

Calendário E-Commerce 2023



Índice

| | | | |
|-----------------|-----------|--------------------------|-----------|
| Parceiros _____ | 3 | Junho _____ | 29 |
| Guia _____ | 4 | Julho _____ | 33 |
| Agenda _____ | 5 | Agosto _____ | 36 |
| Janeiro _____ | 6 | Setembro _____ | 41 |
| Fevereiro _____ | 8 | Outubro _____ | 45 |
| Março _____ | 13 | Novembro _____ | 47 |
| Abril _____ | 20 | Dezembro _____ | 53 |
| Maio _____ | 26 | Sobre os parceiros _____ | 58 |

Especialistas

Sabemos o quão importante são as datas sazonais para alavancar o faturamento de um e-commerce, mas como se destacar no digital com inúmeros concorrentes investindo agressivamente? Como ganhar notoriedade e preferência quando nos deparamos com um mercado cheio de possibilidades e opções?

Para te ajudar a aplicar estratégias assertivas, se destacar da concorrência e aproveitar ao máximo todas as oportunidades sazonais de 2023, reunimos insights de mercados de grandes players do ecossistema de e-commerce para que você consiga se organizar e otimizar seus resultados. **Confira os especialistas responsáveis pelos melhores insights do mercado:**



Especialistas em e-commerce há mais de 10 anos, a Yooper é uma agência de marketing de performance com soluções 360°.



É a plataforma de e-commerce do grupo olist. Através de tecnologia omnichannel, conectamos o varejo físico e digital, e contribuímos para a escalada de crescimento das marcas.



É uma plataforma de Automação de Marketing e CRM dedicada exclusivamente ao e-commerce.

Guia

Mapeamos as datas de acordo com o seu nível de importância e, para garantir a melhor experiência, desenvolvemos um guia de cores para diferenciá-las. Veja abaixo:



Feriados



Datas de Nicho



Datas Importantes



Essenciais E-commerce

Agenda

Para garantir que não irá perder nenhuma data estratégica para trabalhar com o seu E-commerce, você pode integrar as datas do Calendário de E-commerce 2023 com o seu Google Agenda. Além disso, também pode baixar um template para customizar de acordo com as necessidades do seu negócio toda a programação de 2023.



[Acessar template editável](#)



[Integrar](#)

Janeiro

| Dom | Seg | Ter | Qua | Qui | Sex | Sab |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| 29 | 30 | 31 | | | | |

 Feriados

 Datas de Nicho

 Datas Importantes

 Essenciais E-commerce

Feliz Ano Novo! Com os novos 365 dias chegando, esse é um dos momentos em que o consumidor está mais propenso a adquirir novos produtos. No final das contas, ano novo, vida nova.

Entretanto, neste mês, **alguns consumidores podem enfrentar algumas dificuldades em desembolsar dinheiro.** Em janeiro, algumas famílias precisam se preocupar com as famosas “contas de começo de ano”, como material escolar, IPTU e o IPVA.

Por isso, alguns negócios podem se beneficiar com a aplicação de algumas promoções já nos primeiros dias de 2023.

01 Confraternização Universal

Embora essa seja uma data na qual o comércio físico esteja, geralmente, fechado, as lojas virtuais (e-commerce) podem garantir várias visitas. O primeiro dia do ano pode ser ótimo para começar com as promoções e mostrar o que “vem por aí” em questão de tendências e estilos.



Pedro Paranhos - edrone

“O início do ano é época de fazer **promoções de queima de estoque**, promovendo o que não foi vendido na Black Friday e no Natal. A dica aqui é implementar automações de pós-venda, cross-selling e recuperação de clientes que não visitam a loja há mais de um mês (ou seja, não compraram nestas datas comemorativas, mas podem se interessar agora que os produtos estão com desconto)”.

07 Dia do Leitor

O dia 7 de janeiro vem como uma data para homenagear os leitores, sendo uma ótima oportunidade para quem está no ramo da leitura. Então, não poupe esforços para agradar esse público tão fiel e apaixonado.

“As ferramentas da edrone no mercado de livros tem um impacto de 19,7% no faturamento do negócio virtual, aumentando em 250% o número de clientes recorrentes (que fazem mais de uma compra em 12 meses).

Por isso, **a nossa dica é: o envio de newsletters personalizadas** com indicação de produtos para clientes cadastrados no CRM dos e-commerces pode ser uma boa estratégia para o Dia do Leitor, claro, um cupom de desconto é ainda melhor. As campanhas de Newsletter que usam a ferramenta de Edrone no segmento de livros tem uma receita média de R\$ 13.523,62.



Anna Neiva - edrone

19 Dia do Cabeleireiro

Hoje pode até ser o Dia do Cabeleireiro, mas quem pode ganhar um desconto é o seu cliente! Embora seja uma data extremamente de nicho, **ele pode render alguns conteúdos nas redes sociais, fazendo com que seus clientes engajem com a sua loja na internet.**

Fevereiro

| Dom | Seg | Ter | Qua | Qui | Sex | Sab |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 29 | 30 | 31 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| 26 | 27 | 28 | | | | |

Fevereiro tem o quê? **Apenas uma das maiores festas populares do mundo, que exige muito samba no pé e fôlego para aguentar quatro dias de festa!** O Carnaval é, sem sombra de dúvidas, o chamariz deste mês.

Por ser um mês curto e majoritariamente alegre, você pode encontrar diversas oportunidades para atrair novos clientes para o seu negócio!

 Feriados

 Datas de Nicho

 Datas Importantes

 Essenciais E-commerce

14 Valentine's Day

No Brasil, nós falamos português, mas a linguagem do amor é universal! Então, por que não aproveitar o Valentine's Day, o famoso Dia dos Namorados comemorado nos Estados Unidos e em outros países? **Não vai faltar gente para comprar um presente especial para o seu bem querer!**

“Apesar do dia dos namorados ser comemorado apenas em Junho aqui no Brasil, a data do Valentine's é uma boa oportunidade para gerar uma receita extra educando/informando seu público sobre a data. Já vimos este movimento acontecer com datas tradicionalmente americanas, como o Halloween, onde o mercado brasileiro tem uma boa resposta em termos de conversão.

A dica aqui é trabalhar com criativos e copys informando a data e cruzando com kits e produtos selecionados para a ocasião. Trabalhar no topo do funil, com campanhas de awareness, pode ser bom para fazer essa comunicação quanto a data. Entretanto, o ideal ainda é trabalhar campanhas de fundo de funil (conversão) e customizar seus criativos e copys para cumprir esse papel mais "educacional". Explore carrosséis com molduras personalizadas e criativos que transmitam a data através do visual. E por fim, não se esqueça da régua de email. Mandar antecipadamente as melhores ofertas de Valentine's pode ajudar bastante a aquecer sua base”.

Confira também: [Como o e-mail marketing pode impulsionar as vendas do seu e-commerce.](#)



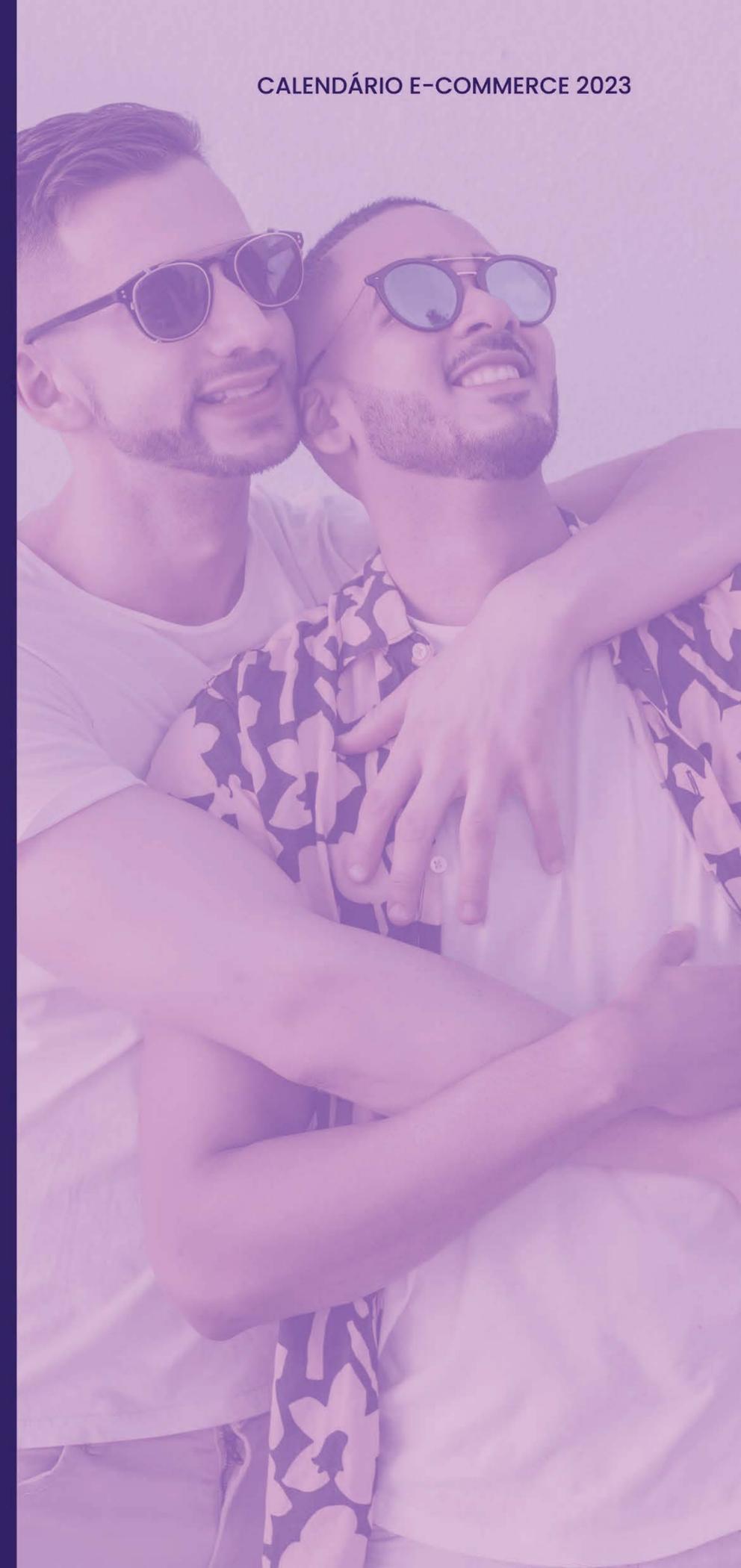
Leandro Gorzoni – Yooper

14 Valentine's Day

"O Valentine's Day é uma data da cultura americana com grande potencial de movimentar o seu negócio, além de divulgar os descontos em redes sociais, e-mails, WhatsApp, campanhas de Ads e nas lojas físicas, utilize também a personalização de banners para que todos os visitantes do seu E-commerce fiquem por dentro das promoções!"



Denis Osório - VNDA



24 Carnaval

Carnaval é sinônimo de festa, curtição, alegria e extravagância. Então, por que não tornar essa data como uma oportunidade para vender mais? **Mas, lembre-se: são quatro dias de folia que podem acarretar em poucas vendas se a sua estratégia não for bem pensada.**

“Para o Carnaval a dica principal é atenção redobrada com os orçamentos das campanhas. A tendência durante o Carnaval é vermos taxas de conversão extremamente baixas (salvo para players que comercializam produtos diretamente ligados ao carnaval).

