

>> e-book

Prepare-se para a Black Friday 2022



Introdução

Além dos varejistas, a maioria dos consumidores já ouviu falar na Black Friday. Não é à toa, afinal, que esta é uma das datas mais importantes no setor de varejo. É uma ótima oportunidade para melhorar o faturamento, divulgar a marca, aumentar a clientela, renovar o estoque etc. Sendo assim, para ter um bom desempenho nesta campanha, é imprescindível conhecer mais sobre este evento. Além disso, é necessário preparar-se, entender mais sobre a sua história e as expectativas da Black Friday. No entanto, nem mesmo esses requisitos são suficientes para se ter um saldo positivo.

Por isso, além de discorrer sobre a história e as expectativas da Black Friday para 2022, selecionamos algumas dicas para ajudar o seu empreendimento a conquistar metas incríveis na próxima edição deste evento. São informações fundamentais para você melhorar a performance da sua empresa neste ano.

A seguir, conheça um pouco sobre a história da Black Friday.

História

A compreensão histórica de um movimento facilita a sua definição. Desse modo, faz-se necessário analisar as origens da expressão Black Friday. Na sequência, explicaremos os primórdios do evento que revolucionou o comércio em geral.

Como surgiu a Black Friday?

Em primeiro lugar, há várias versões para a origem da expressão Black Friday. Uma delas sustenta que é uma referência ao dia 24 de setembro de 1869, uma sexta-feira, quando dois especuladores tentaram tomar o mercado de ouro na Bolsa de Nova York, o que obrigou o governo a intervir, elevando a oferta e fazendo os preços do metal caírem, trazendo perdas enormes a muitos investidores. Desde então, crises na Bolsa de NY recebem nomes como Black Friday ou Thursday Friday.

Contudo, há outra teoria. Por volta dos anos de 1960, os policiais da Filadélfia utilizavam o termo Black Friday para referir-se ao dia posterior ao Thanksgiving Day, Dia de Ação de Graças, o feriado mais importante dos Estados Unidos, comemorado sempre na 4ª quinta-feira de novembro. Neste dia pós-feriado, sempre ocorriam grandes congestionamentos, tumultuando o trânsito das grandes cidades.

Tal incômodo, no entanto, acabou trazendo novas oportunidades aos varejistas, que aproveitavam a ocasião para oferecer seus produtos em promoções irresistíveis.

Desse modo, o termo, que originalmente se referia ao congestionamento de trânsito, foi apropriado pelo comércio para divulgar as novas condições de compras.

Independentemente da origem da expressão, hoje a Black Friday é um evento consolidado no Brasil e em muitos países do mundo. Aliás, muitas empresas aproveitam para realizar mais de uma rodada de promoções por ano. Na sequência, conheça mais sobre o evento nas terras brasileiras.



Black Friday no Brasil

Já no Brasil, a tradição da Black Friday é muito nova. O primeiro evento aconteceu em 2011 e, desde então, cresce exponencialmente, principalmente no e-commerce. A primeira edição foi um sucesso e garantiu a sua realização até hoje.

Contudo, a primeira edição foi on-line, diferentemente dos Estados Unidos, que começaram na modalidade presencial. Atualmente, a Black Friday brasileira atende as lojas físicas e digitais. Além disso, foi adotada pelos pequenos e grandes varejistas.

Sendo assim, hoje a Black Friday é uma campanha de vendas que oferece descontos irresistíveis em produtos de várias categorias. Os produtos em destaque são TVs, smartphones, computadores, eletrodomésticos, calçados, roupas, livros, dentre outros.

Por fim, neste ano, a Black Friday acontece no dia 25 de novembro e, em alguns casos, poderá se estender por toda a semana. Aliás, o evento ocorre sempre na sexta-feira após o feriado do Dia de Ação de Graças nos Estados Unidos. Portanto, marque a data no seu calendário e prepare-se para vender muito! A seguir, confira os principais dados da edição de 2021.

Como foi a Black Friday de 2021?

A princípio, é importante destacar que a Black Friday reflete as principais tendências e o comportamento do consumidor. Portanto, os dados de 2021 são relevantes para a próxima edição.



Sobre o faturamento, os e-commerces venderam R\$ 4,2 bilhões, 5% a mais do que em 2020.

Contudo, o volume dos pedidos diminuiu 9%. Enquanto isso, o ticket médio atingiu o valor de R\$ 753, um acréscimo de 16% em relação ao evento passado.

Uma tendência revelada pela edição de 2020 é o crescimento do Esquenta Black Friday. Ou seja, é a antecipação das promoções. Durante os dias 18 e 24 de novembro, o faturamento cresceu 31%.

Em relação aos segmentos mais procurados, destacamos:

- » 1º Moda e acessórios;
- » 2º Beleza e perfumaria;
- » 3º Telefonia;
- » 4º Eletroportáteis;
- » 5º Eletrodomésticos.

Os itens com maior faturamento foram:

- » 1º Telefonia;
- » 2º Eletrodomésticos;
- » 3º Eletrônicos;
- » 4º Informática;
- » 5º Móveis.

