

# Calendário E-commerce

2024



# ■ Dicas de leitura

Antes de você começar a leitura do nosso novo calendário e-commerce, gostaríamos de dar algumas dicas para que ela seja proveitosa e prazerosa.

Na próxima página, você encontra um índice interativo com links que vão te levar para cada um dos tópicos.

Se quiser conferir um mês em específico antes dos demais, pode selecioná-lo diretamente no índice para ser levado para a página em questão.

Em alguns momentos, você encontrará algumas partes do texto sublinhadas deste jeito. São links para artigos e conteúdos externos que vão te ajudar a entender melhor o contexto de alguns assuntos.

Esperamos que você tenha uma ótima leitura!

# Índice

[Guia](#)

[Análise](#)

[Parceiros](#)

[Janeiro](#)

[Fevereiro](#)

[Março](#)

[Abril](#)

[Maio](#)

[Junho](#)

[Julho](#)

[Agosto](#)

[Setembro](#)

[Outubro](#)

[Novembro](#)

[Dezembro](#)

# Guia

Mapeamos as datas conforme 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

# Parceiros

As [datas sazonais](#) são muito importantes para alavancar o faturamento de um e-commerce, mas saber como se destacar no digital com inúmeros concorrentes que investem agressivamente é um grande diferencial. Como ganhar preferência em um mercado cheio de possibilidades e opções?

Para te ajudar a aplicar estratégias assertivas, se destacar da concorrência e aproveitar ao máximo todas as principais oportunidades sazonais de 2024, reunimos ideias do mercado de grandes players do ecossistema de e-commerce para que você se organize e otimize seus resultados. Confira os especialistas responsáveis pelos melhores insights do mercado neste calendário:



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

Acompanhe nosso site e nossas redes sociais para saber tudo o que estamos fazendo e como podemos ajudar o seu negócio!



[Instagram](#)



[Blog](#)



[Site](#)



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.



[Instagram](#)



[Blog](#)



[Site](#)

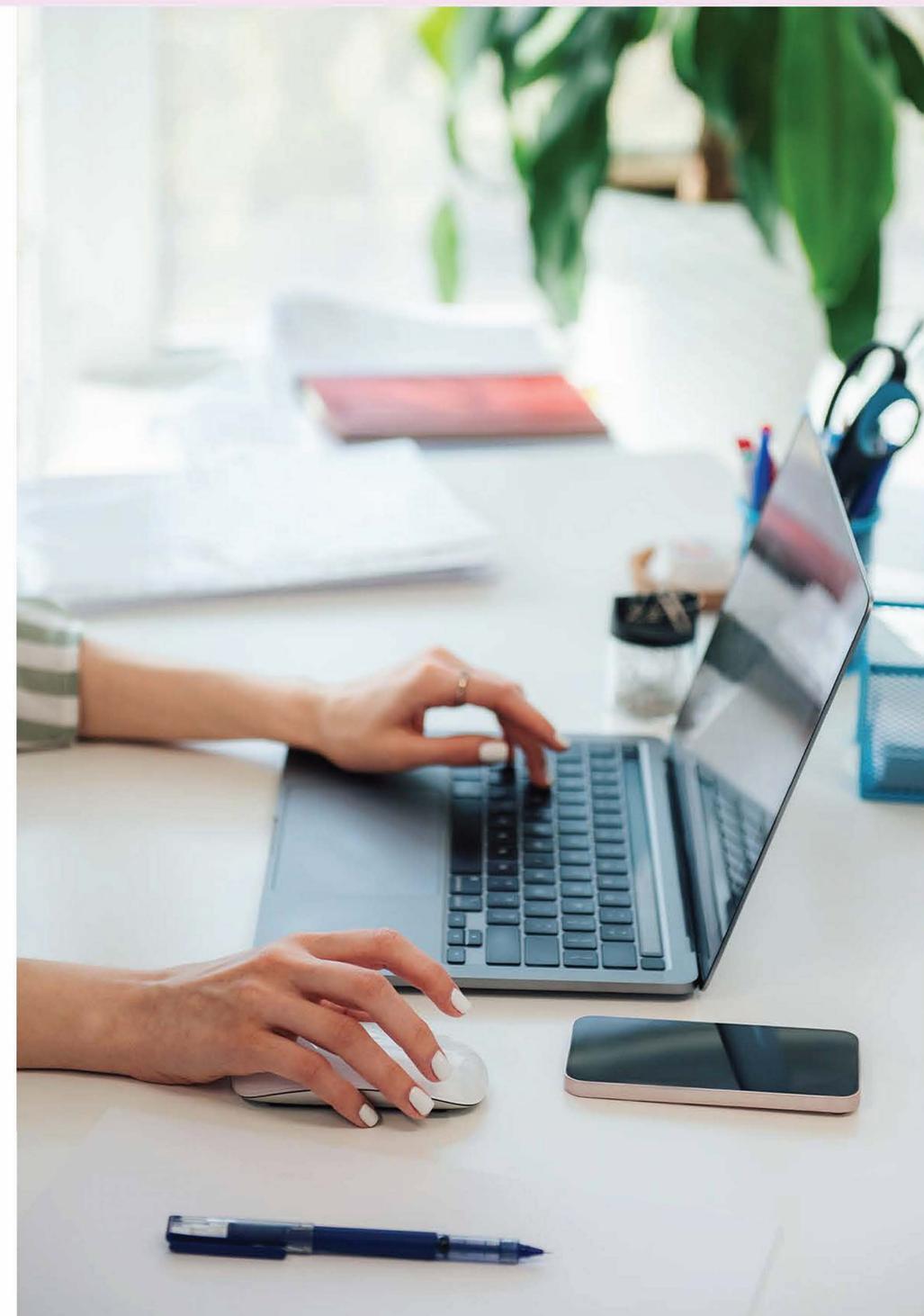
# Análise das principais datas sazonais de 2024 e seu potencial impacto econômico

Mesmo tendo diversos dias que se encaixam como datas sazonais e, conseqüentemente, ótimas oportunidades para realizar ações específicas no seu e-commerce para vender mais, algumas delas se destacam no decorrer do ano. Aqui, estamos falando daquelas que são menos nichadas – como o Dia das Mães, dos Pais, dos Namorados, Black Friday e o Natal.

Pensando nisso, e como forma de já dar um pequeno spoiler do que temos pela frente neste e-book, separamos abaixo uma breve análise com dados que mostram como foram essas datas em 2023, justamente como forma de preparar o terreno (pensando em ações e mantendo o estoque em dia) para as datas neste ano – e felizmente, ainda temos bastante tempo para isso!

Começando com a celebração das mães, dados apontam que o e-commerce bateu recorde na data, registrando o melhor desempenho em quatro anos, enquanto as vendas físicas apresentaram uma **queda de 6%**. Dados do Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA) apontam que o número de vendas pelo digital **cresceu em 11,8%** entre as datas 8 e 14 de maio, chegando a um faturamento total de R\$ 177.500.000,00 no período.

No dia feito voltado para os papais, por outro lado, o ICVA aponta um **crescimento de 6,3%** nas vendas em lojas virtuais, com um **ticket médio de R\$425,32** por pedido e uma estimativa de movimentação de R\$ 7,6 bilhões durante o período. Porém, diferente das outras datas desta análise, não estão disponíveis dados sólidos que comprovam quanto foi gasto no Dia dos Pais.



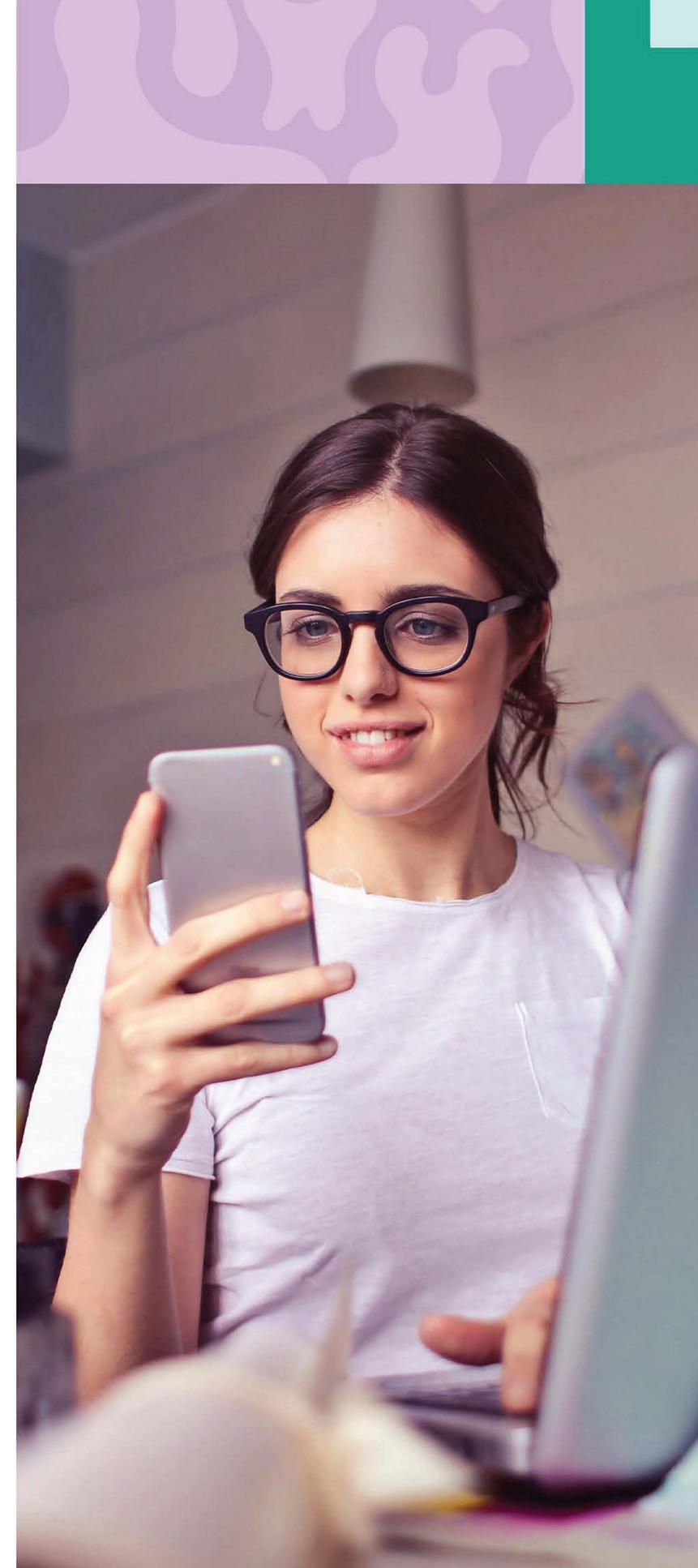
O dia voltado para os apaixonados sempre tem grandes potenciais de girar uma boa quantia de dinheiro. E conforme uma pesquisa da Nuvemshop, em 2023 a movimentação financeira das pequenas e médias empresas (PMEs) foi de R\$ 194 milhões no ambiente virtual, cerca de **20% a mais** do que o valor total de faturamento em 2022.