Se você divulga através de campanhas por CPA, a tendência do algoritmo é fazer algumas alterações, entendendo já essa oscilação de demanda. Portanto, foque bastante no fundo do seu funil.

Essa oscilação de demanda pode ser uma boa oportunidade para reduzir a intensidade nas demais etapas do funil e economizar parte de sua verba.

Cuidado com as campanhas de tráfego. Se for trabalhar com campanhas de tráfego em datas como Carnaval, lembre sempre de ter campanhas de remarketing atrelada a esse tráfego, pois a tendência é de baixa conversão nos dias de feriado, então você precisará "recuperar" o ROAS das campanhas nos dias seguintes”.

Veja: [Dicas para reduzir custos nas campanhas de mídia paga](#)



Leandro Gorzoni – Yooper

19 Dia do Esportista

O ano de 2022 foi marcado pela Copa do Mundo, mas 19 de fevereiro é o dia em que nós separamos para festejar todos os esportistas do Brasil e do Mundo. Por isso, players esportivos podem se favorecer – e muito – criando campanhas para seus clientes.

“Os atletas – amadores ou profissionais – buscam constantemente melhorar seu desempenho e estão sempre investindo em equipamentos novos e melhores. **Neste caso, o cross-selling e o up-selling podem ter um valor inestimável, aumentando significativamente o valor médio dos pedidos ao oferecer a cada usuário produtos compatíveis com o seu histórico de compras.** Isso é ainda mais importante no caso de praticantes assíduos de esportes, que costumam estocar acessórios e equipamentos da cabeça aos pés. Produtos adicionais certamente os deixarão felizes. Ao combinar Pop-ups e Web Layers com cenários de automação de e-mail, os clientes da edrone viram sua base de assinantes aumentar em 32,4%!



Anna Neiva - edrone

28 Dia da Ressaca

Você gosta de uma bebidinha? Então, temos uma data especial para o dia seguinte da bebedeira: 28 de fevereiro é comemorada o Dia da Ressaca. Essa data pode ser aproveitada por empresas de bebidas alcoólicas e como um meio de gerar interação com seus clientes.

Março

| Dom | Seg | Ter | Qua | Qui | Sex | Sab |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 26 | 27 | 28 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | |

Para muitas empresas, esse mês é conhecido como o Mês do Consumidor. Isso acontece porque no dia 15 de março é comemorado o Dia do Consumidor, uma data muito importante para o mercado. Assim, as marcas criam muitos descontos e vantagens para seus clientes, dedicando Março inteiro para quem faz o sucesso se tornar uma realidade.

 Feriados

 Datas de Nicho

 Datas Importantes

 Essenciais E-commerce

08 Dia da Mulher

No dia 08 de março é comemorado o Dia das Mulheres, sendo uma data para celebrar as conquistas femininas em todo o mundo. Entretanto, esse dia também serve para conscientizar a nossa sociedade sobre os desafios que as mulheres enfrentam todos os dias por conta do preconceito e reforçar no público feminino o orgulho por suas trajetórias e, claro, a **necessidade de investir em autocuidado, seja comprando ou sendo presenteada.**

“Não importa o seu segmento, você tem uma parcela considerável de vendas para o público feminino. E no dia 08, você tem uma ótima oportunidade para se posicionar e gerar vendas através dessas estratégias. Aqui vão algumas dicas para ter sua estratégia efetiva de dia das mulheres:

- 1 A primeira dica aqui é na **clusterização dos seus acessos**. Crie listas de remarketing em Facebook/Instagram e Google focada no público feminino. Trabalhe com listas maiores (60 a 90 dias) para resgatar esse público e gerar vendas através de antigos usuários.
- 2 Crie copys e criativos direcionados para este público **apresentando ofertas ou cupons de descontos aplicáveis somente para as mulheres.**
- 3 Trabalhe e leve essas ofertas/cupons para suas compradoras. **Faça-as se sentir recompensadas e reconhecidas não só pelo dia das mulheres, mas também por ser uma compradora da sua loja.** A Recompra é fundamental para o aumento de ROAS de suas campanhas, e trabalhar listas de mulheres compradoras nesta data pode ajudar e muito na conversão”.



Leandro Gorzoni - Yooper

08 Dia da Mulher



Pedro Paranhos - edrone

"A data é uma ótima oportunidade para trazer **histórias de mulheres empreendedoras no e-commerce**, exemplos de lojas comandadas por mulheres e/ou direcionadas ao público feminino. Além disso, você também pode apresentar sua operação, falando sobre a participação das mulheres para viabilizar estratégica e operacionalmente o sucesso do seu negócio".

"O Dia das Mulheres é uma grande oportunidade para que você construa **uma agenda positiva de relacionamento com o seu público**, sendo uma data perfeita para você trabalhar com cupons de desconto aplicados a clientes, em uma promoção que permita que a ativação ocorra com um perfil específico. Segmenta a base no seu CRM e dispare comunicações direcionadas para o seu público feminino."



Denis Osório - VNDA

20 Começo do Outono

Aqui, começamos a dar um "até logo" para o calor e damos um "alô" para o friozinho. O começo do Outono **pode ser uma oportunidade para mudar coleções e, quem sabe, a estética dos conteúdos** para se relacionar com o cliente.

15 Dia do Consumidor

O Dia do Consumidor é uma das datas mais importantes para o mercado. Então, não se sinta mal em transformá-lo em uma Semana do Consumidor ou, quem sabe, um Mês do Consumidor. Já pensou nisso?

“Essa é uma data super aguardada por todo o varejo, sendo a oportunidade de girar seu estoque e aumentar o volume de vendas. A principal dica para esta data é entender que o consumidor é Omnichannel, ou seja, ele trafega entre os canais e não está presente apenas em um único momento. A conversão é pensada e trabalhada através de vários pontos de contato, nos mais variados meios e canais. Quando entendemos que o consumidor é Omnichannel, precisamos adaptar a nossa comunicação como universal, principalmente quando falamos de datas gerais de conversão como é o Dia do Consumidor.

Defina com clareza como você vai se posicionar (cupom, ofertas destaque, desconto geral na loja, categoria específica, landing page, frete grátis etc). Com este posicionamento pronto, o próximo passo é definir como vai levar essa mensagem e com qual linha visual. Com copy's e criativos definidos, agora é a hora de desdobrar essa comunicação para os mais variados canais de mídia. Desde o seu Remarketing, passando pela news do seu CRM, até o seu post na rede social, eles precisam estar integrados e se comunicarem no mesmo sentido. Pode parecer uma tarefa simples, mas é muito comum um consumidor ver um Post, depois acessar o site e não encontrar a oferta do post que viu, receber uma news falando de outras ofertas e depois ser impactado por remarketing com um cupom que ele não fazia ideia que existia.

Cada mídia tem um formato e uma linha de divulgação que entendem que funciona mais. Por isso, nestas datas é importante forçarmos um pouco para que estes canais sigam uma diretriz e "falem a mesma língua".



Leandro Gorzoni - Yooper

15 Dia do Consumidor



Anna Neiva - edrone

“Use o Dia do Cliente para valorizar consumidores fiéis. Prolongue o período médio de retenção do seu cliente (duração média do relacionamento dos seus clientes com a sua loja - período entre o primeiro e o último pedido).

O cenário Programa de Fidelidade poderá manter os seus clientes comprando de você por mais tempo, uma vez que, quanto mais comprarem, mais incentivos receberão para continuar comprando. Ofereça cupons de desconto para clientes fiéis e vá além, mostre que quanto mais ele comprar, mais ele pode ganhar. Por exemplo, digamos que você tenha três limites (R\$ 200, R\$ 500 e R\$ 1.000). A jornada de um cliente fidelizado poderia ser mais ou menos assim:

Primeiro pedido: R\$ 150 – mensagem dizendo "só falta R\$ 50 para você ganhar uma recompensa!"

Segundo pedido: R\$ 80 – primeira mensagem de recompensa (limite de R\$ 200 foi ultrapassado)

Terceiro pedido: R\$ 120 – mensagem dizendo "só falta R\$ 150 para você ganhar uma recompensa!"

Quarto pedido: R\$ 260 – segunda mensagem de recompensa (limite de R\$ 500 foi ultrapassado)

Quinto pedido: R\$ 110 – mensagem dizendo "só falta R\$ 280 para você ganhar uma recompensa!"

Sexto pedido: R\$ 70 – mensagem dizendo "só falta R\$ 210 para você ganhar uma recompensa!"

Sétimo pedido: R\$ 230 – terceira mensagem de recompensa (limite de R\$ 1.000 foi ultrapassado).

Isso pode ser feito com uma ferramenta de automação de marketing conectada ao CRM da sua loja virtual, basta definir os parâmetros, apertar o play e a ferramenta vai fazer tudo para você!

Confira: [Programa de Fidelidade | Central de Ajuda edrone.](#)

15 Dia do Consumidor

"O Dia do Consumidor é a oportunidade perfeita para você **instigar a recompra para a sua base de clientes**, além de possibilitar a oportunidade de adquirir outros novos.

Quem já comprou de você, conhece a sua marca e valida o seu produto, ativar a promoção progressiva é uma ótima forma de incentivar o seu cliente a levar mais produtos e fidelizá-lo ainda mais. Para aqueles que nunca compraram da sua loja, recomendamos que você ative o famoso e tão utilizado cupom de 1ª compra."



Pedro Paranhos - edrone

"Também é uma oportunidade para focar na qualidade do atendimento e experiência (importância do CRM, Edrone Inbox) e reforçar os **aspectos positivos das políticas de frete e devolução**".



Denis Osório - VNDA



26 Dia do Cacau

Quem não gosta de um bom chocolate? Então, dia 26 de março é a data separada para comemorar a matéria prima desta dádiva gastronômica: o cacau. **Embora seja uma comemoração muito de nicho, ela pode ser uma ótima oportunidade para quem trabalha com esse fruto.**



Abril

| Dom | Seg | Ter | Qua | Qui | Sex | Sab |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 1 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | | | | | | |

Abril é o mês da Páscoa. Depois do agito do Carnaval e a calmaria da Quaresma, o mercado começa a perceber que o ano já está quase na sua metade e que o ano, na verdade, passou voando.

Tirando a Páscoa, Abril não é muito conhecido pelas suas datas especiais para o mercado.

Entretanto, ele se encontra entre dois meses muito importantes: Março com o Dia do Consumidor e Maio com o Dia das Mães.

 Feriados

 Datas de Nicho

 Datas Importantes

 Essenciais E-commerce



01 Dia da Mentira

Não caia nessa Fake News! Quem nunca fez uma pegadinha no Dia da Mentira, não é mesmo? Então, aproveite essa data para traçar um relacionamento com os seus clientes nas redes sociais e em outros canais de comunicação.

07 Dia Mundial da Saúde

A Organização Mundial da Saúde (OMS) criou o Dia Mundial da Saúde para criar uma conscientização em escala global sobre a importância do debate sobre o tema. **Para os players da área, essa pode ser uma oportunidade para criar uma comunicação com seus consumidores.**



Pedro Paranhos - edrone

“O setor de saúde está bombando no e-commerce. **A pandemia acelerou o processo, mas a tendência de crescimento continua firme e forte.**”

09 Páscoa

Feliz Páscoa para todos! Embora seja uma data cristã, a Páscoa quebra barreiras e é comemorada pela grande maioria dos brasileiros. Entretanto, por ser uma época para ficar com a família, o mercado precisa ser inteligente para conseguir faturar com a data.

