

e-Book

Vendas



**COMO APROVEITAR
AS DATAS
COMEMORATIVAS
PARA AUMENTAR AS
SUAS VENDAS**

**UM GUIA COM DICAS SOBRE
COMO VENDER MAIS NAS
DATAS FESTIVAS**

SEBRAE



Celebrar as alegrias de dias especiais é ótimo, prover satisfação e lucros com as ações, melhor ainda.

O **Natal** é campeão absoluto de vendas, e logo na sequência vem o **Dia das Mães** como data especial, circulada nos calendários de lojistas.

Mas o que não falta na folhinha é oportunidade de comemorar boas vendas. Domine as estratégias e venda muito e bem, todos os dias do ano (e especialmente em alguns deles).

Para todos os dias de todos meses, algumas verdades continuam sempre absolutas:

- O que diferencia uma loja da outra é o mesmo elemento que torna marcante uma pessoa (ou não): a **personalidade**; e isso vale tanto para o mundo real quanto para o virtual. Então, tenha em mente que investir na personalidade da marca é o mais importante, e antecede todos os outros esforços de venda que deverá fazer;
- A mensagem é o meio – Os últimos tempos foram tumultuados para o seu negócio? Claro, assim como para todo o mundo. Mas não vale a pena falar sobre dificuldades aos clientes, apenas se estiverem muito bem embaladas em uma roupagem de superação. Prefira sempre falar de um futuro melhor!
- Crie um **atendimento inesquecível** - a experiência de venda, antes, durante e depois, pode ultrapassar largamente a mera expectativa do 'satisfatório';
- Faça transmissões ao vivo - o TikTok e o reels do Instagram são os melhores canais do momento para vencer e convencer. Aprenda a usá-los para mostrar tudo isso que falamos até agora: a personalidade da sua marca, sua capacidade de atendimento, calor humano, melhores presentes do mundo e mensagens positivas;

- E por falar em boas energias, a embalagem não precisa ser secundária ao conteúdo. Pense em formas de envolver o presente - e quem o estiver recebendo - em um clima de felicidade;
- Receber e abrir o presente, ler o cartão e antecipar a emoção fazem parte da festa, seja a entrega pessoal ou virtual. Sugira experiências na entrega, abrangendo cartões, mensagens e pacotes;
- Promoção imperdível é aquela que está para terminar: elabore os seus anúncios contando os dias, horas e minutos, faça uma contagem regressiva, avise que só sobrou um. Faça a escolha mais banal parecer algo especial;
- Enquetes, quizzes e questionários cumprem a dupla função de entreter seu cliente e permitir que você o conheça melhor, saiba o que deseja, como e quando pretende comprar e pagar por seus produtos e serviços;
- Nunca, jamais, em hipótese nenhuma, o presente pode chegar atrasado. Planeje a sua **logística de entrega**;
- Da mesma forma, pense detalhadamente em meios de pagamento, política de trocas, atendimento para resolução de problemas;

- A experiência do pós-compra é o que fica: seu cliente gostou da compra? O que podia ser melhor? O que foi tão bom que merece ser divulgado?
- Divulgação: o que, e como, das respostas à questão acima merece ser comunicado aos contatos, amigos e familiares dos seus clientes? Como estimulá-los a propagar isso?
- Não espere a próxima data sazonal para fazer boas vendas: **invista em contatos**, ofertas, produtos e promoções para se tornar a primeira, e ótima, lembrança na próxima compra, seja em dia festivo ou não!

Criatividade: modo de usar

Como se fazer presente? Boas ideias podem ir muito além da escolha de uma lembrança. Não deixe para seu cliente a tarefa de ser criativo! Ofereça, você mesmo, boas **ideias de presentes casados, kits, cestas, surpresas** etc.

