

Dicas imbatíveis para o Comércio vender mais na Black Friday 2024

Os 7 passos que podem alavancar os lucros e garantir resultados positivos na data e nos meses seguintes



A Black Friday deste ano está marcada para o dia 29 de novembro — e para maximizar as vendas, os comerciantes precisam se preparar desde já. Ainda que a edição de 2023 tenha amargado uma queda de 15% no comércio eletrônico, a data segue sendo importante para o varejo. Atualmente, economia está mais favorável, com aumento do consumo e redução da inadimplência, gerando otimismo.

O caminho para o sucesso em 2024 é o planejamento! Mesmo em edições fracas, como a do ano passado, quem antecipou a Black Friday com ações promocionais durante a semana e o mês de novembro (Black Week/November), conseguiu bons resultados, pois as compras foram diluídas.

Confira, abaixo, sete passos fundamentais para preparar o seu negócio para a data promocional e colha melhores frutos, não apenas em novembro, mas também nos meses seguintes.

1. Planejamento antecipado

Com menos de 90 dias para a Black Friday, é fundamental que as empresas comecem a ajustar operações e estratégias de venda. A primeira dica é iniciar promoções antes da data, como a Black Week, que dilui as compras ao longo do mês e aumenta a atração dos clientes. Quem adotou essa estratégia em 2023 conseguiu bom desempenho.

2. Fortaleça e-commerce e estoques

Se a sua empresa ainda não vende online, é o momento de começar. Aproveite os marketplaces! Reforce o estoque dos produtos mais vendidos, negocie com fornecedores e amplie os canais de vendas, incluindo aplicativos de delivery, como iFood e Rappi. Cuide também da precificação, evitando aumentos bruscos antes da data, que podem manchar a imagem da empresa com promoções consideradas falsas.

3. Invista no visual e na experiência do cliente

A apresentação da loja, física ou virtual, é importante para atrair público. Decore o ambiente e aproveite a oportunidade para fidelizar, enviando junto aos pedidos materiais promocionais, como panfletos com informações de contato, cupom de desconto para uma próxima compra ou mesmo um cartão personalizado. Lembre-se, ainda, de revisar o portfólio, eliminar os produtos com baixa demanda e manter os itens mais atrativos em destaque.

4. Atraia e engaje nas redes sociais

As redes digitais são grandes aliadas durante o período. Planeje os posts com antecedência, foque nas promoções e crie conteúdos dinâmicos, como vídeos

criativos dos colaboradores divulgando ofertas. Durante o mês de novembro, altere a identidade visual das páginas, lançando mão de cores que remetam à Black Friday, e adapte a comunicação para engajar mais o público.

5. Ponto de venda e meios de pagamento

Na semana da Black Friday, aplique os descontos planejados, organize o ponto de venda e incentive o pagamento por PIX, que traz benefícios tanto para o lojista quanto para o consumidor. A confirmação rápida desse meio de pagamento ajuda a evitar problemas com estoque, que podem ocorrer no caso de boletos.

6. Pós-venda e fidelização

O trabalho não termina com a venda. Um bom pós-venda é essencial para fidelizar os consumidores. Garanta que os pedidos sejam entregues rapidamente, sem erros e com embalagens cuidadosas. Incentive os clientes a avaliar as compras e esteja preparado para responder de forma educada a qualquer reclamação.

Não se esqueça, ainda, de mandar um panfleto com a sua marca e seus canais de atendimento. Se a sua empresa já conta com um e-commerce próprio, ofereça um cupom de desconto para a primeira compra.

Depois das vendas, fique atento aos canais de atendimento para possíveis trocas e devoluções e, considerando o elevado número de pedidos, aos prazos de entrega. Se houver atraso, cobre o marketplace ou a transportadora sobre o problema, afinal, é a imagem da loja que será prejudicada.

7. Balanço e melhorias futuras

Na semana seguinte, faça um balanço dos resultados da Black Friday, tanto em termos financeiros (apurando o faturamento e o lucro) como em relação às métricas importantes para o gerenciamento do negócio — conversão, por exemplo. Faça um ranking dos produtos mais vendidos e dos pontos que precisam ser melhorados, uma vez que essas informações poderão ser úteis para o planejamento da campanha do ano seguinte.

Semana Black Friday

Planejar uma semana inteira de descontos pode ser uma importante estratégia para vender gradualmente e aproveitar melhor a data. Veja quatro ações que podem fazer a diferença.

- Aplicar os descontos que estavam planejados.
- Postar os pedidos o mais rápido possível.
- Verificar possíveis rupturas de estoque e de materiais para a preparação dos pedidos (caixas, fitas adesivas etc.).
- Checar possíveis falhas de integração entre o sistema da loja e o marketplace para evitar a venda de um produto que não tenha em estoque e que seja de difícil reposição, resultando no cancelamento da operação.

A Black Friday ainda se mostra uma grande oportunidade para os comerciantes, mesmo após anos desafiadores. Com o consumo em alta e a economia aquecida, as expectativas são positivas. Antecipar-se, investir em boas estratégias e oferecer uma ótima experiência ao cliente são os passos para garantir sucesso no fim de ano.