"Para a Páscoa, a recomendação é parecida com o Carnaval. Atenção redobrada com os orçamentos das campanhas, **já que a tendência durante a Páscoa é vermos taxas de conversão extremamente baixas (salvo para players que comercializam produtos diretamente ligados à Páscoa).**

Se você divulga através de campanhas por CPA, a tendência do algoritmo é fazer algumas alterações, entendendo já essa oscilação de demanda. Portanto, foque bastante no fundo do seu funil. Pode ser uma boa oportunidade para reduzir a intensidade nas demais etapas do funil e economizar parte de sua verba.

Cuidado com as campanhas de tráfego também. Se for trabalhar com campanhas de tráfego em datas como a Páscoa, lembre-se sempre de ter campanhas de remarketing atrelada a esse tráfego, pois a tendência é de baixa conversão nos dias de feriado, então você precisará "recuperar" o ROAS das campanhas nos dias seguintes.

Nas semanas prévias da Páscoa, você pode usar a data como um gatilho para descontos especiais e ações específicas. Geralmente, um cupom ou Frete Grátis podem ajudar bastante a gerar o gatilho de conversão no seu público".



Denis Osório - VNDA

"A Páscoa é uma data muito relevante no varejo, com um segmento muito forte representando as vendas da data, o de **Doces e Chocolates**. No entanto, não fazer parte deste grupo, não necessariamente significa que você não possa participar da data. Aconselhamos você a procurar uma marca deste segmento para ser parceira. Elabore uma ação temática e ative promoções aplicadas no carrinho, oferecendo assim brindes ao longo do período que ocorre a Páscoa."



Leandro Gorzoni - Yooper

13 Dia do Beijo

"Que beijinho doce, foi ele quem trouxe de longe pra mim." Aí aí, o Dia do Beijo! Comemorado no dia 13 de abril, **essa data pode ser ótima para estimular a compra dos casais apaixonados**, gerando gatilhos com criativos e CTA.

14 Dia Mundial do Café

Está para nascer um povo tão viciado em café igual ao brasileiro. Por isso, temos razões de sobra para comemorar o Dia Mundial do Café. **Então, que tal criar um relacionamento com o seu cliente baseando-se nesta data?** Alguns "stories" e uma publicação no seu perfil podem ser suficientes.

22 Dia da Terra

Esse é o dia para lembrarmos que todos somos moradores de um só planeta: a Terra. Por isso, independentemente do país, todos temos responsabilidades para garantir o bem-estar do Mundo. Então, o Dia da Terra foi criado para conscientizar a população sobre a importância dos debates ecológicos para que tenhamos um futuro melhor em nossa Casa. Para empresas de ramos mais formais, trazer o debate sobre ESG e os impactos de sustentabilidade para empresas pode ser uma forma de mostrar o compromisso do seu negócio com o mundo, além de conscientizar a sua base e os seus clientes sobre os benefícios da sustentabilidade terem impactos sociais e financeiros.

24 Dia do Churrasco

A feijoada e o churrasco brigam para ver quem é a verdadeira paixão gastronômica nacional. Entretanto, nesse dia em especial, o churrasco ganha essa batalha! Mas, a pergunta que fica é: dá para fazer um churrasco na segunda-feira?

28 Dia do Frete Grátis



Anna Neiva - edrone

Depois do Dia do Consumidor, **essa é a primeira data muito especial do mercado**. No Dia do Frete Grátis, os e-commerces podem proporcionar diversos benefícios para os seus clientes, criando gatilhos para a compra.

“Aproveite o Dia do Frete Grátis para aumentar sua lista de inscritos na Newsletter. Inclua essa etapa no processo de compra e siga essa simples estratégia para não deixar seus novos inscritos escaparem!

Além de respeitar as regulamentações atuais de privacidade de dados, como a LGPD – evitando multas e penalidades, o que já deveria ser o suficiente para convencê-lo –, o processo Double Opt-in também ajuda a melhorar a entregabilidade dos e-mails reduzindo as chances de suas mensagens irem parar nas pastas de spam dos destinatários.

Mas o que você pode fazer quando um usuário assina a sua newsletter, mas não confirma o consentimento? Percebemos que alguns de nossos clientes estavam enfrentando esse problema, então decidimos fazer alguns testes para ver como isso poderia ser corrigido.

#spoileralert – descobrimos que uma estratégia simples conseguiu aumentar as confirmações de assinatura em até 20%. Basta enviar novamente a mensagem de confirmação apenas para os usuários que não confirmaram após a primeira mensagem. Os clientes da edrone conseguiram cerca de 20% mais assinantes apenas perguntando mais uma vez aos usuários se eles queriam confirmar sua assinatura.

Além disso, esses e-mails geraram receita adicional, embora não fossem voltados para vendas e não incluíssem recomendações de produtos. Confira [como tornar a sua inscrição em newsletter 20 vezes mais eficaz](#)”.

28 Dia do Frete Grátis

"O frete grátis é sempre uma boa oportunidade para aumentar suas vendas. Aproveitar essa data para girar seu estoque pode ser uma ótima opção. Se você possui produtos de baixo ticket, a dica aqui é atrelar o frete grátis a algum gatilho como uma compra mínima, por exemplo.

Uma outra opção é segmentar sua base para onde seu custo com frete é melhor, e geolocalizar a sua ação de frete grátis.

Por exemplo: se seu Centro de Distribuição está em São Paulo, trabalhar com Frete Grátis para Sudeste e rodar campanhas específicas para esta localização pode ser uma boa oportunidade para destravar compradores inseguros mesmo que suas compras sejam de baixo ticket".

Dia do Frete Grátis - [Clique e confira: Como otimizar a segmentação da sua base de leads](#)



Denis Osório - VNDA

"Se você tem um E-commerce, com certeza é uma data que vale a pena participar. **O dia (ainda) não é tão conhecido como os principais do varejo, mas é uma oportunidade para você vender aqueles itens que estão estagnados no estoque oferecendo frete grátis.**

Crie uma tag para a sua promoção e adicione os produtos que irão compor a sua seleção. De forma prática e rápida você terá um link e poderá ativá-lo por CRM, redes sociais e vendedores."



Leandro Gorzoni - Yooper

Maio

| Dom | Seg | Ter | Qua | Qui | Sex | Sab |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 30 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 28 | 29 | 30 | 31 | | | |

Maio é o mês das noivas, das mães e dos taurinos!

Para a felicidade do trabalhador, começamos esse mês com um feriado e temos comemorações especiais até o seu finalzinho.

No mercado, empresas de nicho podem encontrar muitas oportunidades, sendo um ótimo mês para os amantes de cultura pop.

 Feriados

 Datas de Nicho

 Datas Importantes

 Essenciais E-commerce

01 Dia do Trabalhador

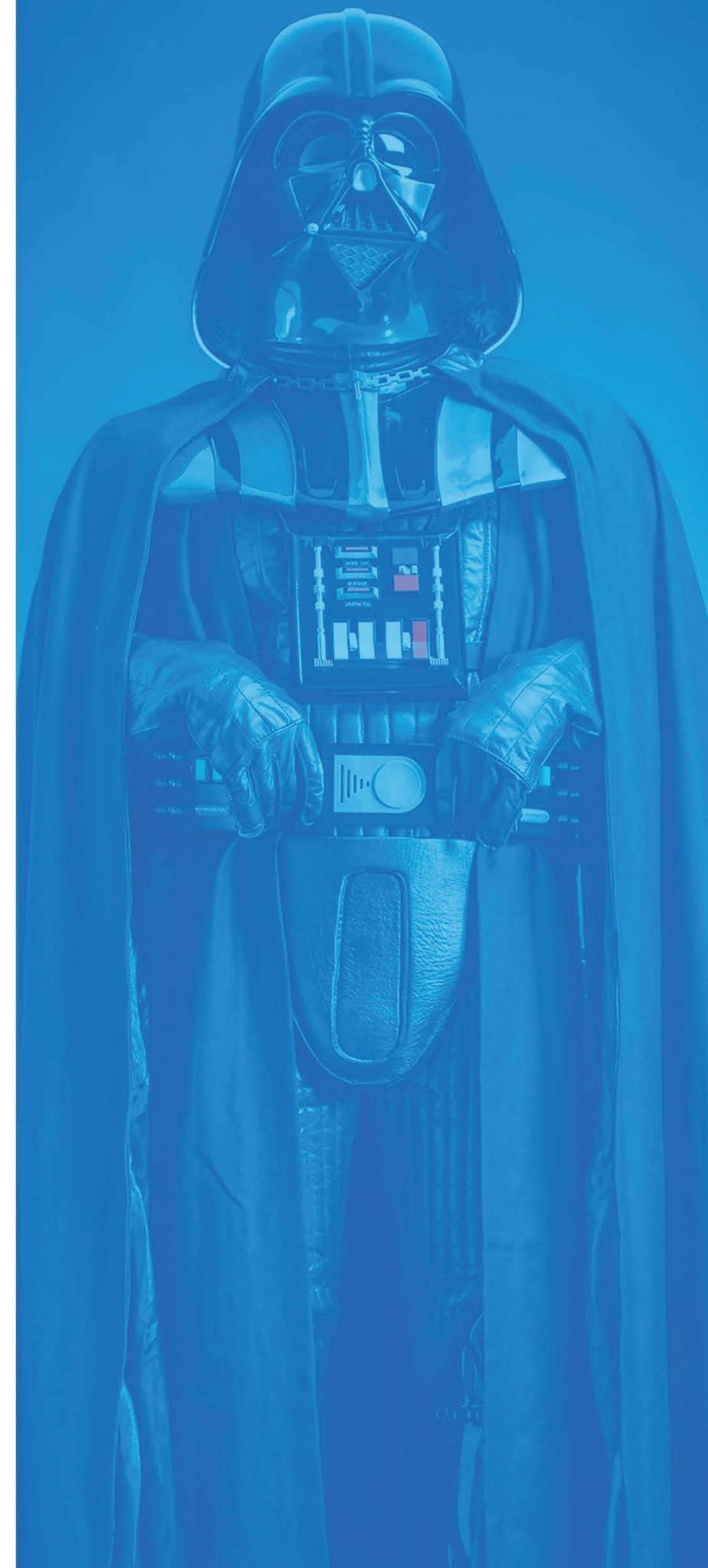
Neste dia, comemoramos o Dia do Trabalhador, sendo feriado em todo território nacional e em diversos países de todo o mundo. Por isso, essa é uma data **complicada para as vendas**, sendo mais utilizada para o descanso de milhões de brasileiros.

04 Dia do Star Wars

Por conta da sonoridade desta data em inglês, o dia 4 de maio foi definido como “Dia do Star Wars”. A saga espacial dos Skywalker foi um marco para a cultura pop e para a história do cinema, ganhando novos admiradores a cada ano que passa. **E quem não gostaria de comemorar esta data com um novo produto de Star Wars?** Então, neste dia, que a força esteja com você!

25 Dia do Orgulho Nerd

Abram alas para o Dia do Orgulho Nerd! Essa data é extremamente importante para as empresas que vendem **artigos de cultura pop e nerd, como lojas de quadrinhos e de decoração**. Não esqueça de dar um desconto neste dia, incentivando a compra de artigos para colecionadores.



