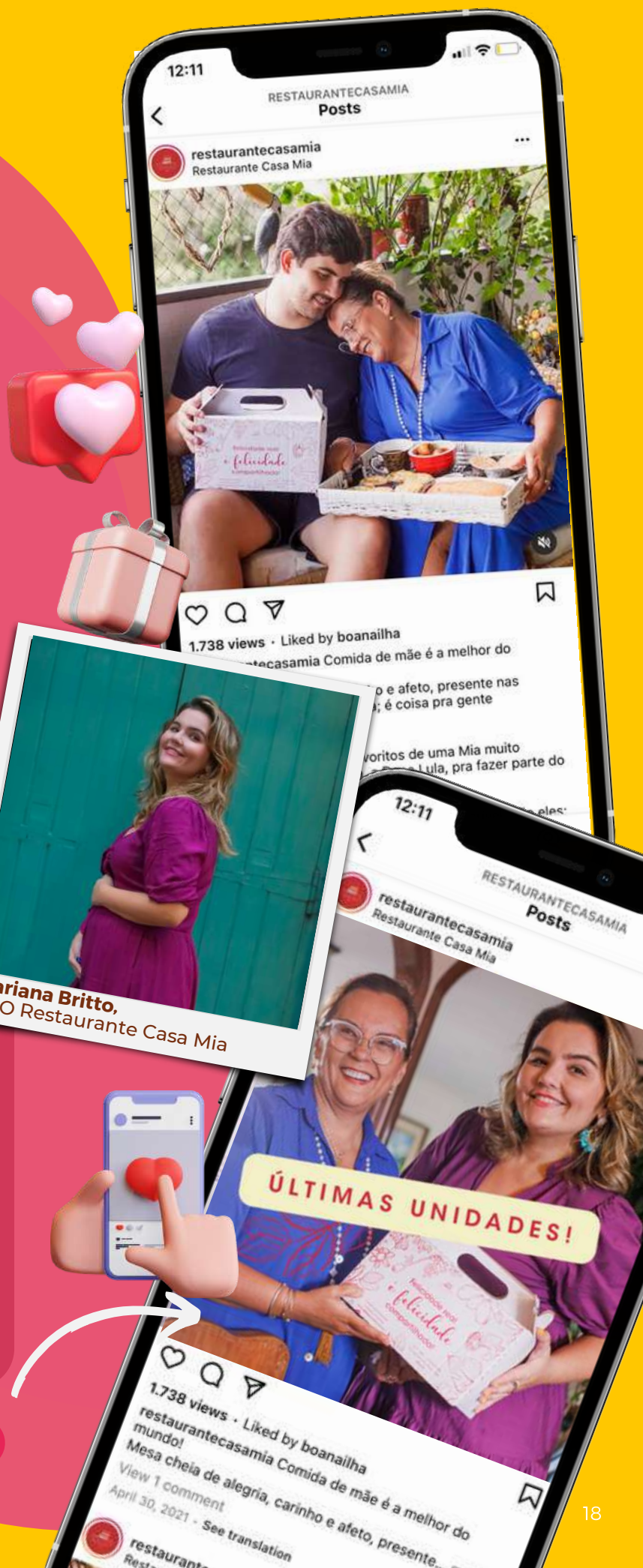
Restaurante Casa Mia

Mariana Britto, a mente pensante por trás do Restaurante Casa Mia, conquistou o mercado paraense no que se diz respeito às datas comemorativas. O Casa Mia cria cestas e boxes sazonais que valorizam alterações emocionais e padrões de consumo no comportamento do consumidor em períodos de datas comemorativas.