Em um kit, por exemplo, acaba indo um produto que seu cliente nem pensaria em comprar, mas combina bem com a seleção dos presentes. Então, em uma cesta de flores e bombons, um ursinho de pelúcia, bombons, vinhos e outros podem ajudar a compor a cena, bem como uns laços de fita, um papel brilhante.

Enfim, faça você o trabalho de tornar um simples cesto de vime em um presente de encher os olhos, sabendo que a soma dos fatores será maior do que era cada um dos elementos, em separado.

Da mesma forma, pense em kits temáticos como uma opção inesgotável. São **inúmeras as ideias**, mas seguem algumas. Se não para seguir à risca, ao menos para inspirar:

Experiências



- Vale-curso, uma ideia, um vale-viagem.
O céu é o limite;



- Ticket para um show, peça de teatro ou musical, mesmo que 'em aberto', para ser planejado quando terminar o isolamento;



- Esses presentes podem ser associados a outros, dentro do escopo de cada comerciante. Ou, ainda, como parte de uma estratégia de associação, como nas sugestões do item seguinte:

Combinados



- Você tem uma ótica? que tal se associar a uma livraria e oferecer aos seus clientes um kit livro-mais-óculos-de-leitura?



- São incontáveis as possibilidades de parceria: com floriculturas, doceiras, boleiras, lojas de enfeites etc.;



- A sugestão é reservar um tempo e se colocar no lugar do cliente – de quem vai comprar e quem irá receber a lembrança. E pedir ajuda, é claro: pergunte a todos os conhecidos no seu radar o que gostariam de ganhar!



Jornada do cliente digital

Anunciar e vender são dois lados da mesma moeda, mas não são exatamente a mesma atuação. Vamos falar a seguir de ambas as coisas: anunciar seu produto ou serviço nas redes sociais é uma estratégia, vender pelos meios digitais - site, whatsapp, facebook, instagram - é outra. A internet também pode ser uma ferramenta preciosa em dois outros momentos da venda: **atendimento** e **pós-venda/fidelização**.

- **Anuncie** - As mídias sociais são fontes valiosas para difundir seu produto ou serviço. São diversas as ferramentas e os modos de utilizá-las. Se ainda não domina o marketing digital, esse é sem dúvida o primeiro passo. Considere fazer um curso e ler artigos disponíveis no canal Sebrae para aprender a manejar as redes de conversação a favor dos seus negócios.
- **Venda** - Um site com boa **usabilidade** é essencial, bem como lojas que funcionem de verdade, nas principais mídias sociais. Também, oferecer diversos meios de pagamento e boas formas de interação. Enfim, o comerciante até podia se dar ao luxo de ser analógico, antigamente, mas quem quiser crescer agora e manter no pós pandemia precisará entrar na era digital rapidamente e, mais ainda, de forma eficiente. Experiência do usuário e do cliente são conceitos inovadores mas que todo mundo, mesmo os comerciantes mais tradicionais, podem e de-

vem dominar. Entender mais sobre o assunto é mais simples do que parece.

- **Atenda** - Nada mais irritante do que desejar fechar um negócio e cair em uma página de FAQ (perguntas frequentes) que não responde suas dúvidas. **O comerciante tem que ser ágil e responsivo:** telefone, whatsapp, chat e mídias são suas aliadas, mesmo se for apenas para conversar um pouco com interessados. Esse momento de interação pode ser ótimo para cativar potenciais clientes e oferecer produtos que ele nem estava procurando! Cursos podem ajudar você e seu negócio a se destacarem pela excelência no atendimento ao cliente.

- **Fidelize** - Pergunte se o comprador gostou de usar a loja, peça meios de contato para fazer ofertas no futuro, troque ideias. [Aprenda mais sobre fidelização](#) e como [essa tática de vendas pode impulsionar o sucesso do seu negócio](#). E lembre-se: todo mundo adora uma promoção e ama ser o primeiro a saber: use os seus contatos para comunicar boas ofertas! Sempre, mas sem exagerar na frequência.