14 Dia das Mães

Antes de mais nada, um parabéns para todas as mães que estão lendo esse conteúdo! Agora, que tal conferir algumas dicas de nossos especialistas?

"Dia das Mães é a terceira data mais importante do E-commerce, atrás apenas da Black Friday e do Natal. Por isso, é essencial que a sua marca tenha uma estratégia muito bem definida para essa data.

Ofereça cashback ao seu cliente no período de Dia das Mães e estimule a recorrência de compra, disponibilizando crédito em caráter de bônus."

**Denis Osório - VNDA**

"Uma das principais datas do varejo não pode ficar de fora de suas ações de marketing. A dica para ter um dia das mães de sucesso é casar um bom mix de produtos com divulgação e comunicação direcionada.

O primeiro passo é criar uma categoria ou uma seleção de produtos especiais para apresentar as mães (se seu mix de produtos não atende a possibilidade dessas opções de presentes, você pode pensar em um cupom de desconto e veicular uma ação mais genérica).

Com a landing page ativa e a seleção de produtos definida, é a hora de segmentar sua base. **A Recomendação aqui é trabalhar forte com campanhas de remarketing, explorando consumidores que já conhecem a sua marca e novos consumidores que já estão no fundo do funil (explore segmentos como "compradores envolvidos" e "compradores online" em suas campanhas de Social Ads para ajudar a segmentar melhor seu fundo de funil).**

Não esqueça de potencializar suas ações de anúncios, com um cronograma de disparos de Emails. Pense em pelo menos três disparos, um prévio à data, um na data e um após a data. No prévio, trabalhe com as top ofertas que você identificou no mix, na news da data trabalhe mais uma linha informativa parabenizando sua base e com opções de presentes para a última hora, e no pós envio, trabalhe com ofertas como um desconto prorrogado".

**Leandro Gorzoni - Yooper**

Junho

| Dom | Seg | Ter | Qua | Qui | Sex | Sab |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 28 | 29 | 30 | 31 | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | |

Chegamos na metade do ano! Daqui em diante, você vai piscar o olho e perceberá que já é Natal. Por isso, agora você já pode falar: "Nossa, esse ano não andou, ele correu!".

Junho é um bom mês para planejamentos. Afinal de contas, estamos falando sobre o fim de mais um trimestre, faltando apenas dois deles para o fim do ano.

 Feriados

 Datas de Nicho

 Datas Importantes

 Essenciais E-commerce

03 Dia da Bicicleta

Você sabia que existe um Dia Mundial da Bicicleta? Comemorado no dia 3 de junho, ele pode ser uma ótima oportunidade para as empresas do nicho, sendo uma maneira de atrair seus consumidores com preços mais atrativos e campanhas mais diretas.

04 Dia Mundial do Meio Ambiente

O Dia Mundial do Meio Ambiente deve ser uma data voltada para a **conscientização dos seus clientes**. Afinal de contas, com as mudanças climáticas ganhando força a cada ano que passa, é crucial que cada um faça o seu papel para salvar o planeta.

28 Dia do Orgulho LGBTQIA+

O Dia do Orgulho LGBTQIA+ nasceu por conta da Rebelião de Stonewall, na qual a comunidade Queer cansou da opressão que sofria por parte das autoridades e da polícia de Nova York. Foi por meio de um confronto que nasceu o Dia do Orgulho, no qual **pessoas de todas as siglas saem às ruas para expressar o sentimento de ser quem são!**

21 Dia do Inverno

Aqui, vamos dar as boas-vindas para mais uma estação: o Inverno. O clima seco e frio chega com tudo em junho, fazendo com que o brasileiro fique sonhando com o próximo verão. Essa data é importante para o varejo de roupas, que passará por mudanças de coleções e de demanda.

24 Dia de São João

Junho é o mês das Festas Juninas e das famosas e queridas quermesses, que esquentam o coração e o estômago dos brasileiros durante o frio do Inverno. Desde o dia 13 de junho, em que é comemorado o Dia de Santo Antônio, as Igrejas e Escolas marcam as suas Festas Juninas.

No dia 24 de junho, comemoramos o Dia de São João, outro Santo padroeiro das Festas Juninas de todo território nacional. **Já consegue sentir o gosto do quentão?**

12 Dia dos Namorados



Anna Neiva – edrone

Aqui, nós comemoramos o nosso Dia dos Namorados. Esta data é muito importante para o comércio, já que a busca por presentes cresce meteoricamente. Por isso, não espere chegar o dia 12 de junho para dar início às suas campanhas.

“Flores, Chocolates, Beleza & Saúde e Moda & Acessórios. **Se seu mix de produtos está em uma dessas 4 categorias, o Dia dos Namorados é fundamental para você gerar receita extra e girar seu estoque.** Uma dica para suas campanhas é filtrar por idade entre 18 a 28, onde temos maiores chances de fomentar a data encontrando com mais facilidade o público.

Não se esqueça de trabalhar o cross mídia, ou seja, a comunicação do seu Email, do Post e de suas artes no Google e Instagram precisam seguir a mesma diretriz”.



Leandro Gorzoni – Yooper

“Algumas dicas de como criar e-mails e mensagens SMS que seus clientes irão amar:

- **Use um assunto que chame a atenção** – esse é um dos principais fatores que influenciam a taxa de abertura;
- **Fale sobre os benefícios dos seus produtos** – lembrando que isso não é a mesma coisa que suas características. Por exemplo, em vez de falar sobre as características do tecido usado em uma peça de roupa, fale sobre como ela faz a pessoa se sentir;
- **Brinque com as palavras e faça comparações engraçadas.** Se fizer sentido para a sua marca, talvez você possa até mesmo brincar com argumentos mais “picantes”. A velha máxima de que “sexo vende” continua valendo! Só tome cuidado redobrado para não exagerar e acabar chocando ou ofendendo o seu público;
- **Destaque-se da multidão** – assine as newsletters dos seus concorrentes (sim, sério!) e pense no que você pode fazer de diferente em termos de conteúdo e visual; Ofereça descontos irresistíveis em sua campanha de Dia dos Namorados;
- **Prepare imagens originais para a campanha** (evite reutilizar materiais que você já usa normalmente) e que comuniquem com clareza os benefícios de sua campanha.

Confira [Dia dos Namorados: 10 dicas para vender mais no seu E-commerce \[2022\]](#).

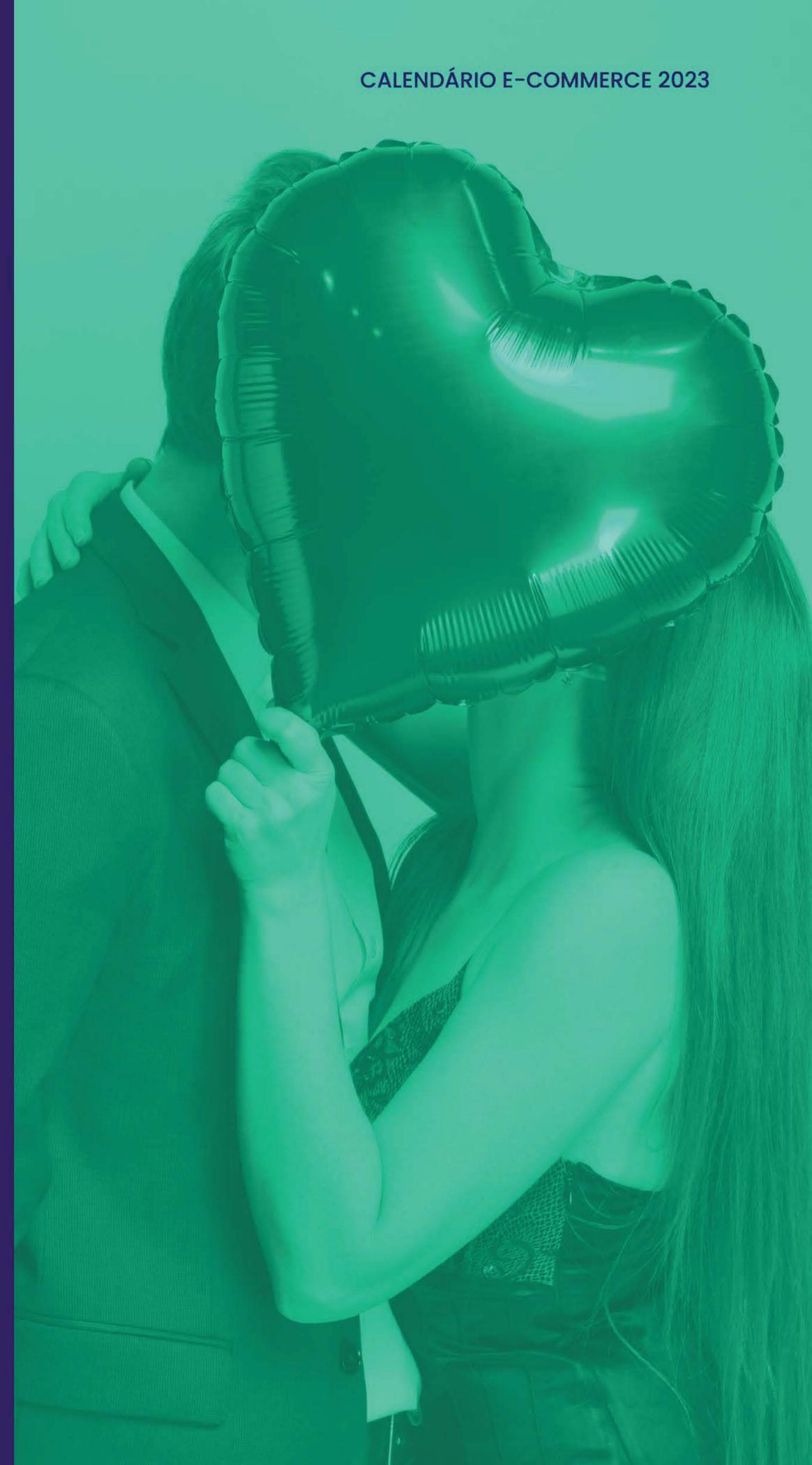
12 Dia dos Namorados

"O Dia dos Namorados é uma data com uma ótima relevância no varejo, e **também uma grande oportunidade para você aumentar as vendas da sua marca através da declaração de amor dos apaixonados.**

Peças de roupas idênticas em tamanho masculino e feminino são sempre um sucesso na data, crie produtos personalizados e ofereça uma promoção de leve 2 pague 1, os casais estarão combinando e o seu E-commerce faturando."



Denis Osório – VNDA



Julho

| Dom | Seg | Ter | Qua | Qui | Sex | Sab |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | 31 | | | | | |

Começamos o segundo semestre com foco voltado ao planejamento de datas muito importantes, **como a Black Friday**. Desde muito cedo é preciso deixar tudo pronto para que a sua loja possa tirar o maior proveito possível e lucrar ainda mais com a data.

 Feriados

 Datas de Nicho

 Datas Importantes

 Essenciais E-commerce

7 Dia Mundial do Chocolate

Julho também é um mês voltado a diferentes nichos, como o Dia do Chocolate, **onde as lojas de doces podem aproveitar as oportunidades do mês para vender mais.** Que consumidor não adora uma desculpa para presentear quem ama com chocolate?