Não tem como falar de faturamento sem falar da Black Friday, tido por muitos como a principal data do e-commerce. Entre a meia-noite de quinta (23) e 23h59 de sexta (24), as lojas virtuais registraram mais de R\$ 3,4 bilhões em transações, registrando uma **queda de aproximadamente 15,1%** em comparação a 2022, de acordo com dados do NielsenIQ Ebit. No entanto, essa ainda é um ótimo valor para o momento, ainda mais se considerarmos que diversas marcas começaram as promoções antes do dia 23 e/ou do dia 24 também.

Fechando a nossa última data especial que serve como um breve spoiler, a expectativa da Confederação Nacional do Comércio (CNC) para o Natal é que o varejo online tenha um aumento de 5,6% nas vendas, batendo um faturamento total de R\$ 2.956.000.000 bilhões.

Diante desses dados, se a sua marca oferece produtos adequados para esses períodos (ou para mais de um deles!), você não pode perder estas oportunidades. Afinal, são ótimas chances de lucrar, desde que você tenha as melhores ações ao seu lado!

Mas agora que você já sabe os principais períodos para ficar de olho, confira todas as datas que você pode lucrar no ano de 2024 caso faça parte do seu segmento!



# Janeiro

	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

Início de um novo ano, férias em dia, promessas e expectativas para os 365 dias que estão por vir... e um ótimo momento para potencializar vendas! Nada melhor do que começar um novo ano com produtos diferentes, não é mesmo?

Dependendo do tamanho da família, se tem crianças em casa ou não, existem algumas contas importantes neste período, como material escolar e uniforme para a escola – olhando para famílias com filhos – e boletos que chegam para todos os lares, como IPTU, IPVA, DPVAT, seguro (do carro, casa, de vida, celular ou outros), e as despesas mensais – como luz, água, energia, mercado e outros.

Com essa perspectiva de orçamento, promoções nos primeiros dias do ano são muito bem-vindas, com potencial de movimentar os e-commerces se forem convidativas!

## 1 de janeiro - Confraternização universal

Mesmo com lojas físicas fechadas, o virtual pode se beneficiar muito, seja garantindo visitas no site, apresentando eventuais promoções ou indicando possíveis tendências para o ano que está iniciando.

## 7 de janeiro - Dia do Leitor

Se o seu ramo de atuação envolve leitura, esta é uma ótima data para levar promoções e descontos exclusivos, comemorando um dia exclusivo para leitores.

## 8 de janeiro - Dia do Fotógrafo

Para quem oferece serviços ou produtos para profissionais de fotografia, este é o momento para oferecer preços incríveis para os seus clientes e movimentar as redes sociais com ótimos cliques do seu público-alvo para engajar com eles e fazer com que se sintam parte da marca.



### **19 de janeiro - Dia do Cabeleireiro**

Este é um momento em que você pode impulsionar suas redes sociais, celebrando a data ou criando promoções para os seus clientes, caso a sua loja faça parte do nicho.

### **24 de janeiro - Dia Internacional da Educação**

Para quem está no ramo da Educação, que tal usar este dia como chamariz para descontos, seja um curso ou outros pontos ligados ao ramo? É uma oportunidade de movimentar suas vendas com o aprimoramento pessoal e profissional dos seus clientes.



# Fevereiro

				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	<u>14</u>	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29		

-  Feriados
-  Datas de Nicho
-  Datas Importantes
-  Essenciais E-commerce

Considerado por muitos como o mês em que o ano realmente começa, fevereiro é marcado pelo Carnaval, momento de muita alegria e de belíssimas fantasias e festas. Este é, de longe, um dos momentos mais aguardados pelas pessoas por toda a folia, e é por isso que normalmente o ano “só começa” depois do Carnaval.

É um mês curto, e cheio de alegria e oportunidades para o seu negócio vender bem, conquistar clientes novos e fidelizar os que já são de casa.

## 12 a 14 de fevereiro – Carnaval

O evento que reúne a maior alegria, samba, música, curtição, fantasias, glitter e brilhos do ano inteiro. É um ótimo momento para quem vende produtos personalizados ou itens que podem compor fantasias e visuais mais trabalhados.

Mas se nada disso for algum dos produtos da sua marca, você pode utilizar as redes sociais para promover conhecimento e cuidado durante o momento, criando uma maior conexão com o seu público.



Leandro Gorzoni  
Yoper

Esse geralmente é o período onde as taxas de conversão tendem a cair, sendo essencial redobrar a atenção com os orçamentos das campanhas – exceto para as marcas que comercializam produtos diretamente ligados ao Carnaval –. Pensando que as taxas de conversão vão apresentar uma queda, aposte em campanhas de tráfego. É importante trabalhar em conjunto com uma campanha de remarketing, a fim de “recuperar” o ROAS nos dias seguintes.

Personalizar a comunicação também é uma boa estratégia de diferenciação! Criativos com tema Carnaval, comunicação com termos sobre a data e até brindes simples geram uma boa experiência de compra.





### **14 de fevereiro – Valentine's Day**

Nosso Dia dos Namorados acontece somente em junho, mas em fevereiro temos a data comemorada nos Estados Unidos e diversos outros países. Se não quiser oferecer promoções — e preferir guardá-las para junho —, é possível investir em conteúdos nas redes sociais como um esquentado do que esperar para 12/06, ou como forma de celebrar e espalhar o amor.

### **19 de fevereiro – Dia do Esportista**

Para quem possui artigos esportivos, não pode deixar este dia passar em branco, que dá margem para descontos e promoções neste setor.

Seja um tênis, uma peça de roupa ou outros tipos de acessórios para diferentes esportes, fomente a boa performance dos seus clientes com os melhores produtos para a prática favorita — bem como uma vida mais movimentada e saudável — com dicas e incentivos.

### **28 de fevereiro – Dia da Ressaca**

Saúde! É chegado em uma bebidinha, ou então vende itens do ramo? Então esta é a data certa para o seu negócio: o Dia da Ressaca, que permite não só vender produtos que envolvam com álcool, mas também informar o seu público sobre drinks novos e gerar interação por meio deles.

# Março

					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

Bem-vindo ao mês do consumidor, onde todas as suas ações podem ser totalmente voltadas ao seu público com diversas promoções como forma de agradecer a quem realmente faz o negócio girar: o seu cliente!

## 8 de Março – Dia da Mulher

Este é o dia em que comemoramos o Dia das Mulheres, celebrando e relembrando as conquistas e lutas em todo o mundo. Independentemente de qual seja o segmento da sua marca, é um momento de conscientização, acima de tudo, mas pode ser usado para promoções também.



Leandro Gorzoni  
Yoooper

Independente do seu segmento, o Dia da Mulher é uma boa oportunidade de gerar vendas e se posicionar. **Veja algumas dicas valiosas:**

1. Pode-se iniciar com uma clusterização dos acessos;
2. Crie listas de remarketing no Facebook, Instagram e Google focada no público feminino. Trabalhe com listas maiores (60 a 90 dias) para resgatar essa audiência e gerar vendas através de usuários antigos;

3. Desenvolva copy's e artes direcionadas para o público em questão, apresentando a oferta ou cupons de descontos aplicáveis somente para mulheres;

4. Faça suas compradoras se sentirem recompensadas e reconhecidas – não apenas por serem mulheres, mas também suas clientes;

5. A recompra é parte importante quando o assunto é sazonalidade. Além de visar novas entradas, é crucial cuidar de quem já consome os seus produtos, garantindo um aumento de ROAS.



Denis Osório  
Vnda

O Dia Internacional da Mulher é uma data de extrema importância, dedicada à celebração das realizações e contribuições desempenhadas pelas mulheres na sociedade.