Sobre os itens mais adquiridos, os eletroportáteis ocuparam as primeiras posições. Os que mais se destacaram foram aspiradores de pó e airfryers.

Algo recorrente em relação aos outros anos é que o cartão de crédito foi a principal forma de pagamento. Mais de 82% pagaram com crédito. Aliás, houve um acréscimo de 2,4% para pedidos parcelados em até 10 vezes e uma queda de 2,5% para pagamentos à vista.

No caso do e-commerce, além da promoção, o frete grátis é um diferencial. Afinal, 66% dos pedidos contaram com a entrega gratuita. Além disso, cabe destacar que o atraso no traslado foi a principal fonte de reclamações pelos consumidores, com índice de 19,9%.

Por fim, o perfil dos consumidores também foi analisado. Cerca de 57% dos pedidos foram feitos por mulheres. O maior volume de pedidos, ou seja 34,7%, veio dos compradores de 36 a 50 anos. Contudo, os clientes com mais de 51 anos consumiram 12,4% a mais do que na edição de 2020.

É a prova de que o e-commerce está conquistando o público mais velho. Agora que você já sabe sobre os principais dados sobre o evento 2021, é hora de apontar as expectativas para a próxima edição.



O que esperar da Black Friday 2022?

O mercado nacional está com ótimas expectativas para a Black Friday 2022. Um dos principais motivos é a Copa do Mundo de Futebol, que será realizada no Catar, no mesmo período da semana de ofertas. Afinal, é uma ótima oportunidade para adquirir uma TV de última geração para acompanhar os jogos da seleção.

O Google Brasil encomendou uma pesquisa com o Instituto Ipsos sobre a Black Friday de 2022. Dentre as principais informações, podemos destacar:

- a) 71% dos entrevistados pretendem realizar alguma compra, representando um acréscimo de 29% em comparação a 2021;
- b) O consumidor continua focado no ambiente digital: 72% dos entrevistados afirmaram que realizaram compras no comércio digital nos últimos seis meses;
- c) 68% da classe C afirmou ter intenção de comprar na Black Friday, um acréscimo de 32% em relação ao ano anterior;
- d) Nas classes A e B, foi constatado um aumento de intenção de compra de 23%;

e) Tendo em vista as dificuldades do cenário econômico, como inflação e a alta dos juros, o consumidor tende a buscar produtos mais baratos, sem perder de vista a qualidade.

Além do Google, o portal Reclame Aqui também realizou uma pesquisa sobre a Black Friday. As principais informações são:

- a) 74,4% dos entrevistados apontam que o fator mais relevante é o preço;
- b) 73% preferem descontos em eletrônicos, eletrodomésticos e eletroportáteis;
- c) 38,2% desejam comprar itens à vista, ainda que sejam de alto valor, desde que haja um desconto relevante;
- d) Em relação a 2021, 80% dos entrevistados declararam satisfação com as compras, mas 39% deixaram de adquirir por causa do preço do frete.

A pesquisa do portal Nuvemshop revelou que 50% dos empreendedores entrevistados esperam um aumento de, no mínimo, 30% do faturamento em novembro em relação a outubro deste ano. Os dados da Associação Brasileira do Varejo (ABV) mostram que as datas comemorativas devem aumentar as vendas em 12% em comparação ao primeiro semestre. Além disso, podem injetar mais de R\$ 20 bilhões na economia.

Uma pesquisa realizada pela Globo e disponibilizada na Plataforma Gente apontou que 50% dos consumidores pretendem fazer alguma compra na Black Friday de 2022. É um acréscimo de 3% em relação a 2021. Além disso, 65% da Classe A pretende adquirir algum produto. A partir das pesquisas, concluímos que o cenário para a Black Friday 2022 é otimista, mesmo com as oscilações no campo econômico. Ao que parece, o consumidor está mais consciente e planeja adquirir os produtos certos, desde que as condições sejam favoráveis. Para conquistar esse cliente, conheça as dicas para melhorar o seu faturamento na próxima Black Friday.



Dicas para faturar mais na Black Friday de 2022

Para aproveitar a Black Friday, é fundamental ter um plano de ações. Para te ajudar, selecionamos algumas dicas para melhorar o desempenho da sua empresa.

» Planejamento é fundamental

O planejamento é um pilar fundamental para o bom desempenho de qualquer negócio. Tanto é que se faz necessário a edição do plano de negócios para direcionar a criação e o desenvolvimento de uma empresa. O mesmo se aplica à Black Friday: o plano de ações é essencial para ter o melhor aproveitamento possível.

Afinal, é preciso ajustar os processos internos para atingir a satisfação do cliente. Portanto, as equipes do comercial, de atendimento, marketing, logística, dentre outras, precisam estar alinhadas.

A definição dos objetivos, metas e a escolha dos produtos fazem parte do planejamento. Lembre-se de fixar metas que sejam reais; não adianta buscar um aumento de 400% nas vendas em um único dia. Isso é impossível e pode frustrar toda a equipe. Por fim, não perca o controle dos seus resultados. Sacrificar a margem de lucro por causa de algumas vendas extras pode ser prejudicial no longo prazo.