10 Dia da Pizza

No Dia da Pizza, **restaurantes e pizzarias podem se favorecer para vender os melhores sabores de pizza** com preços exclusivos do dia, e lucrar ainda mais nesta data.

13 Dia do Rock

Lojas de instrumentos e outras empresas podem usar o Dia do Rock para celebrar a música e promover seus produtos e serviços, fortalecendo a relação entre marca e consumidor. Campanhas envolvendo o rock e a música são ideais para chamar a atenção do consumidor neste momento.

16 Dia do Comerciante

O Dia do Comerciante também é uma data onde as marcas podem fortalecer o relacionamento com o cliente. **Aqui, podemos produzir conteúdos para redes sociais sobre agradecimento aos trabalhadores ou depoimentos reais de comerciantes.**

19 Dia Nacional do Futebol

O futebol está no coração do brasileiro, e não tem como deixar o Dia Nacional do Futebol passar batido. Lojas esportivas podem se favorecer ao criar campanhas voltadas para o dia do esporte mais popular do planeta.

20 Dia do Amigo

O Dia do Amigo é uma oportunidade de criar valor de marca. Se você quer atrair novos clientes e engajar o seu público, esta data é uma das mais adequadas. Trabalhe com mensagens institucionais, cupons de descontos personalizados, promoções como “indique um amigo e ganhe” entre outros.

“No Dia do Amigo, ofereça uma promoção especial que irá beneficiar a sua empresa, clientes e seus amigos. **Com o Programa Indique Um Amigo da edrone isso é possível e muito fácil.**

Você convida seus clientes para aderirem ao programa, os clientes que aceitam ganham um link único de indicação para compartilhar com seus amigos, o amigo acessa o link e faz uma compra usando o cupom de desconto que ele recebeu em um email de confirmação, o cliente indicador ganha um novo cupom de desconto como recompensa por ter recomendado a sua loja virtual. Esta é uma estratégia simples, porém poderosa, para aumentar seu faturamento, sua base de contatos, e a satisfação dos seus clientes.”



Anna Neiva - edrone

25 Dia do Escritor

Criadores de mundos mágicos e fantásticos também têm um dia de celebração. Utilize a data para dar visibilidade ao trabalho dos profissionais que se dedicam a educar, entreter e tecer universos através da escrita.

31 Dia do Orgasmo

Esta é uma data que vem ganhando destaque nas redes sociais, educando e incentivando a compra de produtos eróticos.

Trabalhe com campanhas utilizando influenciadores e profissionais que possam compartilhar o conhecimento no assunto, incentivando o autoconhecimento e o autocuidado.

Agosto

| Dom | Seg | Ter | Qua | Qui | Sex | Sab |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 30 | 31 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | |

O mês mais longo do ano traz um maior volume de compradores com a chegada do Dia dos Pais, uma data onde o consumidor está em busca de produtos para presentear a pessoa querida, gerando resultados significativos para a sua loja.

 Feriados

 Datas de Nicho

 Datas Importantes

 Essenciais E-commerce

5 Dia Internacional da Farmácia

Investir em ações promocionais em farmácias neste dia é uma técnica fundamental para despertar o interesse dos clientes. Aproveite a data para ofertar produtos e serviços, **além de educar o consumidor sobre a importância de cuidar da saúde e do bem-estar.**

8 Dia Internacional do Gato

O Dia Internacional do Gato é uma data importante para produtos e serviços voltados, não somente ao bichano, mas a todo o reino animal. **O segmento de animais domésticos vem crescendo a cada ano e, conseqüentemente, Pet Shops e indústria de alimentação animal devem trabalhar estratégias** em todo o mês para lucrar com a data.

11 Dia do Estudante

Além de ser uma data para lembrar a educação no Brasil, ela também **é uma ótima oportunidade para uma empresa estabelecer um diálogo com o consumidor** e fazer novas vendas, mesmo que ela não seja do ramo de educação. Vale utilizar as redes sociais para divulgar produtos e homenagear os futuros profissionais brasileiros.



13 Dia dos Pais

O varejo costuma ter aumento de lucro com a chegada do Dia dos Pais. Assim, você pode utilizar múltiplas estratégias de marketing para atingir o público em várias frentes, como landing pages promocionais, e-mails marketing de ofertas e conteúdos para blog voltados para esta data.

"O Dia dos Pais é outra data altamente presenteável e muito estratégica para 2023. Aconselhamos que você identifique os produtos do seu estoque que possuem potencial de venda para o dia e realize ações voltadas para esse nicho.

Promoções no subtotal do pedido e aplicadas apenas na etapa do carrinho são muito fortes em datas sazonais, sendo um ótimo gatilho de intenção de compra."



Denis Osório - VNDA

13 Dia dos Pais

“Assim como o Dia das Mães, o Dia dos Pais é uma das principais datas do varejo e não pode ficar de fora de suas ações de marketing. **A dica para ter um dia dos pais de sucesso é casar um bom mix de produtos com divulgações e comunicação direcionada.** O primeiro passo é criar uma categoria ou uma seleção de produtos especiais para presentear os pais (Se seu mix de produtos não atende a possibilidade dessas opções de presentes, você pode pensar em um cupom de desconto e rodar de maneira mais genérica a ação).

“Com a landing page ativa e a seleção de produtos definida, é a hora de segmentar sua base. A Recomendação aqui é trabalhar forte com campanhas de Remarketing, explorando consumidores que já conhecem a sua marca e novos consumidores que já estão no fundo do funil (explore segmentos como ‘compradores envolvidos’ e ‘compradores online’ em suas campanhas de Social Ads para ajudar a segmentar melhor seu fundo de funil).

“Não esqueça de potencializar suas ações de anúncios, com um cronograma de disparos de e-mails. Pense em pelo menos 3 disparos, 1 prévio a data, 1 na data e 1 pós data. No prévio, trabalhe com as top ofertas que você identificou no mix. Na News da data trabalhe mais uma linha informativa parabenizando sua base e com opções de presentes para a última hora. E no pós envio, trabalhe com ofertas em desconto como um ‘descontos prorrogados’.”

Confira: [Por que personalizar a experiência de compra no seu e-commerce?](#)



Leandro Gorzoni - Yooper

15 Dia dos Solteiros

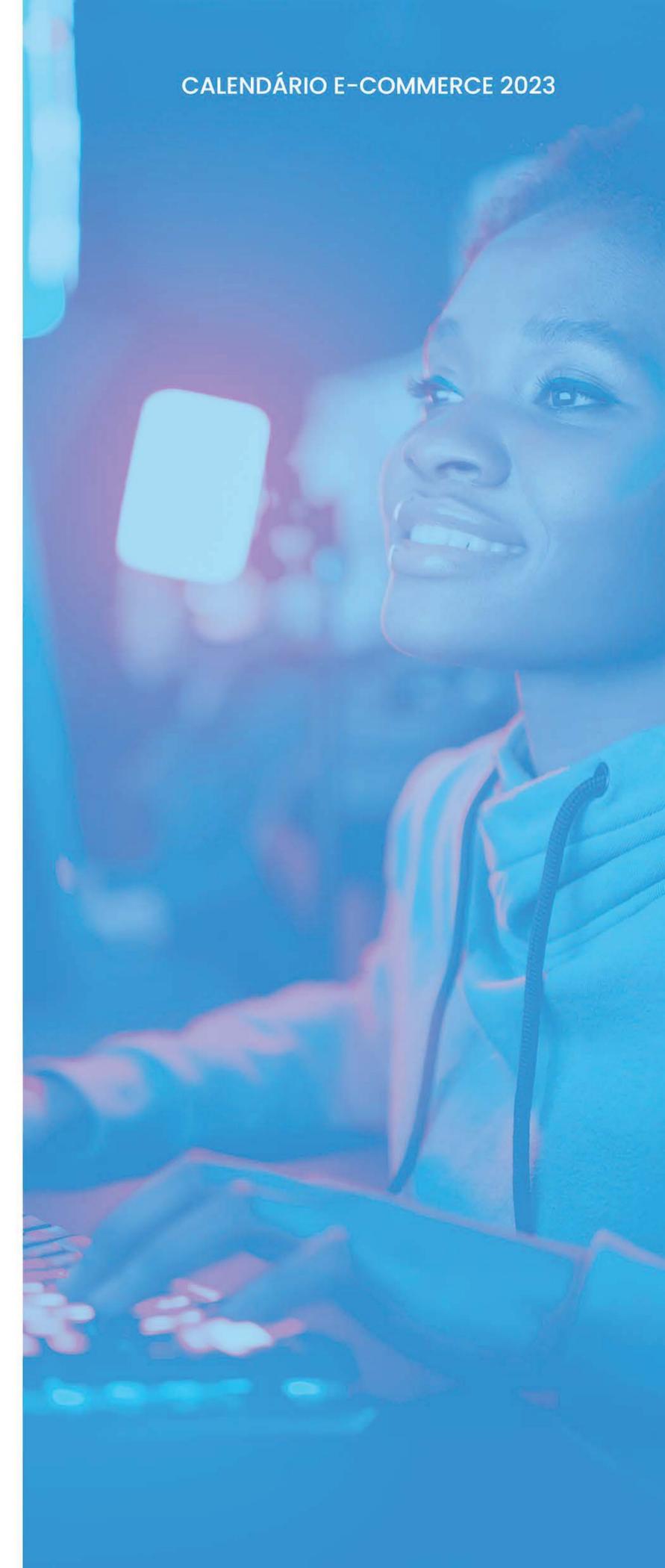
As pessoas livres também têm um dia para chamar de seu! **Aproveite a data para criar campanhas especiais** com o objetivo de conquistar os clientes solteiros e atrair o público para ações que a sua marca está desenvolvendo.

19 Dia Mundial da Fotografia

O Dia Mundial da Fotografia pode ajudar estabelecimentos que trabalham com linhas fotográficas a fecharem mais vendas. **Utilize a data para criar campanhas promocionais envolvendo impressão de fotos, convites fotográficos, cartazes e pôsteres**, por exemplo.

29 Dia Internacional do Gamer

O Dia Internacional do Gamer é uma data em que o comércio eletrônico costuma lucrar, então é fundamental criar campanhas e ações promocionais voltadas para jogos e esportes eletrônicos. **Crie conteúdos voltados aos principais jogos do momento para gerar engajamento.**



Setembro

| Dom | Seg | Ter | Qua | Qui | Sex | Sab |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 1 | 2 |
| 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |

Neste mês, ocorre o Dia do Cliente, uma data extremamente importante para o varejo. Esse é o mês ideal para criar campanhas e conteúdos com a finalidade de estreitar o relacionamento do consumidor com a sua marca.

Você também pode trabalhar com temas voltados ao Setembro Amarelo, divulgando conteúdos sobre saúde mental.

 Feriados

 Datas de Nicho

 Datas Importantes

 Essenciais E-commerce

5 Dia do Irmão

O Dia do irmão é uma das datas comemorativas de Setembro em que o e-commerce lucra melhor. Aproveite a data para divulgar promoções de produtos e pacotes de diferentes nichos para duas ou mais pessoas para incentivar a união e a celebração desta data entre irmãos.