Conheça algumas táticas especiais, formuladas sob medida para as diversas datas comemorativas que ocorrem ao longo do ano.

Páscoa



- Mesmo as datas mais tradicionais comportam novidades. Então, fique de olho nas tendências, como os ovos de páscoa bentô, recheados com ganache e decorados com um meme engraçadinho (e comestível);
- Pense em ovos de chocolate para os mais diversos públicos (veganos, diet, fit, alérgicos à lactose, etc.);
- Também, pense em ovos divertidos, com os mais deliciosos e, por vezes inusitados, recheios;
- Ainda, crie outros presentes a base de chocolate que fujam dos ovos tradicionais, como bolos e tortas. Afinal, a Colomba Pascal é um sucesso de vendas;

- Ovos de pedra e enfeites, lembrando os famosos Fabergé, são uma boa ideia de presente mais sofisticado para agradar adultos e decorar as mesas de Páscoa;
- Também vale fugir do chocolate, lembrando do simpático animalzinho que representa a páscoa: coelhinhos de pelúcia para bebês e crianças pequenas agradam em cheio;
- Quem oferece a casa para o almoço vai simplesmente adorar receber um buquê de flores em que as ditas cujas são na verdade bombons de chocolate embrulhados como rosas. Não tem erro, e ainda servem para enfeitar a mesa!

Dia das Mães



Vale relacionar “amor de mãe” com corações e símbolos de aconchego. Sem medo de resvalar para o sentimentalismo, relacionar o primeiro amor com os seguintes pode, inclusive, criar uma linha imaginária que prolongue a campanha (e as vendas) para a data festiva seguinte, que é o dia dos namorados.

- Crie **kits e embalagens especiais** utilizando itens que remetam ao amor;
- Clássico que não sai de moda: qual mãe que não ama receber fotos dos filhos, ou dos netos, em porta-retratos? Podem inventar a máquina digital que quiserem, toda mãe quer uma foto 'de verdade' para olhar sempre que quiser;
- Na mesma linha: fotografias podem ser aplicadas em camisetas, capas para cadernos ou notebooks, vários suportes que a mamãe vai achar muito mais bonitos estampados com uma foto especial;
- Esses presentes podem ser associados a outros, dentro do escopo de cada comerciante;
- Tão importante quanto o presente é o **cartão**, que ela, claro, vai guardar para sempre. Então, pense em oferecer para o seu cliente cartões especiais, acompanhando - ou, mesmo, substituindo, todos os presentes e kits que vai criar. Uma ideia interessante é um cartão customizável: na capa, uma fotografia da família e/ou dos filhos ou netos e, dentro, miniaturas de desejos e promessas: uma mala de viagem, um micro bilhete de teatro etc.
- Lembre que, além de vender agora, sua missão é **conquistar**. Pense como pode tornar o seu cliente ainda mais fiel, agradar a mãe dele e as amigas dela!

Dia dos namorados



- Surpreendente como o amor, assim é o **unboxing**, tendência da internet que cabe como uma luva no presente desse dia especial. Consiste, basicamente, em desempacotar diversas caixas descobrindo, entre e dentro delas, os mais diversos presentes e lembrancinhas. Vale gravar e postar (com o nome da loja nas hashtags, evidentemente);
- Perfumes, flores, bombons e outros presentes assim se tornaram tradicionais por uma boa razão: são românticos, desejáveis e transmitem o recado correto;
- Os tempos mudam, entretanto, e os objetos de desejo, também. Então, que tal pensar em dispositivos tecnológicos, pesquisar tendências, observar as redes sociais em busca de inspiração?

· E, finalmente: porque não juntar tudo? Um presente casado, unindo tradição e tecnologia, não poderia encontrar uma ocasião mais propícia para ser formatado do que a data que une amor e planos para o futuro, como é o dia das pessoas apaixonadas.