No Dia das Mães 2021, o Casa Mia criou um box de café da Manhã que teve suas vendas encerradas antes do Dia das Mães chegar. Para 2022, as expectativas dos clientes e da empreendedora são ainda maiores, uma vez que este ano os reencontros familiares estarão mais intensos com a perspectiva favorável ao fim da pandemia,

Os desafios de empreender e o planejamento da maternidade

Em conversa descontraída, a futura mamãe Mariana compartilha que aproveita a flexibilidade de tempo como empreendedora para realizar as consultas de pré-natal, exames e cuidados com as mudanças que ocorrem naturalmente durante o período da gestação, mas que investe arduamente no time para gerir as equipes e delegar as tarefas no momento em que precisar dar maior atenção ao bebê.



Mariana Britto,
CEO Restaurante Casa Mia

[restaurantecasamia](https://www.instagram.com/restaurantecasamia) 🔍

2

Digitalize seu negócio



Dito de forma simples, digitalizar seu negócio significa investir tempo e energia para que seu negócio exista e atraia clientes na internet, seja através da divulgação ou do atendimento de seus clientes online. Isto pode ser feito de diversas formas: desde ter uma página oficial da sua empresa nas redes sociais como o **Instagram** e **Facebook**, a fazer o atendimento de seus clientes através de um número de **WhatsApp Business**.

Além destes, muitos empreendedores tem utilizado canais como o **Youtube** e o **TikTok** como forma de engajar e educar seu público de maneira mais informal. **Confira a seguir alguns dos canais de venda mais utilizados na digitalização de negócios:**

Canais de Venda **Digitais**



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.



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.

Case

Vai Menina! ^[6]

A Vai Menina!, gerida por Natália Friche, é uma comunidade de empreendedorismo feminino. Natália é Especialista em Marketing Digital, mentora de negócios, e viu na Vai Menina uma maneira de digitalizar o seu negócio, desenvolvendo empreendedoras no mercado digital.

Seu diferencial é atingir vários aspectos do empreendedorismo digital, com mentorias, e-books, cursos pagos, e também conteúdos gratuitos. Dessa forma, Natália atrai clientes de todos os nichos, e não somente do ramo do marketing. Dica rápida: A criação de uma nova marca associada à sua anterior é uma maneira mais objetiva de ir para o digital, principalmente se ocorrer a entrada de novos sócios

A desafiadora jornada de aprender a empreender

Natália, ao compartilhar um pouco da sua jornada empreendedora, trouxe que meu maior desafio diante do empreendedorismo foi lidar com a solidão da inexperiência, pois nessa fase de imaturidade profissional, você (literalmente) aprende errando. Para reduzir o risco de iniciar um negócio, Natália sugere que os empreendedores mergulhem no digital.

[@vaimeninaoficial](#)



3

Busque parceiros-chave para o seu negócio

"Se quer ir rápido, vá sozinho. Se quer ir longe, vá acompanhado."

Fazer parcerias, em especial em tempos de crise é uma recomendação muito importante, para aquelas empreendedoras que desejam desenvolver um ecossistema de colaboração, ao invés de competição, ajudando a si e a outros empreendedores a crescer e superar desafios.

Existem diversos **tipos de parcerias** e cada uma se aplica de formas diferentes, dependendo do tipo de negócio:



Fornecedores

As boas relações com fornecedores podem ser a chave de uma operação de sucesso, uma vez que os componentes dos produtos ou serviços fornecidos pela sua empresa necessariamente passarão por eles. Além disso, ter mais de um fornecedor em seu negócio e promover uma boa comunicação ajudará você a ter mais independência, focando no que é mais importante, mantendo a qualidade de seus produtos e reduzindo custos.



Divulgação

Um dos maiores desafios de qualquer empreendedor é conseguir fazer com que seu produto chegue nos clientes certos. **Além dos canais digitais já mencionados, você pode apostar na divulgação através de parceiros que façam sentido para o seu negócio:** de influenciadores digitais até assessoria de imprensa para canais como rádio e Televisão. Lembre-se "quem não é visto, não é lembrado".