7 Dia da Independência do Brasil

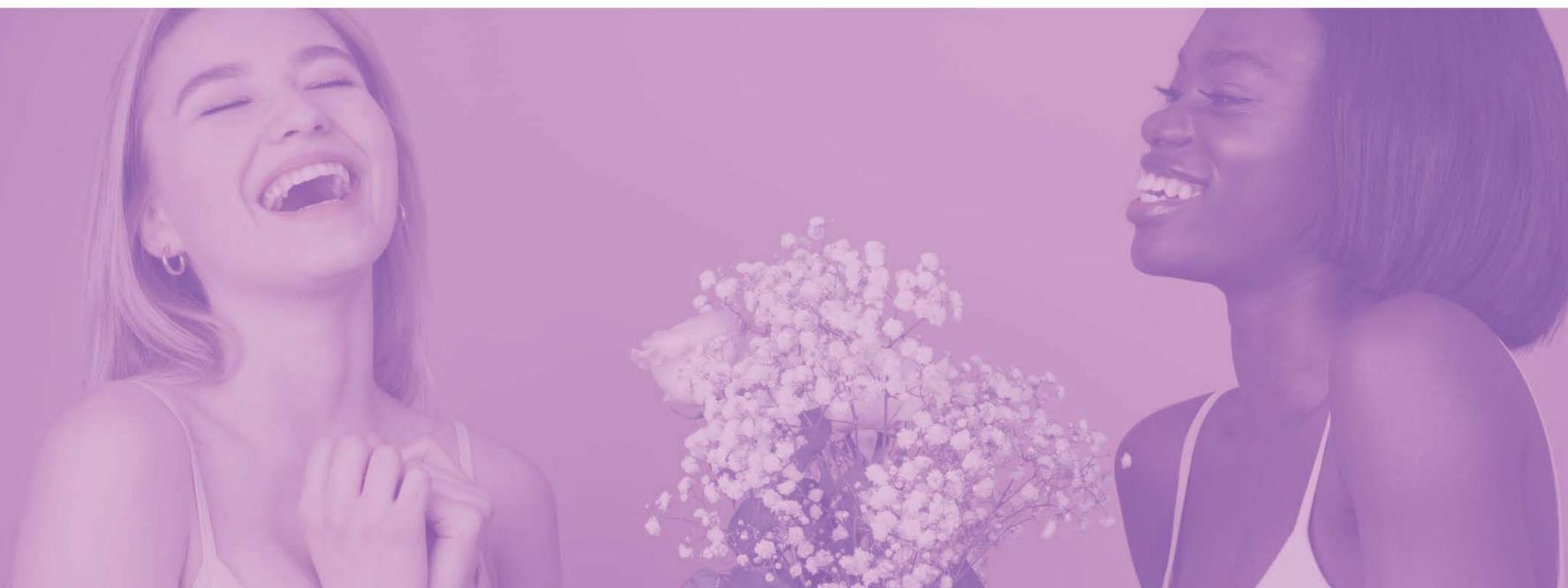
O Dia da Independência do Brasil é uma data comemorativa oportuna para o setor de turismo, promovendo ações especiais, **principalmente de fidelização.**

6 Dia do Sexo

Uma data super importante para lojas de Sex Shop. Utilize essa data para promover ações especiais em seu e-commerce e redes sociais, principalmente de fidelização, divulgando produtos e conteúdos que educam o consumidor.

22 Início da Primavera

O início da Primavera marca o lançamento de novas coleções, principalmente voltadas para a área de moda. Aposte em divulgar coleções em **estampas florais, natureza e cores que transmitam o frescor da estação.**



15 Dia do Cliente

“O Dia do Cliente é mais uma daquelas datas de suma importância para sua operação digital. A recomendação é trabalhar a data de maneira genérica, com ofertas e promoções específicas. Aqui podem funcionar estratégias como:

1 **Posts diários** em suas redes sociais rotacionando essas ofertas;

2 **Régua de News** com ofertas por faixas de desconto ou por categorias para facilitar a jornada de seu consumidor para encontrar o produto que deseja;

3 **Campanhas adaptadas** para trazer e promover essas top ofertas. A dica aqui é trabalhar com campanhas de shopping no Google ou em carrosséis dinâmicos nas redes sociais, promovendo essas top ofertas.

“Não se esqueça de customizar seu site e **trabalhar sua identidade** para que o consumidor encontre em seu site a mesma linha visual de ofertas, chamadas e descontos que você apresentou para ele nos posts, e-mails e banners.”

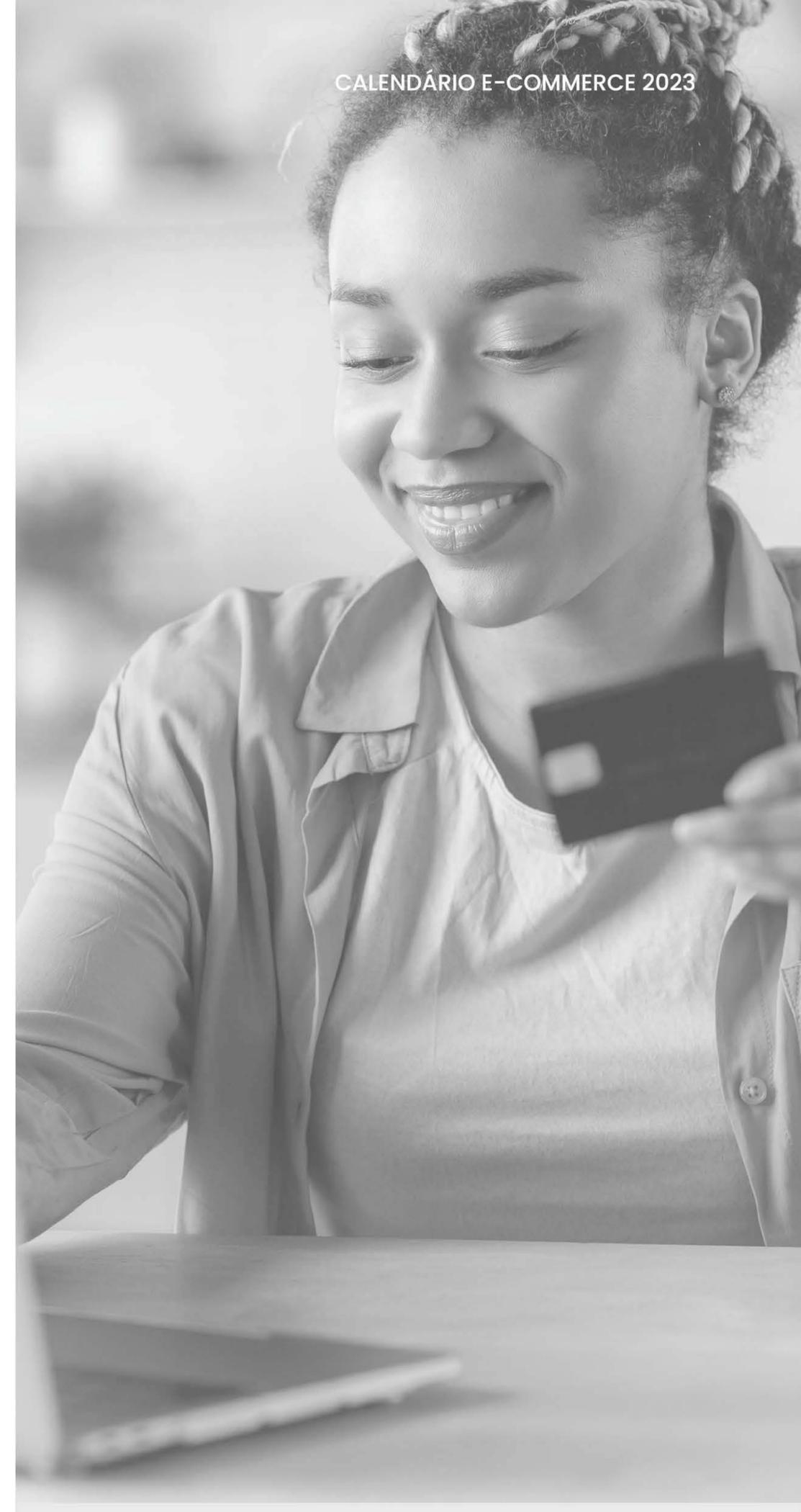
**Leandro Gorzoni** – Yooper**Anna Neiva** – edrone

“No melhor estilo “Oi, sumido”, aproveite o Dia do Cliente para dar um alô para consumidores adormecidos, que podem ter esquecido da sua loja virtual. Uma ótima forma de se alcançar este objetivo é usando o cenário Recuperação de Clientes. Com ele, você pode enviar e-mails a clientes que não compram nada em sua loja há algum tempo, inclua um cupom de desconto para que ele se sinta especial e personalize a mensagem com indicação de produtos que ele pode gostar, com base no seu comportamento de compra.”

15 Dia do Cliente

"O Dia do Cliente é a última data relevante para o E-commerce antes da entrada do último trimestre, o responsável por ter as duas maiores datas comemorativas do varejo. Você pode usar uma estratégia similar a que recomendamos no Dia do Consumidor para gerar relacionamento.

E caso o seu E-commerce seja do segmento de saúde, cosméticos, perfumaria ou similares, também recomendamos a promoção de amostras, uma ótima estratégia para trabalhar a recompra já pensando na Black Friday e Natal."

**Denis Osório - VNDA**

Outubro

| Dom | Seg | Ter | Qua | Qui | Sex | Sab |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| 29 | 30 | 31 | | | | |

O mês de outubro costuma movimentar o comércio de diferentes segmentos, como o de vestuário, brinquedos, livros e alimentação.

As campanhas de Outubro Rosa contribuem para conscientizar e alertar o público feminino sobre o câncer de mama e do colo do útero. Se possível, você pode reverter uma porcentagem das vendas para um instituto que ajuda mulheres com tratamentos e projetos relacionados às doenças.

 Feriados

 Datas de Nicho

 Datas Importantes

 Essenciais E-commerce

4 Dia Mundial dos Animais

Pet Shops e lojas de artigos de pets podem aproveitar a data comemorativa **para divulgar promoções e montar kits** especiais voltadas para o reino animal, além de divulgar e conduzir ações voltadas para ONGs da cidade ou Estado.

12 Dia das Crianças

O mês é de festa para as crianças e, conseqüentemente, para o varejo. Para quem possui um e-commerce focado em produtos voltados para os pequenos, há muitas oportunidades com campanhas comemorativas, **que podem durar até o final do mês.**

15 Dia do Professor

Diversos nichos podem homenagear educadores, **incentivando os clientes a presentear os educadores** que já passaram por sua vida ou os que participam ativamente da vida escolar dos filhos e familiares.

29 Dia Nacional do Livro

No Dia Nacional do Livro, as livrarias podem aproveitar para divulgar **lançamentos e oferecer promoções exclusivas.** Outros setores podem utilizar a data para divulgar conteúdos que incentivam a leitura.

31 Dia das Bruxas (Halloween)

Não sendo aguardado apenas pelas crianças, o Halloween hoje atinge uma gama extensa de públicos diversos. Dos fãs de terror aos amantes de decoração, todo mundo precisa de algo para aproveitar a data, personalizar os ambientes domésticos e profissionais e até mesmo para presentear em festas temáticas. O Halloween é uma grande chance de divulgar o seu produto ou serviço com campanhas dentro da temática.

Novembro

| Dom | Seg | Ter | Qua | Qui | Sex | Sab |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 29 | 30 | 31 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | | |

Chegou o mês da Black Friday! É a hora de sua operação estar impecável, seu estoque pronto para receber as vendas e as metas já estipuladas para toda a equipe. Antes de iniciar a sua campanha, avalie novamente a sua estratégia e aproveite para colher os resultados e valer a pena todo o esforço!