Quando olhamos para o e-commerce, esta data se torna uma grande oportunidade para que você construa uma agenda positiva de relacionamento com o seu público, sendo uma ocasião perfeita para você trabalhar com cupons de desconto aplicados a clientes, em uma promoção que permita que a ativação ocorra com um perfil específico.

Segmente a base no seu CRM, e dispare comunicações com copys personalizados para o seu público feminino como reconhecimento pela data.



## 15 de março - Dia do Consumidor

O nome diz tudo. Este é o dia voltado para os seus clientes, compradores da sua marca, que devem se sentir valorizados com promoções e ações voltadas totalmente para eles, seja com ofertas relâmpago, descontos progressivos, frete grátis ou outros benefícios.

Não é raro lojas usarem março como o mês do consumidor; então aproveite o momento para oferecer uma experiência única e exclusiva para a razão de ser do seu negócio, mas lembre que, para fidelizar o cliente, essa relação de ganha-ganha não deve ocorrer somente neste período.



Leandro Gorzoni  
Yoooper

O Dia do Consumidor é uma das datas comemorativas mais relevantes para o varejo no 1º semestre, esta data permite que você fortaleça o laço com os clientes mais fiéis da sua marca, mas também proporciona a oportunidade de você aumentar a sua base de clientes.

Quem já comprou de você, conhece a sua marca e valida o seu produto, ativar a promoção progressiva, aumentando o percentual de desconto à medida que o cliente adiciona mais itens no carrinho, 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, a melhor estratégia com a data é ativar o famoso e certo cupom de 1ª compra.

# Case

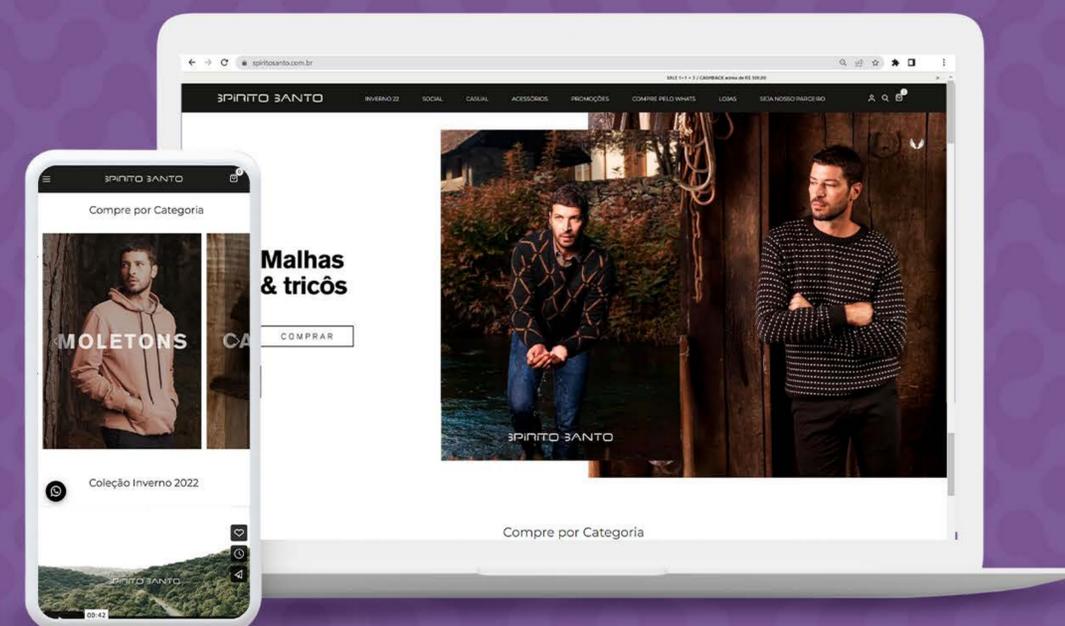
A Spirito Santo se descreve como uma marca de alfaiataria com alma, ao todo são 17 lojas físicas e 100 lojistas multimarcas espalhados por todo território nacional.

Com lojas próprias e franquias, o e-commerce foi de plano B para a solução do negócio durante a pandemia, neste cenário, surgiu a necessidade de migrar a loja virtual para uma plataforma mais completa e tecnológica, e a Vnda foi escolhida para esta nova etapa, e um dos motivos foi o Direct, aplicativo omnichannel da Vnda.

*“Hoje, 60% das vendas online são efetuadas via Direct. Não existem vendas perdidas nas lojas físicas por não ter tamanho, estoque ou cor. Se não tem no local, tem no e-commerce e esta é a nossa política de vendas. A ferramenta Direct possibilita esta garantia de venda e disponibilidade 100% aos nossos clientes”.*

Wesley Hesper | Responsável pelo e-commerce da Spirito Santo

SPIRITO SANTO



[ver case](#)

## **14 de março – Dia dos Animais**

O Dia dos Animais é uma oportunidade para lojas de produtos pet criarem promoções especiais, como descontos em brinquedos, alimentos saudáveis e acessórios para animais de estimação.

Usar as redes sociais para destacar o cuidado com os animais e a importância de adotar pode ser uma boa estratégia de conscientização.

## **20 de março – Começo do outono**

Esta não é uma data comemorativa, mas definitivamente é um momento que você deve ficar de olho, especialmente se vende roupas em seu e-commerce. Aproveite este momento para fazer a troca entre coleções ou designs, agora mais voltados para o frio que o outono começa a trazer.



### **26 de março - Dia do Cacau**

Uma comemoração bem nichada, mas perfeita para quem não abre mão de um chocalatinho no dia a dia. Se você trabalha com cacau de alguma maneira, esta é uma chance de comemorar esse ingrediente incrível da gastronomia.

### **31 de março - Dia da Saúde e Nutrição**

Neste dia, as lojas de alimentos saudáveis e suplementos podem oferecer descontos em produtos orgânicos, vitamínicos e equipamentos de fitness.

Mas esta também é uma oportunidade para promover receitas saudáveis e dicas de bem-estar, criando maior interação com o público.





Leandro Gorzoni  
Yoooper

### 31/03 - Páscoa

Essa data pode ser usada como gatilho para descontos especiais e ações específicas – como colabs, geração de conteúdo interativo, etc. Geralmente, um cupom ou frete grátis costuma ajudar bastante a gerar o impulso no seu público.

Assim como o Carnaval, é importante manter os olhos fixos nos orçamentos de cada campanha. Isso por que as taxas de conversão tendem a apresentar uma queda, exceto para os players que comercializam produtos diretamente ligados à Páscoa.

Se suas campanhas são divulgadas por CPA, a tendência do algoritmo é fazer algumas alterações e ajustes, conforme o entendimento dessa oscilação. Portanto, focar em topo de funil pode ser uma boa oportunidade para reduzir a intensidade nas demais etapas e economizar.

# Abril

	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				

-  Feriados
-  Datas de Nicho
-  Datas Importantes
-  Essenciais E-commerce

Localizado no meio de duas datas muito importantes (o Dia do Consumidor, em março, e o Dia das Mães, em maio), abril é um mês em que as pessoas começam a se dar conta de que praticamente metade do ano já se foi.

E mesmo sendo composto majoritariamente por datas de nichos, este é um ótimo mês para manter o seu público quente no quesito de vendas.

## **1 de abril – Dia da Mentira**

Não se encaixa exatamente como um dia que você pode oferecer produtos com preços imperdíveis, mas é, sem dúvidas, um ótimo momento para fazer pegadinhas e brincadeiras nas suas redes sociais para potencializar a interação com os seus clientes e parceiros. Uma boa comunicação, constante e bem construída, gera ótimos relacionamentos que, por sua vez, levam a uma posterior fidelização de clientes!

## **7 de abril – Dia Mundial da Saúde**

No Dia Mundial da Saúde, os e-commerces pode destacar produtos relacionados à saúde, bem-estar e fitness. É a época perfeita para promover suplementos, equipamentos de exercício, alimentos saudáveis e roupas esportivas.

Ofereça descontos e crie conteúdo informativo sobre como os produtos podem ajudar a manter um estilo de vida saudável.

## **13 de abril – Dia do Beijo**

O Dia do Beijo é uma grande oportunidade para o setor de beleza e moda. Destaque produtos de maquiagem, batons, perfumes e roupas que realçam a beleza. Crie campanhas que promovam a confiança e a auto-expressão, incentivando os clientes a se mimarem e a compartilhar o amor com um beijo.

## **14 de abril – Dia Mundial do Café**

As lojas podem oferecer uma variedade de grãos, máquinas de café e acessórios deste mundo próprio para amantes da bebida. Explore promoções e degustações para atrair a atenção dos clientes.

Considere também a venda de produtos relacionados para aumentar as vendas, como canecas e livros, por exemplo, para quem gosta de ler enquanto saboreia uma xícara de café.

## **22 de abril – Dia do Planeta Terra**

Durante este dia, é possível destacar produtos sustentáveis e ecológicos, desde roupas feitas de materiais reciclados até produtos de limpeza orgânicos. O foco deve estar na conscientização ambiental e na redução dos impactos ao meio ambiente!

Promova a importância de escolhas sustentáveis e ofereça opções que ajudem a reduzir os impactos, bem como conteúdos informativos sobre o descarte correto do lixo que produzimos diariamente.

## **24 de abril – Dia do Churrasco**

Para apreciadores de um bom churras, é possível destacar utensílios de churrasco, cortes especiais de carnes, molhos e temperos, se este for o seu setor.