Indicação de clientes

Muitos empreendedores de sucesso tem encontrado formas de incentivar a indicação de seus serviços fechando parcerias com parceiros-chave que indicam o seu serviço para novos clientes. Uma dica é oferecer parcerias para empresas que ofereçam outros serviços adjacentes aos seus: Por exemplo, se você faz docinhos para eventos, pode buscar uma parceria com uma empresa de festas infantis. Assim, é possível indicar serviços entre si e promover a fidelização para os clientes de ambos.



Capacitação profissional

Para crescer e desenvolver todo o seu potencial, é preciso se manter atualizado e nunca parar de se capacitar. Nesse caso, buscar cursos, capacitações, mentorias e consultorias estratégicas podem ser de grande importância. O Sebrae atua hoje como parceiro para ajudar você em sua jornada empreendedora. Acesse o [Portal Empreendedor Sebrae](#) e encontre cursos e ferramentas de diversos tipos que ajudarão você a se manter sempre atualizado em seu negócio.



Dica: aposte na divulgação online e busque por fazer parcerias com pessoas e perfis que possuem o mesmo público-alvo que você deseja para seu negócio. Isso alavanca o alcance do seu perfil e otimiza as possibilidades de gerar resultados positivos para o seu negócio.



Case

**MLX Uniformes** ^[4]

Apesar de ser uma data comemorativa, a temática do empreendedorismo feminino é muito forte no período do Dia Das Mães. Priscila Vieira, diretora de Operacional da empresa de confecções MLX Uniformes, que possui um quadro de liderança feminino, realiza palestras e forma parcerias no CONJOVE (Conselho do Jovem Empreendedor).

Dessa maneira, a MLX consegue prospectar parceiros, fornecedores, e clientes. A lógica é simples: A MLX, por ser uma empresa de uniformes profissionais e confecções, ao se inserir em associações e eventos que relacionam o dia das mães e o empreendedorismo feminino abre novos canais de relacionamento.

O segredo da prosperidade nos negócios e na vida

Priscila Vieira acredita que o sucesso dos negócios e equilíbrio com a vida pessoal é possível através da clareza da equipe acerca de suas funções e papéis. Dessa forma, não é necessário estar 24hs conduzindo a operação para se ter bons resultados.

Sobre desenvolvimento pessoal de empreendedores, Priscila compartilha: “empresários não devem deixar de buscar informação, fazer networking e dar feedback para time com foco em crescimento.” e finaliza: A tecnologia garante que muitas dessas atividades podem ser realizadas à distância.



[@mlxuniformes](#)



Conclusão



Aos poucos, ao que os números sugerem, os efeitos devastadores que a pandemia causou nos negócios vão ficando para trás e um novo cenário começa a surgir apesar das crises em diversos contextos que o País e o planeta inteiro atravessam: esperança, crescimento e novas oportunidades.

O sentimento de retomada de negócios se renova para o Dia das Mães. É preciso acreditar, no entanto, é fundamental se atentar para a nova conjuntura que se apresenta. Estratégias antigas tendem a não funcionar mais.

Percebe-se, portanto, que o exercício de entender com maior profundidade o seu público consumidor e as necessidades destes, ajudam o empreendedor a se adaptar e transformar seus negócios para atender de maneira mais eficaz seus clientes, e assim, obter acesso a mais informações de consumo, gerando um ciclo virtuoso e de aprendizados e novas ações.

Além disso, o esforço de enxergar a sua empresa em um contexto de ecossistema, contribui para fugir do isolamento e abre oportunidades de parcerias importantes para a gestão da crise e promoção de crescimento de negócios.

Desejamos, enfim, que o dia das mães se apresente como mais uma oportunidade para repensar o seu negócio e encorajar novos caminhos. Desejamos também que todas as informações compartilhadas neste documento possam, cada vez mais, demonstrar que existem jornadas possíveis para empresários e a possibilidade de contornar, apesar dos inúmeros complicadores sociais que existem atualmente, todos os obstáculos naturais de qualquer jornada empreendedora.

Sucesso!