» Ofereça descontos reais

Há uma piada sobre a Black Friday que diz: “oferecemos um desconto de metade do dobro”. Fuja desta prática. Os consumidores estão cansados de ofertas vazias e mentirosas. Portanto, forneça descontos reais, mas sem prejudicar a sua margem de lucro.

Desse modo, opte por selecionar os produtos promocionais. Verifique os que têm melhor margem de lucro ou que estão parados no estoque. Afinal, a Black Friday é uma ótima oportunidade para faturar em cima das mercadorias que não foram vendidas.

Confira algumas ideias para melhorar a sua oferta de promoções:

- a) Cupons de desconto;
- b) Kit de produtos;
- c) Frete grátis;
- d) Brindes e amostras grátis;
- e) Descontos progressivos;
- f) Cashback.

» Divulgue a Black Friday

Quem não é visto não é lembrado. Portanto, para garantir a visibilidade das suas ofertas, é necessário criar uma campanha de marketing para divulgar as suas promoções na Black Friday.



Nesse caso, o marketing digital pode ser um ótimo aliado, mesmo para estabelecimentos que atuam exclusivamente no ambiente físico. Afinal, a propaganda no ambiente digital já mostrou sua eficiência, principalmente em razão da análise de métricas.

Ainda sobre a divulgação, há lojas que aderem à Black Week. Ou seja, a oferta de descontos se estende por toda a semana. É uma prática comum e muito proveitosa para a maioria dos empreendimentos.

» **Treine a sua equipe**

Não basta planejar o seu estoque, as promoções e a divulgação se a equipe não está preparada. A Black Friday costuma aumentar o volume de vendas, sendo assim, é fundamental que toda a equipe esteja pronta.

Um e-commerce e uma loja física contam com equipes diferentes, mas as duas precisam ser treinadas para a situação. Enquanto no primeiro caso, o time precisa ser ágil para atender a todos os canais de venda, no segundo, ele precisa ser empático, proativo e lidar muito bem com os imprevistos.

Afinal, o bom atendimento é um diferencial em qualquer estabelecimento. Isso pode melhorar o faturamento, diminuir a desistência das vendas e, principalmente, fidelizar o cliente. Preparar a equipe não é uma exclusividade para a Black Friday, mas a estratégia deve acompanhar a empresa durante toda a atuação.

» Dê atenção para a logística

Esse ponto é crucial para os e-commerce e os estabelecimentos físicos que trabalham com entrega. Aliás, um dos pontos que chama o consumidor é o frete grátis. É um dos benefícios mais bem vistos entre os clientes.

Contudo, todas as outras empresas também se preocupam com a logística. Sendo assim, é provável que haja imprevistos, como a indisponibilidade de transportadores e filas nos correios. A seguir, conheça algumas medidas que podem ajudar a superar os problemas de transporte:

- a) Realize testes com outras transportadoras para saber com qual você pode contar;
- b) Considere contratar temporários e criar novas jornadas de trabalho;
- c) Treine os colaboradores responsáveis pela logística e automatize tudo que for possível para facilitar e agilizar o processo.



Considerações Finais

A Black Friday chegou no Brasil para ficar. Apesar de todas as adversidades, é uma ótima oportunidade para faturar mais, renovar o estoque, treinar a equipe, melhorar os processos internos, dentre outras questões.

O Sebrae está disposto a ajudar a sua empresa a conquistar os melhores resultados na Black Friday. Sendo assim, entre em contato com a unidade mais próxima e conheça nossas opções de treinamento.

Referências Bibliográficas

AFFONSO, Bruno. BUSCHINELI, Juliana. COSTA, Camila. O que esperar da Black Friday 2022? Disponível em:

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/tendencias-de-comportamento/commerce-connections-black-friday-2022/> Acesso em 08 de outubro de 2022.

AMORIM, Paulo. Black Friday 2022: brasileiros estão com boas expectativas para a edição deste ano. Disponível em:

<https://fdr.com.br/2022/10/02/black-friday-2022-brasileiros-estao-com-boas-expectativas-para-edicao-deste-ano/> Acesso em 08 de outubro de 2022.

BLACK FRIDAY. Quando é o dia oficial da Black Friday 2022? Disponível em:

<https://www.blackfriday.com.br/> Acesso em 08 de outubro de 2022.

PAGAR.ME. Black Friday 2021: resultados e aprendizados desta edição. Disponível em:

<https://pagar.me/blog/black-friday-2021-resultados-e-aprendizados/> Acesso em 08 de outubro de 2022.

PAGAR.ME. Quando é a Black Friday? Data em 2022 e como se preparar para o evento. Disponível em: <https://pagar.me/blog/quando-e-a-black-friday/> Acesso em 08 de outubro de 2022.

SANT`ANA, Larissa. Para as empresas, a Black Friday 2022 já começou. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2022/10/04/empresas-black-friday-2022-comecou/> Acesso em 08 de outubro de 2022.

SILVA, Gustavo de Andrade. Black Friday 2022: Quais as expectativas para este ano? Disponível em:

<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/black-friday-2022-quais-as-expectativas-para-este-ano> Acesso em 08 de outubro de 2022.