Compartilhe receitas e tutoriais nas redes sociais para inspirar os clientes a preparar um churrasco delicioso em casa e explore promoções de conjuntos que ofereçam tudo o que é necessário para uma refeição perfeita.





Denis Osório  
Vnda

O Dia Internacional da Mulher é uma data de extrema importância, dedicada à celebração das realizações e contribuições desempenhadas pelas mulheres na sociedade.

Quando olhamos para o e-commerce, esta data se torna uma grande oportunidade para que você construa uma agenda positiva de relacionamento com o seu público, sendo uma ocasião perfeita para você trabalhar com cupons de desconto aplicados a clientes, em uma promoção que permita que a ativação ocorra com um perfil específico.

Segmente a base no seu CRM, e dispare comunicações com copys personalizados para o seu público feminino como reconhecimento pela data.



# Maio

			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

Começar o mês com um feriadinho é ótimo para os brasileiros, e é assim que entramos em maio, o tão aguardado mês das mães e noivas – visto que é muito comum vermos casamentos, celebrações, festas e matrimônios durante estes 31 dias pela estação e o clima que temos em maio.

E para lojas que não oferecem produtos para futuras esposas, é também um marco na cultura geek!

## 1 de maio - Dia do Trabalhador

Não é comumente utilizada como uma data de vendas, visto que é um feriado e uma data de descanso para diversos brasileiros; mas pode ser uma oportunidade de se conectar com o seu público por meio de ações como posts em agradecimento às mais variadas equipes de diversos setores.

## 4 de maio - Dia do Star Wars

May the "Fourth" (Force) be with you. Pela sonoridade semelhante a uma das falas mais comuns entre os Jedi da saga, 4 de maio se tornou conhecido como o Dia do Star Wars, e é uma oportunidade de criar promoções de itens relacionados a uma galáxia muito distante na sua loja.

Que a força esteja com você — e as suas vendas!





Leandro Gorzoni  
Yoooper

## 12 de maio – Dia das Mães

Mamães que estão lendo, esta é a data de vocês! Parabéns pelo dia e obrigado por tanto!

E para as filhas e filhos, é o momento de agradecer a elas por todo o esforço com ótimos presentes, oportunidade perfeita para descontos imperdíveis que você pode disponibilizar no seu e-commerce.

Mas é claro que os posts de agradecimento não podem faltar para que todas as mães fiquem com o coração quentinho neste dia tão especial.

A data que mais movimenta o varejo tem que estar mapeada para que você consiga aproveitar ao máximo as sazonalidades de 2024!

E podemos começar unindo comunicação direcionada a um bom mix de produtos – você pode criar uma categoria de produtos específicos para as mães –. Mas caso seus itens não atendam essa possibilidade, pensar em um cupom de desconto pode ser estratégico.

O próximo passo é crucial: a comunicação! Invista em estratégias de antecipação, preparando o público para o que estará por vir e gerando um gatilho de curiosidade. Crie um cronograma de disparos de e-mails pensando no pré, duramente e após a data. Como, por exemplo:

- 1** Envio pré-data: comunique as top ofertas;
- 2** Envio na data: foque em uma abordagem informativa e de opções de presentes para a última hora;
- 3** Envio após a data: trabalhe as ofertas que tenham descontos prorrogados.



Leandro Gorzoni  
Yoooper

Na segmentação da sua base, a recomendação é trabalhar com campanhas de remarketing, explorando os consumidores que já conheçam sua marca e também aqueles que estejam no fundo do funil. Teste segmentos como:

- Compradores envolvidos;
- Compradores online em suas campanhas de social ads.



Denis Osório  
Vnda

O Dia das Mães é a maior data do varejo no 1º semestre, é essencial que a sua marca tenha uma estratégia muito bem elaborada para aproveitar todas as oportunidades que esta data reserva, impulsionando as vendas e expressando todo o reconhecimento às mães.

Existe uma série de promoções que você pode ativar para a data, mas como diferencial, destacamos a estratégia de Cashback. Disponibilize um retorno do valor gasto ao seu cliente no período de Dia das Mães, este valor deverá ser alocado em uma carteira no caráter de bônus, esta ação estimulará a recompra, aumentando o LTV do seu cliente, e ajudando na fidelização.



### **17 de maio – Dia Internacional contra a Homofobia**

Este dia é uma oportunidade para mostrar todo o apoio à diversidade e inclusão.

Lojas de moda e acessórios podem criar coleções temáticas e doar uma porcentagem das vendas para organizações LGBTQIAPN+, mas também é um ótimo momento para propagar o amor e o acolhimento nas redes sociais, demonstrando todo o seu apoio contra a homofobia, que é crime de ação penal pública no Brasil.

### **25 de maio – Dia do Orgulho Nerd**

Todo mundo conhece um amigo que se orgulha de ser nerd e fala isso aos quatro ventos. Por isso, essa data é crucial para lojas que oferecem produtos do ramo, sejam quadrinhos, itens decorativos ou tantos outros.

Descontos são ótimos chamarizes para aguçar o lado colecionador e subir as suas vendas.

# Junho

						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						

-  Feriados
-  Datas de Nicho
-  Datas Importantes
-  Essenciais E-commerce

Mais um trimestre se passou, e agora chegamos oficialmente na metade do ano. Falta pouco, mas que tal fazer os seis próximos meses de vendas valerem a pena?

Com o final do ano tão perto agora, este é um momento-chave para planejamentos de como será o restante do ano, bem como um marco importante para os apaixonados – até mesmo os que já não são somente namorados.



### **3 de junho – Dia Mundial da Bicicleta**

Seu e-commerce vende produtos e acessórios para ciclistas? Então aproveite esta data do nicho para oferecer descontos em bicicletas, equipamentos de segurança, roupas para o esporte e serviços de manutenção.

Crie campanhas que incentivam um estilo de vida saudável e a mobilidade sustentável, atraindo amantes do ciclismo de diferentes níveis.

### **5 de junho – Dia da Ecologia e Dia Mundial do Meio Ambiente**

Estes pontos têm crescido cada vez mais no mercado atual, onde os consumidores procuram pela chamada responsabilidade social corporativa.

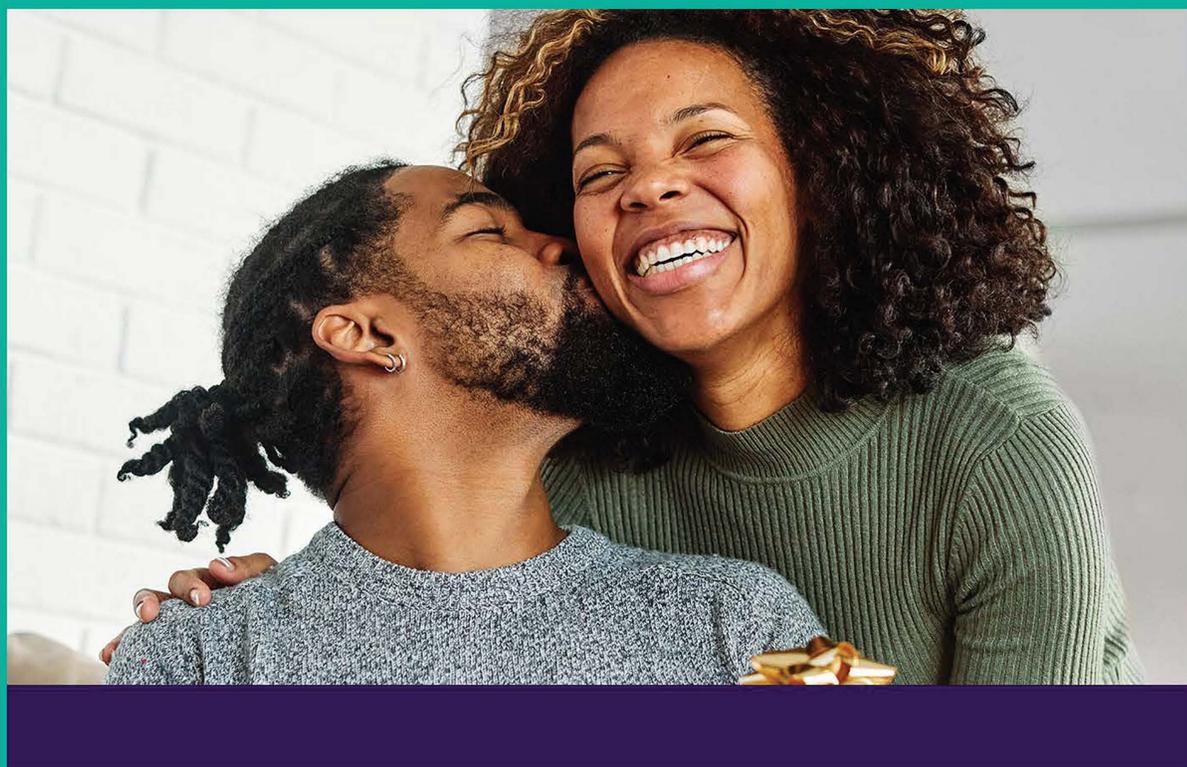
Destaque produtos ecológicos e sustentáveis disponíveis em seu e-commerce, ofereça opções orgânicas, produtos de limpeza ecológicos, roupas feitas com materiais reciclados e outros itens que promovam a preservação do meio ambiente.

Use suas redes sociais para comunicar a importância de escolhas sustentáveis para seus clientes, promovendo um impacto positivo no planeta.