Dia dos pais



· **Foque na emoção:** pensar no perfil do pai (esportista, intelectual, arrojado, conservador) é a velha fórmula de direcionar ideias de presente. Mas não se deve perder de vista o que realmente interessa, que é demonstrar o carinho. Às vezes a mensagem é mais importante do que o objeto que a carrega. Faça a sua vitrine de sugestões levando em conta o fator amor;

· **Selecione produtos e ofertas:** fuja dos óbvios, ou não. Tem pai que adora ganhar uma caneta, acredite!

- Senso de humor, sempre: imagine uma promoção em que um produto totalmente inusitado vem acompanhado do objeto mais tradicional, ou uma versão de presente para o pai com miniatura para o filho, ou algo para aproveitarem em dupla. Enfim, use a criatividade e ofereça algo diferente;
- O que dar de presente: lembre que **o foco é nos filhos**, pois são eles que escolhem o presente. Então monte kits, faça sugestões, crie modos de visualizar o paizão curtindo ganhar o produto que você tem a oferecer. Os campeões de audiência são: eletrônicos, livros, roupas, hobbies, experiências - viagens, gastronomia, vinhos e passeios.

Dia das crianças



- Aposte no humor - não tem erro, quem não gosta de dar uma boa risada?
- **Vitrines atraentes** - vale para o mundo real e para o virtual!

- Bom atendimento - criança exige paciência em dobro e jogo de cintura inesgotável;
- Tudo novo, de novo - o brinquedo que vendeu loucuras o ano passado já está ultrapassado: pesquise!
- Planeje estoque, treine equipe e invista no atendimento - como sempre, né?
- Aposte no **marketing digital** - a tendência do e-commerce, que já era forte, foi consolidada pela pandemia;
- Preço também é marketing - pense em promoções, descontos e alternativas viáveis e atrativas;
- O melhor do presente é abrir o embrulho! - decore com balões, bichinhos, muitas cores e alegria.

Dicas extras:

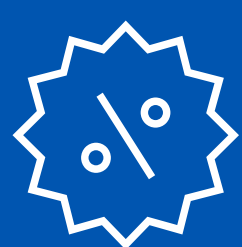
- Pense em criar promoções de solidariedade, doação de brinquedos para instituições etc.;
- Conheça - e respeite - as leis da publicidade infantil;

- Não é só sobre elas - Dia das Crianças mobiliza todo mundo: pais, famílias, sociedade;
- Pense no **pós-venda** - conseguir o sorriso de uma criança é fácil, planeje conquistar o coração dela para sempre!

Black friday



- Reforce o seu estoque;



- Faça o melhor preço possível;



- Tenha uma loja online eficiente;



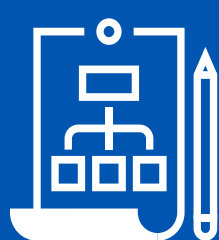
- Capriche nas fotos e nas descrições dos produtos;



- Preste toda a atenção ao atendimento;

