

**e-Book**

**Vendas**

A smiling woman and man standing in a clothing store. The woman is in the foreground, wearing a light blue button-down shirt, and the man is behind her, wearing a blue and white plaid shirt. They are both smiling and looking towards the camera. The background shows clothing racks and shelves.

**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;

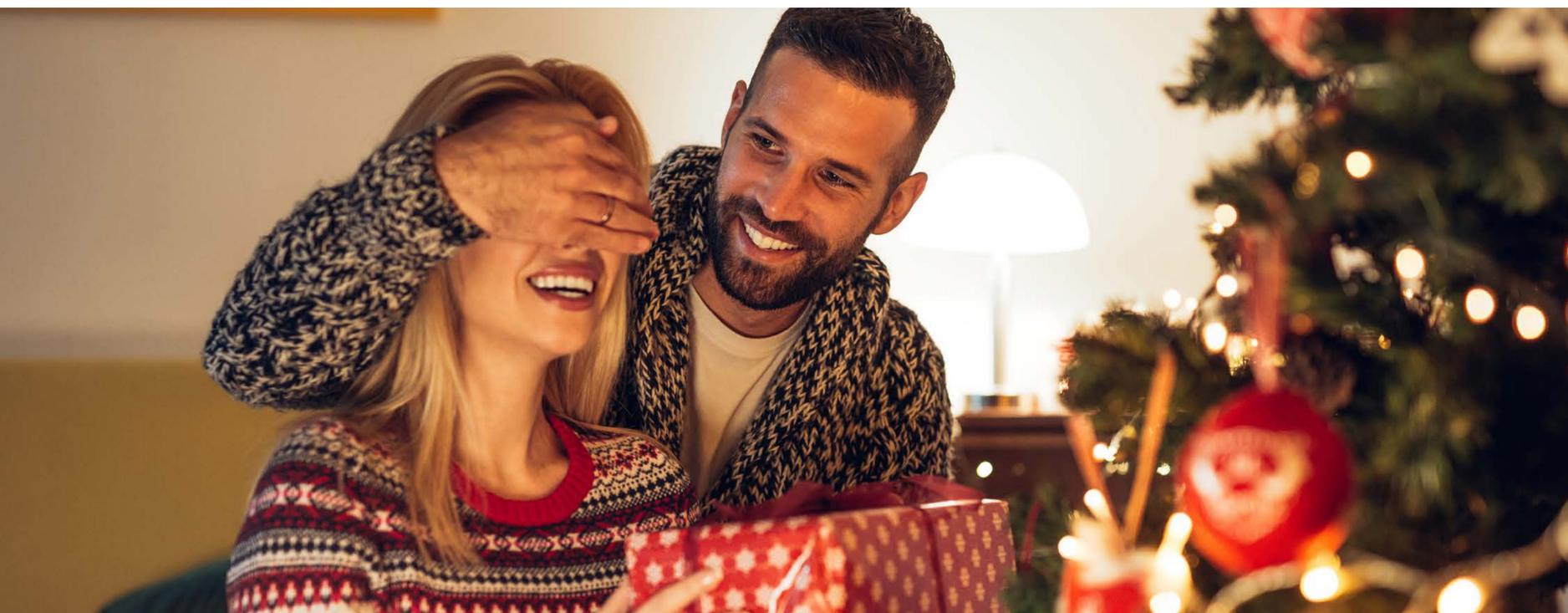


- Planeje o pós-venda com vistas à fidelização;



- 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](http://www.sebrae.com.br)*