## 12 de junho – Dia dos Namorados

Parabéns aos pombinhos apaixonados, sejam namorados ou casados! O Dia dos Namorados é uma oportunidade para o e-commerce no setor de romantismo, por assim dizer. Aqui os itens que brilham são flores, joias, chocolates, produtos de beleza e experiências românticas.

Crie campanhas que celebrem o amor e a conexão em casal, incentivando os clientes a expressarem seus sentimentos de maneira especial!



Leandro Gorzoni  
Yoooper

Mais uma data forte para o varejo! Ela movimenta diversos segmentos, especialmente ramos como: beleza & saúde, moda & acessórios, chocolates e flores.

Trabalhe uma boa estratégia de comunicação de cross mídia, foque em canais como e-mails, publicações nas redes sociais e Google – pensando que todos devem seguir a mesma linha criativa.

Crie experiências em seu site e até mesmo pense em possíveis interações, como quizzes, histórias interativas, ferramenta de seleção de presentes, etc.



Denis Osório  
Vnda

O Dia dos Namorados é uma ótima data para explorar o e-commerce, tanto na visão de construção de marca, utilizando a temática nas redes sociais, quanto no aumento do fluxo comercial de vendas.

Peças de roupas idênticas na medida masculina e feminina é sempre um sucesso na data, crie uma tag personalizada, e ofereça uma promoção de leve 2 pague 1, os casais apaixonados vão estar combinando, e o seu negócio faturando.

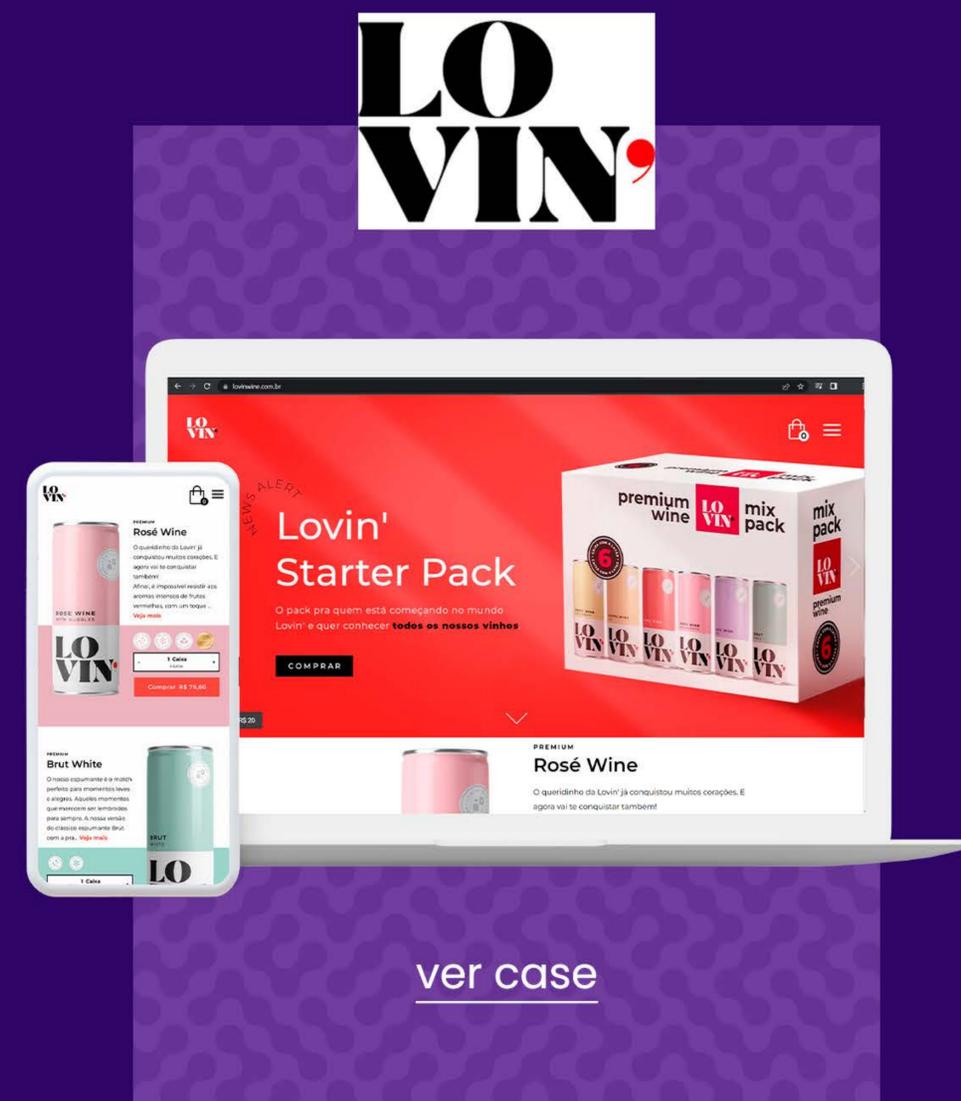


# Case

Lovin' Wine é uma DNVB de vinho premium em lata, a marca iniciou a sua trajetória no e-commerce em 2020, usando a tecnologia da Vnda desde o início da sua jornada.

Começar um negócio totalmente digital, com um produto diferente do tradicional é sempre um desafio, entretanto, a Lovin' soube posicionar sua marca, fazendo uso das ferramentas da Vnda.

Com o Indique e Ganhe, quem já é cliente Lovin' pode ganhar créditos ao indicar outros clientes e garantir futuras compras no e-commerce da marca. E com o recurso de Cashback, a marca estimula a recorrência de compra através da disponibilização de crédito por pedidos efetuados”.



*“A Vnda tem muitos recursos disponíveis! Usamos bastante as ferramentas de desconto, para gerar cupons personalizados para influencers e embaixadoras da marca; promoções, como Indique e Ganhe, Cashback, além de automações como recuperação de carrinho e lembrete de pagamento”.*

Thais Rodrigues Rocha, Head de Marketing

## 24 de junho - Dia de São João

Olha a cobra... é mentira!!

Esta é outra data festiva muito especial e esperada no calendário de muitos pelas comidas, quermesses, dança e alegria das festas juninas e tudo o que há de mais típico no período.

Começando no dia 13, em que é comemorado o Dia de Santo Antônio, as igrejas e escolas marcam as suas Festas Juninas e é só ir para o *arraiá e cair na gandaia, sô!*

## 21 de junho - Início do inverno

Uma nova estação chega, e agora é o momento de estar quentinho em dias de temperaturas mais baixas. Destaque roupas de inverno, cobertores, aquecedores, itens de decoração sazonais e alimentos quentes.

Crie promoções e campanhas nas redes sociais que convidem os clientes a se prepararem para a estação mais fria do ano, garantindo que eles estejam acolhidos e bem equipados.

## 28 de junho - Dia Internacional do Orgulho LGBTQIAPN+

Criado pela Rebelião de Stonewall, na qual a comunidade Queer se cansou da opressão que sofria por parte das autoridades e da polícia de Nova York, o Dia do Orgulho é o momento em que pessoas vão às ruas expressar a liberdade de ser quem são!

Pode não ser um momento para vendas, mas sem dúvidas é uma oportunidade de reconhecer a diversidade e celebrar o amor de todas as formas!



# Julho

	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

Férias escolares e começo de segundo semestre. Isso te lembra algo em especial? Sim, esse é o melhor momento para começarmos a programação para a Black Friday, que acontece em novembro – se é que você não tem tudo pensado e esquematizado já, o que seria melhor ainda.

Pode parecer cedo demais, mas não é! Quanto antes você tiver tudo organizado, melhor tende a ser a sua BF no quesito lucratividade, sendo o que toda loja (virtual ou física) deseja. Não hesite em reunir a sua equipe e começar a discussão, mesmo que seja algo bem superficial de início; só não deixe passar tempo demais para não perder o timing ou ficar super corrido nos meses seguintes.