#FelizDiadasMães2022



Referências

- [1] BLOG DA ZENDESK. Customer Experience: tendências e impactos da Covid na relação com o cliente. Disponível em <<https://www.zendesk.com.br/blog/customer-experience-definicao/>>. Acesso em 19 de abril de 2022.
- [2] COSTA, Mariana. Com pandemia, vendas pela internet crescem 27% e atingem R\$161 bi em 2021. Estado de Minas. Disponível em <https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2022/02/02/interinas_economia,1342064/com-pandemia-vendas-pela-internet-crescem-27-e-atingem-r-161-bi-em-2021.shtml> Acesso em 19 de abril de 2022.
- [3] GIANONI, Mayra. Um dia de todas as mães. E-commerce Brasil. Disponível em <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/um-dia-de-todas-as-maes/>> Acesso em 19 de abril de 2022.
- [4] Instagram.com n.d. MLX Uniformes [online]. Disponível em <<https://www.instagram.com/mlxuniformes/>>. Acesso em 19 de abril de 2022.
- [5] Instagram.com n.d. Restaurante Casa Mia [online]. Disponível em <<https://www.instagram.com/restaurantecasamia/>>. Acesso em 19 de abril de 2022.
- [6] Instagram.com n.d. Vai Menina [online]. Disponível em <<https://www.instagram.com/vaimeninaoficial/>>. Acesso em 19 de abril de 2022.
- [7] JN2. Dia das Mães no E-commerce: 7 ações de marketing para usar em sua loja virtual. Disponível em <<https://www.jn2.com.br/dia-das-maes-no-e-commerce-7-acoes-de-marketing-para-sua-loja-virtual/#:~:text=Dia%20das%20M%C3%A3es%20no%20e%2Dcommerce%20e%20a%20pandemia&text=S%C3%B3%20para%20se%20ter%20uma,6%2C02%20bilh%C3%B5es%20em%202020>>. Acesso em 19 de abril de 2022.
- [8] MARTINEZ, Gabriela. Campanha de Dia das Mães: 10 ideias para vender mais em 2022. Printful. Disponível em <<https://www.printful.com/blog/br/campanha-dia-das-maes/>>. Acesso em 19 de abril de 2022.
- [9] PIPEDRIVE. 12 exemplos de promoções de vendas para fechar mais negócios e como preparar sua equipe de vendas. Disponível em <<https://www.pipedrive.com/pt/blog/promocao-vendas>>. Acesso em 19 de abril de 2022.
- [10] [Relatório] Dia Das Mães 2021. **Social Miner, All In, Opinion Box**. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1t0Cajbt-VvQcYmyw6Wjn3b3gU6Na2aWR/view> Acesso em 19 de abril de 2021.
- [11] "A importância do Dia das Mães | Gente | Uma conexão Globo." **Gente Globo, 14 de Abril de 2021**. Disponível em: <https://gente.globo.com/a-importancia-do-dia-das-maes/>. Acesso em 22 de Abril de 2022.
- [12] [Pesquisa] Dia Das Mães 2022. **Social Miner, All In, Opinion Box**. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1jeJV99IXdUPu6pbbLyua-ikecWZzEEhv/view> Acesso em 22 de abril de 2022.
- [13] [Pesquisa] Behup - "Dia das Mães" para CMI - IM - Negócios Globo, 2022. Disponível em: <https://gente.globo.com/infografico-o-dia-das-maes-em-2022/>. Acesso em 22 de Abril de 2022
- [14] SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Atendimento de qualidade: 11 dicas para atender bem. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosMercado/15-dicas-para-atender-bem,e565438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em 19 de abril de 2022.
- [15] ZOGBI, Paula. 5 campanhas que saíram do comum no Dia das Mães. InfoMoney. Disponível em <<https://www.infomoney.com.br/mercados/5-campanhas-que-sairam-do-comum-no-dia-das-maes/>> Acesso em 19 de abril de 2022.
- [16] 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>> Acesso em 24 de março de 2022
- [17] BRASIL. Estatísticas do SINAC - Simples Nacional - RFB. Disponível em: <