 Feriados

 Datas de Nicho

 Datas Importantes

 Essenciais E-commerce

15 Proclamação da República

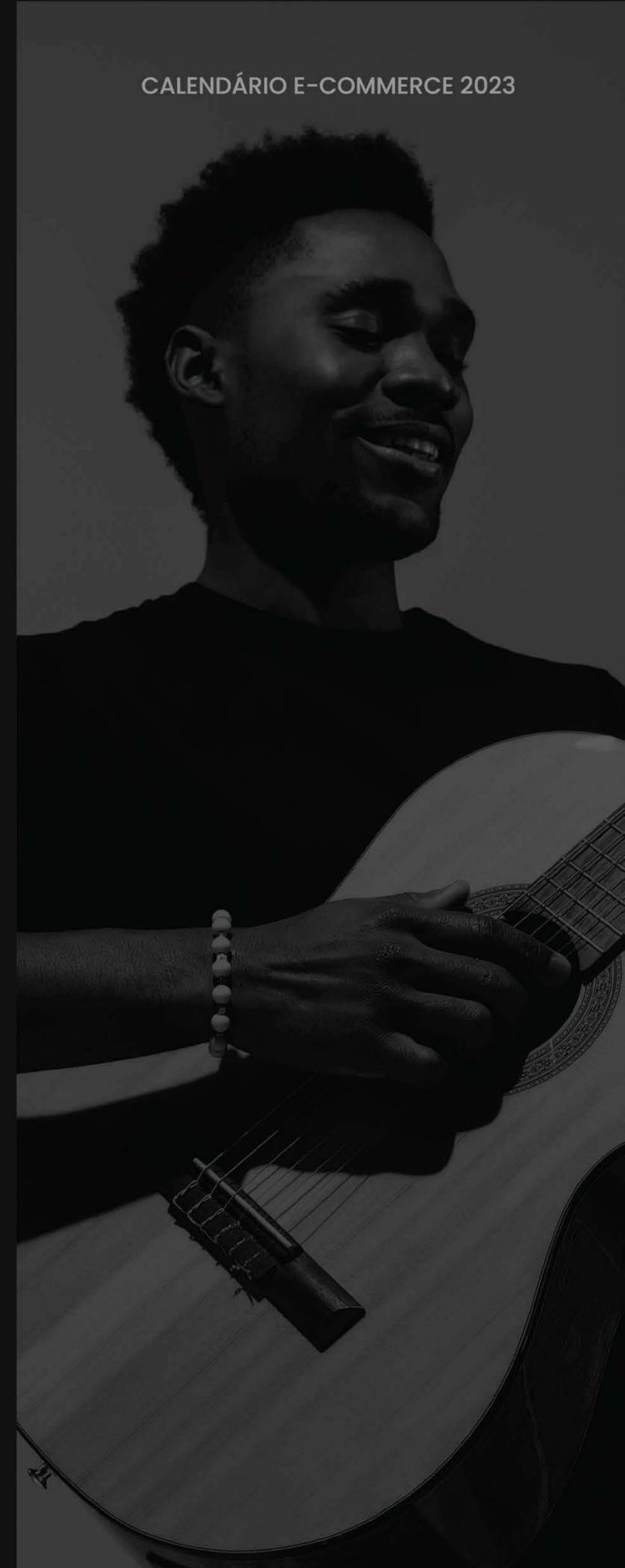
A Proclamação da República é uma data na qual diferentes nichos podem utilizar as redes sociais para **promover ações temáticas e trabalhar com descontos relacionados a itens da bandeira verde e amarela**. Em um ano em que a definição de patriotismo vai se manter constantemente em alta, preparar coleções ou selecionar um mix de produtos específico pode te proporcionar mais uma data lucrativa no calendário.

20 Consciência Negra

Não apenas na data, mas todo o mês é dedicado à população negra. **Crie artigos e conteúdos consistentes ao longo do mês para celebrar o Dia da Consciência Negra**. Utilize também estratégias internas para conscientizar e melhorar o engajamento de seus parceiros e colaboradores.

22 Dia do Músico

Lojas de instrumentos musicais e escolas de música podem utilizar todo o mês de comemoração para criarem **promoções arrasadoras de discos, equipamentos e aulas**. Vale criar playlists com os principais gêneros musicais para divulgar e estreitar o relacionamento da sua marca com os clientes nas redes sociais.



24 Black Friday



Leandro Gorzoni - Yoooper

“O time de conteúdo e SEO trabalham muito mais nos meses anteriores à Black Friday. Ajudamos a criar as formas de comunicação para falar com o nosso cliente. Nesse universo, é muito importante que criemos um FAQ personalizado ou uma Landing Page especial, explicando como funciona a promoção, quais são os produtos e por que é vantajoso comprar com a marca na BF.

“Além disso, podemos trabalhar com Blog. **Aqui, fazemos conteúdos mais voltados para fundo de funil, linkando com outros textos e incentivando os clientes a escolherem a marca.** Além disso, é muito importante que o blog siga a mesma identidade visual do seu site durante a Black Friday, mantendo unidade na navegação do seu cliente. Podemos fazer com que surjam carrosséis de produtos e banners no próprio blog, fazendo com que fique ainda mais fácil a jornada de conversão do cliente.

“Para momentos como a Black Friday, é preciso ter uma estratégia bem definida e uma ferramenta de CRM que te permita executar sua estratégia. O que mais recomendamos fazer é ter um Pop Up ou uma Landing Page especial onde você possa ganhar clientes e aumentar sua base. **Para isso, ofereça uma campanha de exclusividade como ‘esquenta Black Friday’ antecipando os descontos em alguns dias apenas para este grupo interessado.**

“Além disso, recomendamos aumentar os disparos durante o período promocional.

A Black Friday é um momento de aumento de comunicação das marcas, então

também é necessário aumentar o volume de impactos, explorando horários diferentes e assuntos agressivos para se destacar. Dentro da sua estratégia, verifique a possibilidade de estabelecer relacionamento em outros canais além do e-mail, como SMS e WhatsApp. Se tiver um app, use e abuse dos pushes.

“Por último, mas não menos importante, trace benefícios em produtos e defina públicos segmentados de acordo com seus interesses. Comunicações assertivas podem atingir menos pessoas, mas podem trazer um resultado superior sem causar desconforto com sua base geral.

“Em mídia, você precisa ter em mente a sua estratégia para a Black Friday totalmente planejada. Ou seja, precisamos entender quais serão os descontos, quando eles serão liberados e se existe estoque para isso, por exemplo. Assim, nós podemos organizar os nossos movimentos, pedindo criativos e conteúdos mais personalizados, voltados, é claro, para o sucesso da sua BF. Agora, precisamos trabalhar juntos para não deixar as ações para a última hora! Logo no início de novembro, precisamos alinhar quais serão nossos movimentos para esse mês tão importante. E falando em criativos, não esqueça de customizá-los para a Black e faça sempre testes AB para entender qual o melhor formato e a qual criativo seu público terá melhor aderência. Recomendamos que trabalhe com artes com promoções por categoria, criativos com promoções de SKU's específicos e criativos genéricos divulgando a black institucionalmente. E lembre-se: vídeos têm melhores entregas que imagens... avalie investir em formatos e vídeos para fugir do padrão.

“Para finalizar as dicas de mídia, temos a opção de trabalhar com diferentes tipos de pessoas. Assim, podemos fazer campanhas de remarketing, com o intuito de atrair clientes que já compraram ou entraram em seu site por um determinado período de tempo. Também podemos fazer criativos para atrair novos clientes, já que as pessoas estão buscando por mais promoções e ofertas durante a Black Friday. Que tal incluir o PIX como forma de pagamento e oferecer um desconto para quem escolhe essa modalidade na hora de comprar? Dessa forma você garante uma conversão instantânea e a satisfação do seu cliente!

“Para fechar considere todas as dicas acima e não esqueça do envolvimento entre os principais canais de comunicação. É muito comum ver a área de **Social comunicando uma oferta, enquanto o seu e-mail marketing e o anúncio do Google dizem outras promoções completamente diferentes.**

Isso é perfeitamente comum por serem chamadas diferentes para canais totalmente distintos. Entretanto, na Black Friday, nós recomendamos um **alinhamento mais respeitoso entre as mídias.** Elas precisam comunicar o público de uma maneira mais organizada e uniforme. Trazer a sua chamada principal em todas as mídias pode funcionar muito melhor do que estratégias isoladas para cada campanha.”

Black Friday – [Confira: 5 estratégias de SEO para a Black Friday](#)

“Personalização é a palavra de ordem para aumentar as vendas da sua loja virtual na Black Friday! Indicar produtos que o seu cliente quer com um desconto especial é a melhor maneira de aumentar os pedidos dessa data e nós temos como PROVAR! Os clientes da edrone que usaram a Marketing Machine, tiveram um aumento de receita de 283,25% na Black Friday, enquanto os clientes que não usaram a ferramenta conquistaram um aumento de 230,91%, na mesma data.

Aproveite as automações de marketing para reter os novos clientes conquistados na Black Friday, para isso invista em funcionalidades de pós-venda. Usando o cenário de Pós-Venda da edrone, você pode enviar mensagens automáticas que são disparadas após o cliente fazer uma compra. Você pode aproveitar esta oportunidade para enviar uma simples mensagem de agradecimento, um presente especial (como um cupom de desconto para uma compra futura), ou o seu conteúdo mais recente.”



Anna Neiva - edrone

24 Black Friday



Denis Osório - VNDA

"A Black Friday é a maior data para realizar **ações promocionais**. O dia surgiu nos Estados Unidos, sendo realizado após o feriado do Dia de Ação de Graças, e não demorou muito para ser abraçado pelos lojistas do Brasil. É extremamente importante que você se prepare ao máximo para essa data, elaborando e definindo comunicações para base, estratégia promocional, visibilidade de estoque, Ads e awareness.

Separamos três dicas de ouro para você:

1 Boleto

Entenda se realmente faz sentido para a sua operação ter o boleto como forma de pagamento na BF. Recorrentemente, em datas promocionais, nós temos um relevante número de boletos não pagos, isso irá apenas segurar o estoque e evitar vendas. Ao invés disso, invista no Pix para transações à vista.

2 Cobertura de estoque

Realize uma avaliação do seu histórico de vendas do ano e retire insights do que existe maior potencial para a data. Se você possui mão de obra para reprodução rápida, disponibilize estoque e aumente o prazo de entrega, os clientes estão dispostos a esperar por um produto de desejo.

3 Promoções

Como a maior data do varejo, recomendamos que utilize fortemente ações promocionais para o seu E-commerce na BF. A mais aconselhável para a data, com certeza, é a de remarcação em loja, a tradicional "De/Por", que exibe o preço original e o promocional. Realize a virada da sua vitrine após à 00h e veja a magia acontecer."

27 Cyber Monday

Aproveite também para criar campanhas de Cyber Monday, **prolongar as ofertas da Black Friday 2023** e atingir os consumidores que não puderam desfrutar das promoções na semana anterior.