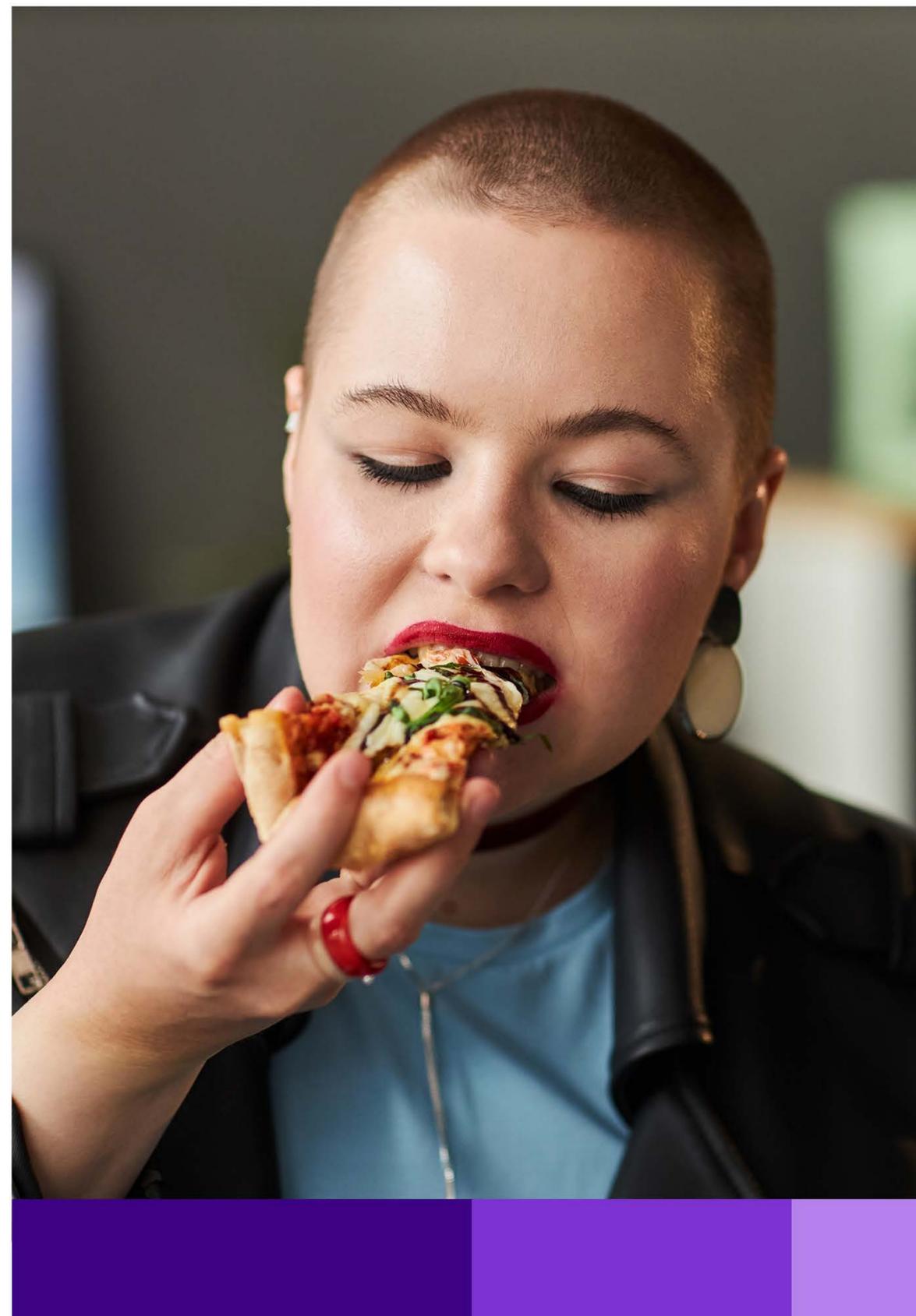
## **10 de julho - Dia da Pizza**

O Dia da Pizza é uma excelente oportunidade para restaurantes e serviços de entrega promoverem ofertas especiais em pizzas, com uma variedade de sabores, promoções de combos e descontos para incentivar os clientes a desfrutarem dessa delícia em casa.

Também pode ser uma chance para lançar sabores exclusivos e criar campanhas interativas, como votações online para novas coberturas ou descobrir qual o sabor preferido pelo seu público e, assim, criar uma maior conexão e interação com os seus clientes.

## **13 de julho - Dia Mundial do Rock**

Este dia é uma oportunidade para lojas de música, instrumentos e roupas relacionadas ao universo do rock. Promova vinis e CDs de clássicos, instrumentos musicais, camisetas de bandas e outros produtos de interesse dos fãs. Realize promoções de álbuns icônicos e crie playlists temáticas para envolver os entusiastas do gênero.



## 16 de julho - Dia do Comerciante

No Dia do Comerciante, destaque a importância do comércio local e agradeça aos comerciantes pela sua dedicação. Incentive o apoio às pequenas empresas, promovendo produtos exclusivos ou ofertas especiais de comerciantes locais, realize parcerias e eventos online para criar uma atmosfera de apoio à comunidade empresarial.

Se quiser, também é possível criar posts celebrando a profissão, agradecendo os trabalhadores e trazendo depoimentos de comerciantes para engajar com o público.

## 19 de Julho - Dia Nacional do Futebol

Para celebrar o Dia Nacional do Futebol, promova artigos esportivos, camisetas de times, bolas e acessórios relacionados ao esporte com descontos especiais, competições online e destaque para itens de colecionador, como camisetas clássicas e outros.

Incentive os fãs a vestirem suas cores e se prepararem para a temporada deste que é um dos esportes mais populares do mundo, e talvez o mais popular de todos!



## **20 de julho – Dia do Amigo e Internacional da Amizade**

Este dia é perfeito para o setor de presentes, visto que são uma ótima forma de celebrar e agradecer por estes laços que levamos para toda a vida. Itens personalizados ganham destaque neste momento, como cartões e produtos que celebram a amizade.

Crie promoções que permitam que os clientes enviem presentes aos amigos à distância, reforçando os laços mesmo quando separados.

## **25 de julho – Dia do Escritor**

Celebre o Dia do Escritor promovendo autores, sejam eles renomados ou novos talentos, dando ênfase e visibilidade para esta profissão que cria universos mágicos para todos os leitores.

Se a sua marca está nesse setor, opte por eventos online com escritores, sessões de autógrafos e lançamentos exclusivos para atrair leitores e apoiar a comunidade literária.



## 26 de julho - Dia dos Avós

No Dia dos Avós, ofereça produtos que celebrem a importância dos avós na vida de todos, como presentes personalizados, álbuns de fotos, produtos de cuidados pessoais e roupas confortáveis.

Destaque a importância dos avós na vida de todos e incentive os clientes a mostrar todo o carinho com presentes significativos.



## 31 de julho - Dia do Orgasmo

Para marcar o Dia do Orgasmo, explore produtos relacionados à intimidade e ao bem-estar sexual. Promova produtos eróticos, de cuidados íntimos e recursos educacionais para incentivar o autoconhecimento e autocuidado também.

Conteúdos em parceria com influenciadores e profissionais especialistas no ramo são uma ótima pedida aqui, mas lembre de manter um tom respeitoso e informativo, incentivando a educação sexual e o empoderamento pessoal.

# Agosto

				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
<u>11</u>	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

Tido por muitos como o “mês que nunca acaba”, nele encontramos o Dia dos Pais, momento em que as compras visam ser um presente e agradecimento para os pais, sendo outra oportunidade de lucro para o seu negócio.

## **5 de agosto – Dia Nacional da Saúde e Dia Internacional da Farmácia**

Destaque produtos relacionados à saúde, bem-estar e farmácia de forma geral, com descontos em vitaminas, suplementos, produtos de cuidados pessoais e serviços de telemedicina.

Incentive a importância de cuidar da saúde e manter uma farmácia em casa, sempre preparada para qualquer necessidade que surgir. clientes.

## **8 de agosto – Dia Internacional do Gato**

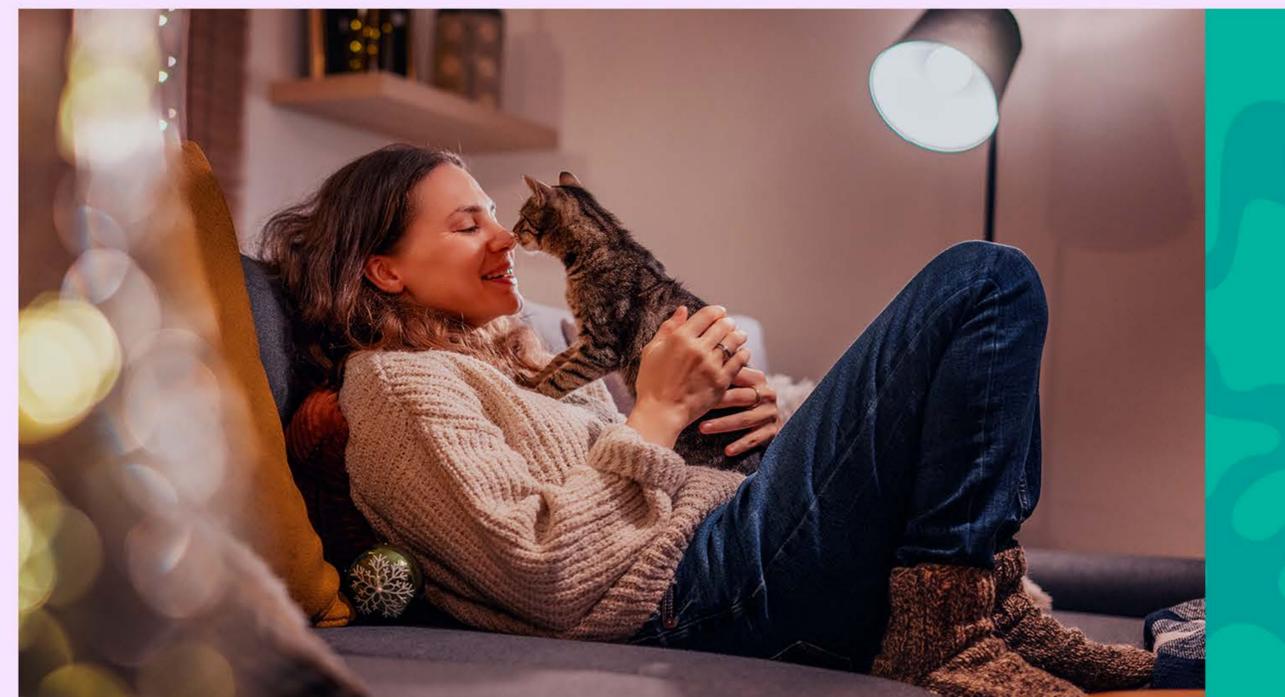
Se o seu empreendimento envolve os amantes de felinos, promova produtos que vão desde brinquedos e roupas até alimentos de qualidade.

Realize concursos de fotos de gatinhos nas redes sociais e crie campanhas que envolvam os clientes, destacando a conexão especial com esses animais de estimação.