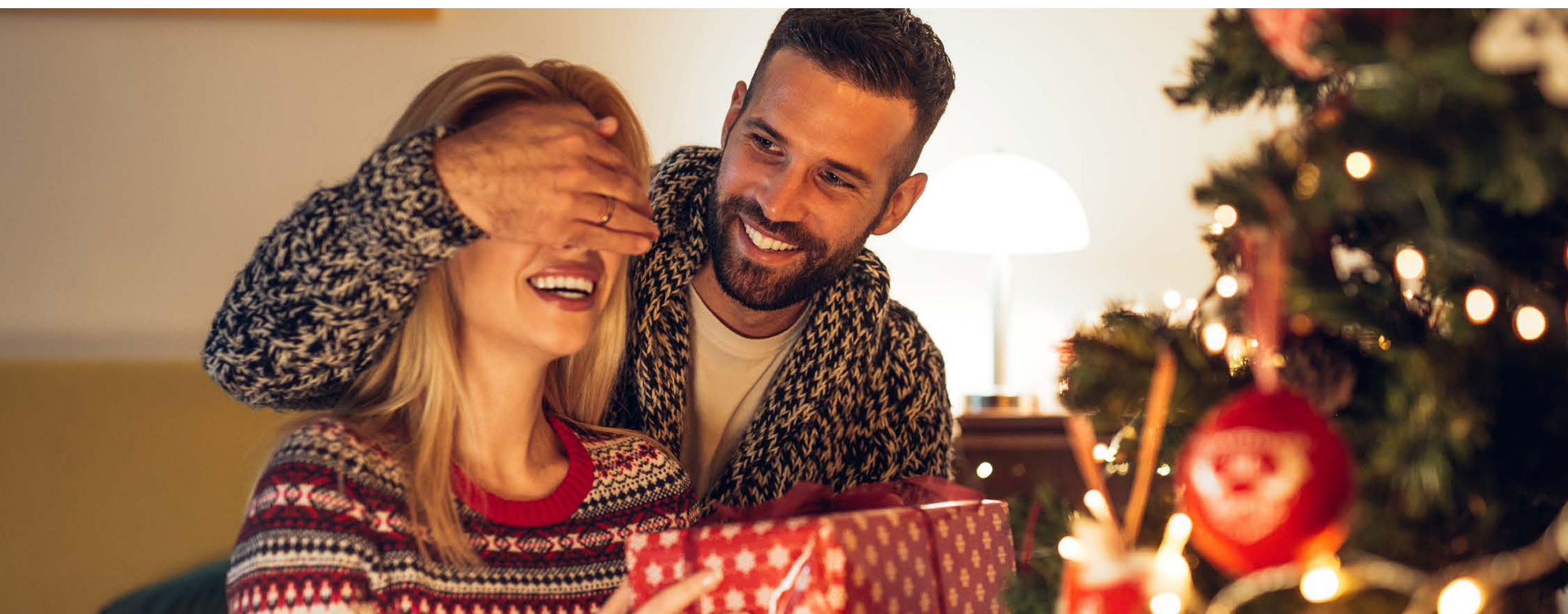


- Planeje o pós-venda com vistas à fidelização;



- Aproveite a data para divulgar o seu negócio em marketplaces;

Natal e Ano novo



- Pense em presentes simbólicos, que transmitam essa ideia de um ano mais próspero e saudável. Mais do que objetos caros, o verdadeiro luxo na passagem de um para outro ano é poder vislumbrar tempos melhores;

- Seguindo com a dica acima, o presente ideal pode ser meio um talismã meio/meio uma mensagem para o futu-

ro, algo que desperte o foco de quem ganha para atingir suas metas e, ao mesmo tempo, lembre quem deu a lembrança - tudo isso, com a sua marca estampada;

- Só alegria: **otimismo é a palavra de ordem!** As festas de final de ano devem ser comemoradas como o embalo para tempos melhores;

- Solidariedade - Por fim, mas não menos importante, lembre-se sempre: **Natal é época de ajudar o próximo**, distribuir presentes, comunicar que ao comprar na sua loja estará contribuindo de alguma forma para uma instituição.

Esperança não é “quem espera sempre alcança”: planeje as festas de final do ano com foco em aumentar as vendas no Natal, férias, todos os dias dos anos vindouros! Embarque nesse clima de vislumbrar tempos melhores e crie um futuro mais próspero para o seu negócio, a sua família, o entorno, a sociedade. **Boas vendas, sempre!**



Mantenha-se relevante

Além de todas essas datas, existem muitas outras. Dia das avós, dos amigos são algumas das oportunidades para o empreendedor pensar em **usar a criatividade** e bolar boas ideias de como vender mais e fidelizar melhor.

Estude: pesquise, entenda o mercado melhor a cada dia, domine as técnicas de marketing digital. Invista em você e na sua marca com os [cursos oferecidos pelo Sebrae](#).





*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

0800 570 0800 / www.sebrae.com.br