“A Cyber Monday já se consolidou no Brasil e é um bom momento para gerar mais vendas no período pós black. A principal dica para explorar a Cyber Monday é trabalhar com as ofertas da Black Friday, mas gerando esse senso de imediatismo. É muito comum termos ainda consumidores buscando e indecisos, então utilizar a Cyber Monday para gerar esse último gatilho nos consumidores, por ser uma boa saída para realizar vendas de suas últimas peças e ofertas.”



Leandro Gorzoni – Yoooper



Dezembro

| Dom | Seg | Ter | Qua | Qui | Sex | Sab |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 |
| 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
| 31 | | | | | | |

O mês de Dezembro chega com dois momentos importantes para faturar no final do ano: **o pagamento do 13º salário e o Natal**. Pense em estratégias para aproveitar o aumento do ticket médio nesse período.

 Feriados

 Datas de Nicho

 Datas Importantes

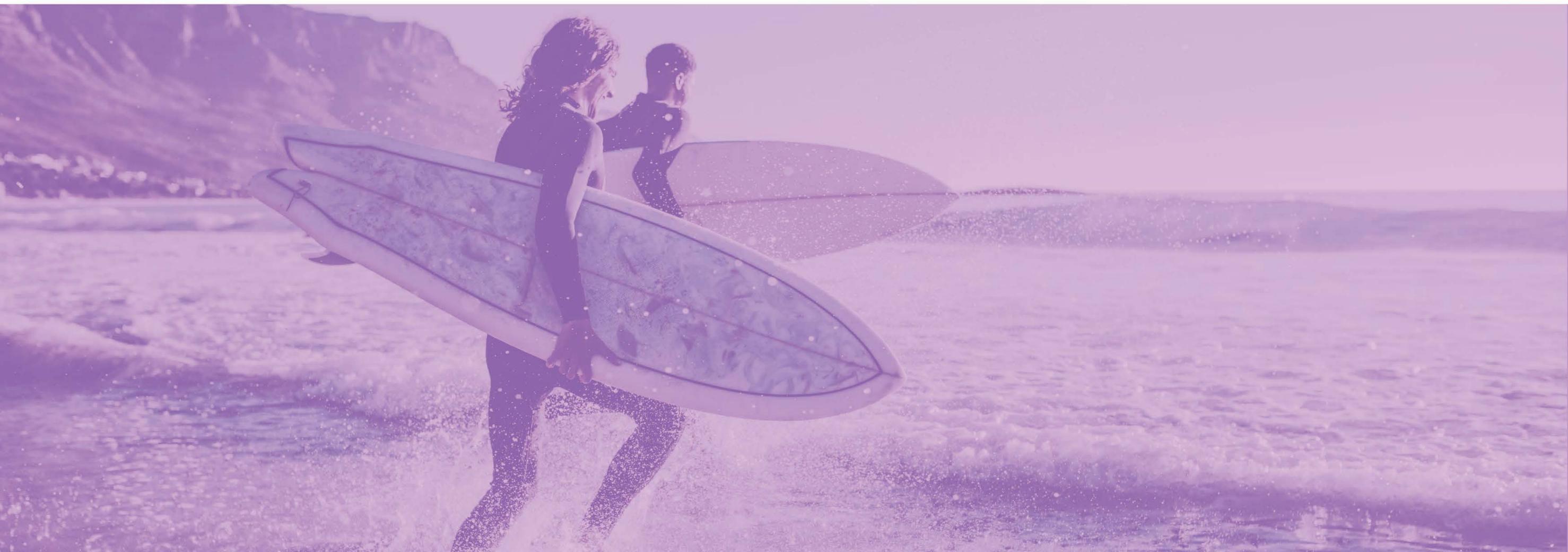
 Essenciais E-commerce

21 Início do Verão

Aproveite o início do verão para criar campanhas **temáticas envolvendo descanso, férias, sol, praia e ar livre**. Lojas de e-commerce relacionadas ao tema e a produtos de moda usados em épocas quentes também podem aproveitar a comemoração para fidelizar clientes e lucrar mais. Segmentos de cuidados pessoais e saúde também devem falar sobre o início do verão, compartilhando conhecimento e dando dicas de produtos e práticas que possam facilitar a vida dos clientes.

21 Dia do Atleta

É uma data que **favorece lojas de moda fitness, academias e artigos esportivos**. Aqui vale criar promoções exclusivas e conteúdos estratégicos a fim de incentivar o leitor sobre a importância de se movimentar.



25 Natal

O Natal é uma data forte no mercado físico e digital. A data se destaca pelo aumento de receita em lojas de diferentes setores. O setor de moda e brinquedos não são os únicos que são favorecidos nessa época, mas a data também é uma oportunidade para o setor alimentício e de viagens, visto que a união entre Natal + Ano Novo é uma ocasião onde aumenta a procura por hotéis e agências de turismo.

“Elabore uma Newsletter especial e personalizada para o Natal. Você pode oferecer promoções ou incluir fotos dos produtos que dariam ótimos presentes. Depois de analisar as vendas dos anos anteriores, você saberá o que vende melhor. Para personalizar sua mensagem, você precisa ter as informações de seus clientes organizadas em um só lugar. Imagine que você deseja criar uma lista de contatos e elaborar uma Newsletter com base nos dados que coletou, isso permitirá que você crie de forma fácil e rápida a mensagem certa para envolver seu público.

“No sistema edrone, todas as informações mais importantes sobre um determinado usuário são coletadas e organizadas no Perfil do Cliente. **As interações de cada cliente com a sua loja são monitoradas, para que você saiba exatamente o que precisam e o que você pode oferecer – inclusive no Natal.**”

Acesse o artigo da Edrone sobre [7 maneiras de aumentar as vendas de seu e-commerce em época de Natal.](#)



Anna Neiva - edrone

25 Natal

"O Natal é a segunda maior data do E-commerce nacional, ele se desenrola ao longo de todo o mês de dezembro, após a Black Friday, e para explorá-lo perfeitamente, devemos entender alguns cenários que acompanham a data:

Ele acontece após a Black Friday, com isso, muitas pessoas já realizaram as suas compras de fim de ano. Ele acontece também após o pagamento do 13º, o que representa uma boa parcela da população com dinheiro em caixa para investir.

Recomendamos que você explore estratégias que visem aumentar o preço médio de compra da sua marca, trabalhando com **URL Cuponada e promoções com critério de valor para desconto.**"

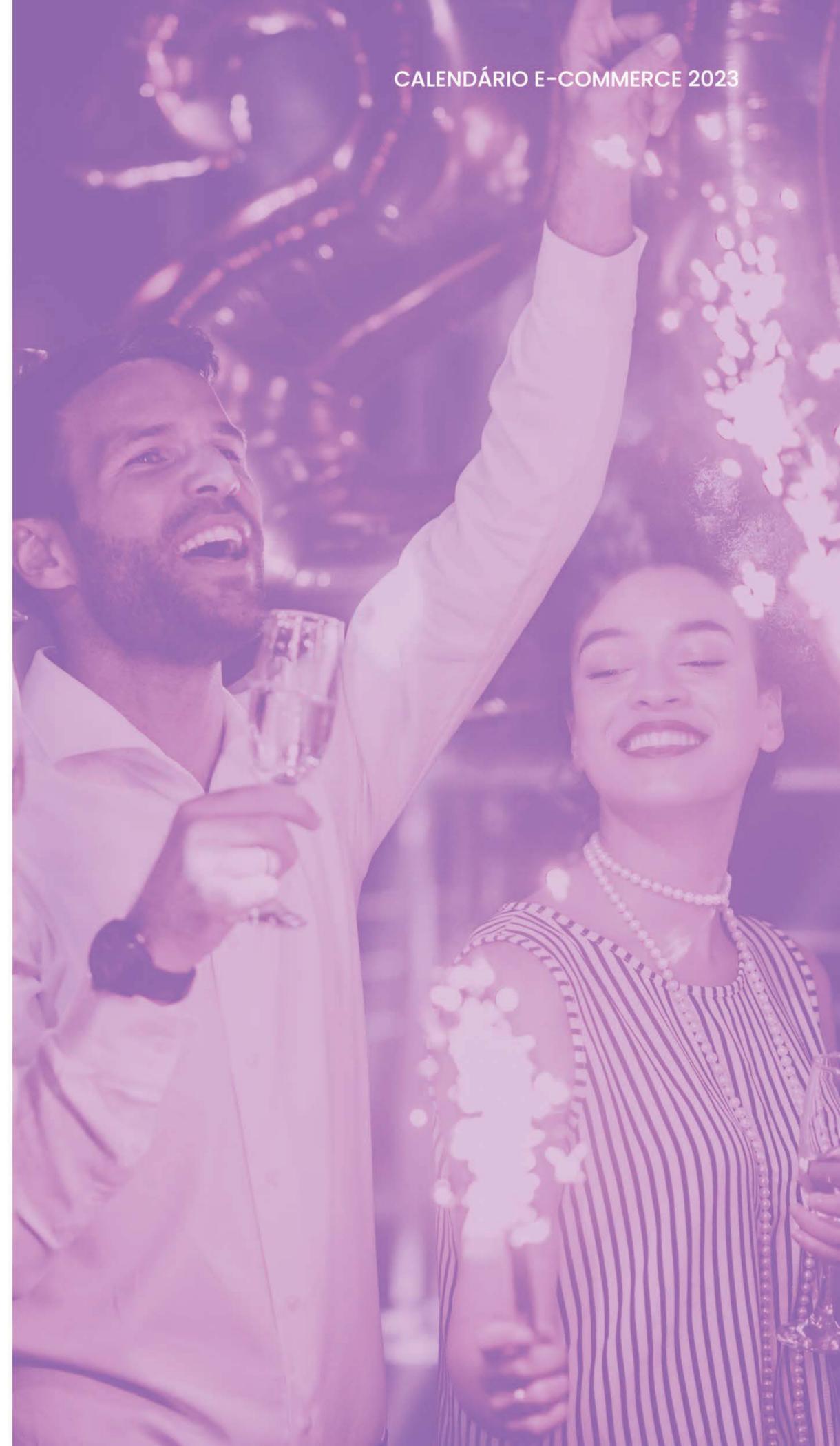


Denis Osório - VNDA

31 Réveillon

O último mês do ano também é época de comemorar a chegada do ano novo, e o nicho de moda é um dos que mais crescem nessa época. Aqui, é possível criar campanhas unidas ou separadas ao Natal e ofertar produtos e acessórios que envolvam a simbologia do ano novo.

O final do ano também é o momento de avaliar todos os resultados e ir à procura de oportunidades para mais um ano que se inicia.





A Yooper é uma agência de **performance e resultados especializada em Marketing Digital**, que possui uma equipe experiente em gestão, plataforma, campanha e performance, otimizando os resultados de nossos parceiros e transformando-os em autoridade no mercado digital.

Entre em contato conosco e seja um parceiro Yooper você também.





A plataforma de e-commerce omnichannel que vai ajudar a sua loja crescer.

A Vnda faz parte do ecossistema de soluções olist, conectando o varejo físico e digital, e oferecendo todo suporte e recursos necessários para alavancar o crescimento das marcas.

- OMS
 - Cadastro de produtos
 - Checkout transparente
 - Layout Responsivo
 - + 200 integrações
 - Módulo de promoções
 - Cashback e Indique e Ganhe
- E muito mais!





A edrone é uma plataforma de **Automação de Marketing e CRM dedicada exclusivamente ao E-commerce.**



Calendário E-Commerce 2023