## **11 de agosto – Dia do Estudante**

Durante o Dia do Estudante, promova materiais educacionais como livros, acessórios para estudo e cursos online. Somos todos eternos estudantes, e o conhecimento é um bem incrível e transformador!

Para aumentar as vendas na data, você pode oferecer descontos em produtos que facilitam o aprendizado e criar promoções para estudantes de todas as idades. Incentive o contínuo investimento na sabedoria!



## 11 de agosto – Dia dos Pais

Celebre o Dia dos Pais promovendo presentes e experiências especiais para os papais. Destaque roupas, acessórios, dispositivos, ferramentas e produtos de cuidados pessoais.

Crie campanhas que enfatizem a importância de agradecer e de compartilhar momentos memoráveis com eles.



Denis Osório  
Vnda

O Dia dos Pais é uma data sazonal que sempre movimentava o varejo, semelhante ao Dia das Mães, 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 semelhantes a esta, sendo um ótimo gatilho na finalização da compra.



### **15 de agosto - Dia dos Solteiros**

Para quem não é casado e nem namora, temos também o Dia dos Solteiros. Neste dia, ofereça promoções e experiências para aqueles que celebram a vida. Destaque roupas estilosas, produtos de autocuidado, itens para o lar e experiências memoráveis.

### **19 de agosto - Dia Mundial da Fotografia**

Para os amantes da fotografia, câmeras, acessórios e cursos de fotografia são uma ótima saída, e algo altamente buscado por ser sinônimo de cliques melhores.

E para aumentar o engajamento com seu público, que tal criar concursos de fotos, destacando as histórias por trás das imagens e inspirando seu público a capturar e compartilhar momentos especiais do dia a dia?

## **26 de agosto - Dia Mundial do Cachorro**

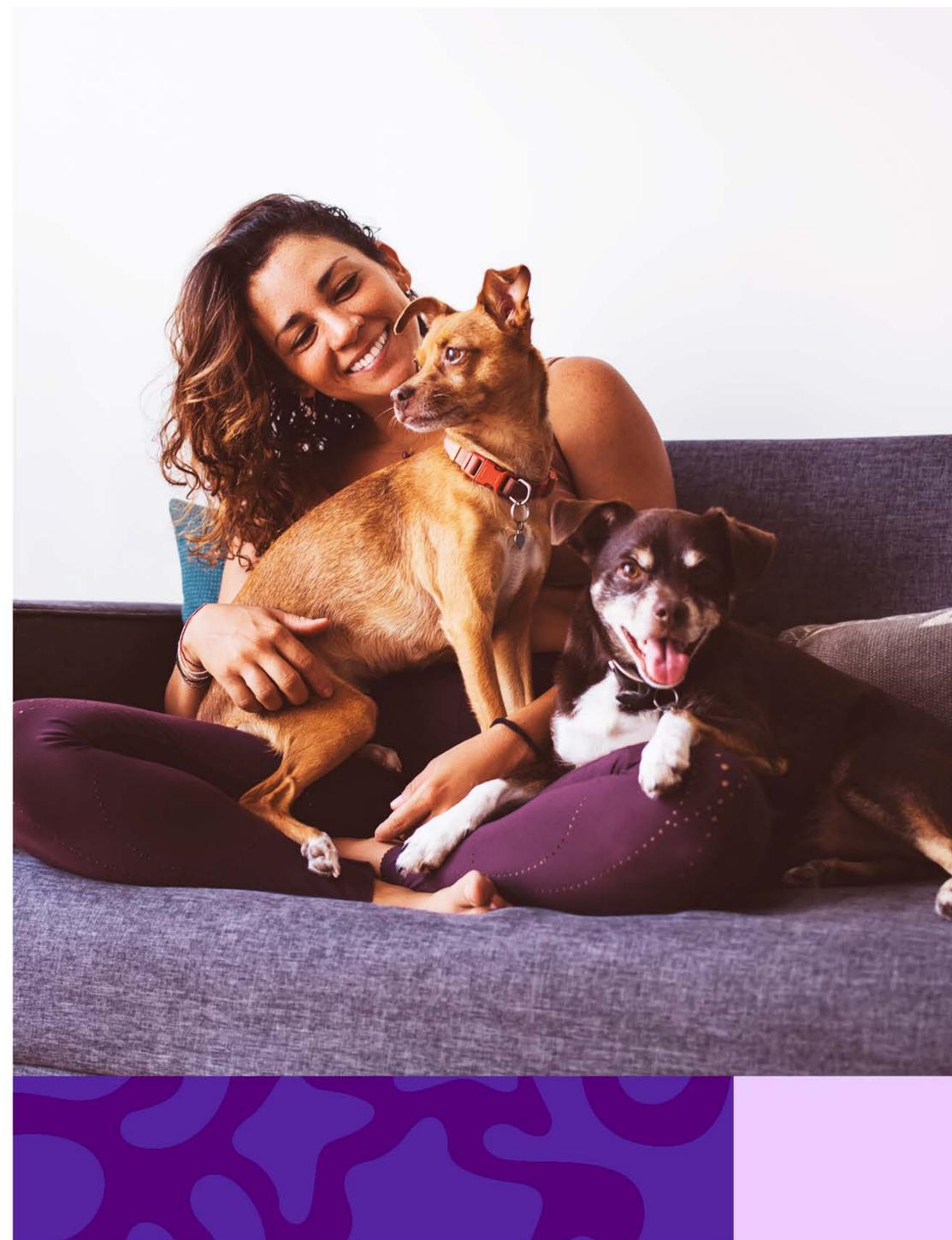
Claro que o “melhor amigo do ser humano” não podia ser deixado de fora. Então, se o público do seu empreendimento envolve apaixonados por cães, use uma abordagem bem parecida à dos felinos e dê ênfase para brinquedos, roupas, alimentos de qualidade, petiscos e outros.

O concurso de fotos nas redes sociais também é uma boa pedida, além das campanhas contra os maus-tratos e a conexão especial que temos com esses animais de estimação.

## **29 de agosto - Dia Internacional do Gamer**

Durante o Dia do Gamer, promover jogos, consoles, acessórios e produtos relacionados ao universo dos jogos é uma boa saída.

E para fomentar a competitividade que todo gamer possui, realize torneios online com ofertas exclusivas de jogos como prêmio, e destaque a diversão de jogar e se conectar com outros jogadores.



# Setembro

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					

-  Feriados
-  Datas de Nicho
-  Datas Importantes
-  Essenciais E-commerce

Muito conhecido pelas campanhas de Setembro Amarelo e a importância da saúde mental, sendo crucial para incentivar o autocuidado, este é um mês muito importante também para o varejo, já que temos o Dia do Cliente, onde você pode aproveitar para usar estratégias para se conectar ainda com o seu público.

## **5 de setembro - Dia do Irmão**

No Dia do Irmão, o foco está nos produtos e presentes que celebram a relação entre irmãos, seja com descontos em roupas, acessórios, jogos e produtos compartilháveis.

Incentive a conexão fraternal e crie campanhas que destacam os laços familiares e a importância do cuidado e amor.

## **6 de setembro - Dia do Sexo**

Nesta data, especialmente importante para o setor de Sex Shop, uma boa ideia é promover produtos íntimos e sensuais com promoções especiais. Destaque produtos de bem-estar sexual, oferecendo aos clientes a oportunidade de explorar sua intimidade neste dia com total confiança e tenha uma comunicação informativa e educativa para fidelizar clientes, sempre com um tom respeitoso.

## **7 de setembro - Dia da Independência do Brasil**

Celebre a independência do Brasil destacando produtos que representam a cultura e a nação. Promova itens com as cores do país, produtos artesanais locais e organize vendas temáticas, ou então promoções especiais no setor do turismo.

Use as redes sociais para mostrar todo o orgulho de ser um cidadão brasileiro e fazer parte da nossa pátria e crie um senso de unidade com seu público.



## 15 de setembro - Dia do Cliente

No Dia do Cliente, agradeça aos seus clientes e ofereça promoções exclusivas, brindes ou descontos especiais para eles se sentirem valorizados. Reconheça a importância deles para o seu negócio e crie campanhas que demonstrem gratidão.



Denis Osório  
Vnda

O Dia do Cliente é a última grande data sazonal que antecede a Black Friday e o Natal. Ela é uma data muito importante, criada para valorizar aqueles que são a razão de cada negócio existir.

No viés de relacionamento e comunicação, você pode usar uma estratégia similar a que recomendamos no Dia do Consumidor.

Uma estratégia que pode dar resultado, é ativar o recurso de amostras no seu e-commerce, visando divulgar um produto específico, e já trabalhar a recompra pensando na Black Friday e Natal.



Leandro Gorzoni  
Yoooper

Geralmente investimos bastante para conquistar novos clientes e deixamos de pensar em reter os que já temos. Essa data é o período perfeito para fortalecer a relação que você tem com seu consumidor, além de investir para conquistar novos.

A primeira dica é realizar campanhas de retargeting com base no comportamento passado do cliente no seu site. Como, por exemplo, mostrar produtos que o comprador visualizou anteriormente, incentivando a conclusão de compra com alguma condição especial para o Dia do Cliente.

Segmente os seus anúncios para diferentes perfis oferecendo produtos ou serviços que se alinhem com os seus interesses. Se você for uma marca de moda, por exemplo, pode criar anúncios segmentados para clientes que compraram roupas de inverno no passado, destacando as novas coleções para a próxima estação.

Nas redes sociais, além de divulgar as ofertas e condições especiais para esse período, a comunicação também pode ser pautada em trazer depoimentos que falem sobre o atendimento, qualidade do serviço ou produto que você oferece. Aposte em conteúdos no formato de vídeo, que têm boa aderência e geram um bom engajamento.

# Case

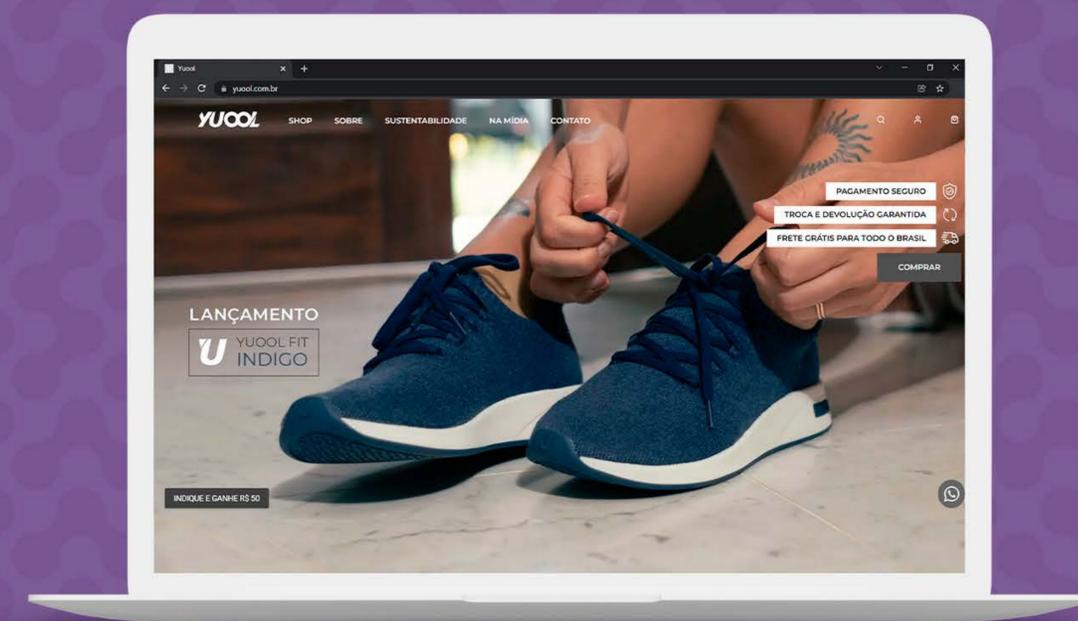
A Yuool é uma das principais DNVB's do Brasil, são marcas que nascem digitalmente e com uma estrutura vertical, ou seja, surgem diretamente no universo online e a própria empresa é responsável por todo o processo: da fabricação do produto, passando pela venda, até o atendimento e relacionamento com o cliente pós-venda.

A Yuool começou a utilizar a plataforma de e-commerce da Vnda desde o lançamento da marca, em dezembro de 2017. A criação e crescimento da Yuool foi com a estrutura de tecnologia e serviços de Vnda, com resultados e evolução de negócio que são referência e vanguarda para as DNVBs do mercado varejista.

*"Questão de experiência, qualidade e simplicidade sempre pesaram muito para a escolha da plataforma. A Vnda sempre traz funcionalidades e as novidades sempre partem deles"*

Eduardo Rocha Abichequer, sócio-fundador da Yuool

# YUOOL



[ver case](#)

## 22 de setembro - Começo da primavera

Com a chegada da primavera, promova produtos relacionados à estação, como roupas leves, decorações florais e itens para jardinagem. Destaque em seu e-commerce a renovação, a alegria e a beleza que vem com esta estação, incentivando os clientes a se prepararem para uma nova coleção.



# Outubro

		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

Momento pré-Black Friday (e é ótimo já ter tudo alinhado para não deixar as preparações para o último segundo), mas também marcado por movimentações como o Outubro Rosa, essencial para conscientizar e alertar o público feminino sobre o câncer de mama e colo de útero.

Como nele também é comum termos campanhas de Dia das Crianças e outros segmentos, é um bom momento para aquecer o mercado e começar a soltar pequenos spoilers do que será a Black Friday, para que o seu público se prepare para adquirir ótimos produtos no seu e-commerce.

## **4 de outubro - Dia Mundial dos Animais**

Neste dia, destaque produtos relacionados a todos os pets – como alimentos, brinquedos e acessórios – promovendo a adoção responsável de animais e criando campanhas de conscientização sobre o bem-estar dos animais.

Incentive os clientes a cuidarem de seus animais de estimação e apoie causas relacionadas aos animais. Uma boa ideia para movimentar o momento é com fotos dos pets dos colaboradores da sua empresa nos stories do Instagram, por exemplo, para demonstrar todo o amor e cuidado com nossos fiéis companheiros.

## **12 de outubro - Dia das Crianças**

O Dia das Crianças é uma oportunidade de ouro para o setor de brinquedos e presentes infantis. Promova brinquedos, roupas, livros e jogos educativos, crie ofertas especiais para famílias e destaque produtos que estimulem a criatividade e o aprendizado dos pequenos.

## **15 de outubro - Dia do Professor**

Aproveite esta data para reconhecer a importância dos educadores e promover itens relacionados à educação, como livros, materiais escolares, cursos online e presentes especiais para os professores.

Realize campanhas nas redes sociais que celebrem e agradeçam por toda a dedicação dos professores, que exercem um papel tão forte na vida de diversas pessoas.



## **29 de outubro – Dia Nacional do Livro**

Celebre o Dia Nacional do Livro com indicações de leituras e conhecimento. Destaque livros de diferentes gêneros e ofereça descontos em e-books para incentivar a paixão pela leitura.

Para engajar com o seu público, você pode criar eventos online, como clubes do livro, para envolver os leitores e se aproximar deles.

## **31 de outubro – Dia das Bruxas (Halloween)**

O Dia das Bruxas é uma oportunidade para o setor de fantasias, decorações e produtos personalizados e/ou temáticos. Se este é o seu caso, promova fantasias assustadoras, acessórios de decoração para festas e produtos relacionados ao Halloween.

Crie uma atmosfera de diversão e criatividade, envolvendo os clientes em celebrações temáticas, ou até mesmo uma competição de fantasias nos stories para que seus clientes interajam e se sintam parte do negócio.



# Novembro

					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

-  Feriados
-  Datas de Nicho
-  Datas Importantes
-  Essenciais E-commerce

Atenção! Todos a bordo e prontos? O penúltimo mês do ano chegou e, com ele, uma das datas mais aguardadas por muitos e-commerces e clientes: a Black Friday!

Lembrando que sua ação não precisa ser só no dia específico da BF (última sexta-feira do mês), e pode envolver o mês todo, a semana inteira ou o que fizer mais sentido para a sua empresa.

De toda forma, este é o momento de analisar a estratégia uma última vez, ver se ela está alinhada e pronta para ir ao ar, e se tudo está preparado: time operacional pronto para atender, vender e tirar eventuais dúvidas; estoque em dia para um alto número de pedidos; objetivos e metas traçados para toda a equipe. Pronto para um ótimo período de vendas? É só lançar a sua campanha, com todas as peças e áreas envolvidas!

Este também é o mês em que acontece a campanha do Novembro Azul, com a conscientização a respeito de doenças masculinas e, especialmente, o diagnóstico precoce do câncer de próstata, o que torna interessante ter pelo menos um post de conscientização sobre o tema.

E como se não tivéssemos datas importantes o suficiente, é normalmente nesse momento que a primeira parcela do 13º salário aparece na conta bancária! Por isso, criar boas campanhas e descontos chamativos é um ótimo diferencial.



### **1 de novembro – Dia Mundial do Veganismo**

Esta é uma boa oportunidade para destacar produtos veganos – como alimentos, roupas e cosméticos livres de crueldade animal –. Promova a conscientização sobre a importância de escolhas éticas, sustentáveis e que não fazem experimentos em animais.

Para um aproveitamento ainda maior, junto de posts no feed das redes sociais que incentivam a transição para um estilo de vida mais compassivo, ofereça também descontos em produtos veganos da sua loja.

### **13 de novembro – Dia Mundial da Gentileza**

O Dia Mundial da Gentileza é uma oportunidade de promover ações de caridade, como produtos que incentivam a empatia, cartões de agradecimento, presentes de apreço e apoio a projetos beneficentes. Crie campanhas que inspirem atos de bondade e solidariedade, e enfatize a importância de ser uma pessoa gentil.

### **15 de novembro – Proclamação da República**

Você pode celebrar a Proclamação da República em seu e-commerce destacando produtos relacionados à história e cultura do nosso país verde-amarelo. Promova itens com temas patriotas, decorações temáticas e ofertas para marcar a data; incentive o orgulho nacional e envolva os clientes nesta celebração da história do nosso país.

### **20 de novembro – Dia Nacional da Consciência Negra**

No Dia Nacional da Consciência Negra, que faz com que todo o mês seja dedicado à população negra, promova produtos que celebrem a diversidade e a cultura afro-brasileira. Destaque roupas, artesanato, obras de arte e livros relacionados à cultura negra, e crie campanhas que promovam a inclusão e o respeito à diversidade.



### **22 de novembro – Dia do Músico**

Perfeito para lojas do ramo musical, o Dia do Músico permite a promoção de instrumentos musicais, equipamentos de áudio e produtos relacionados ao universo da música.

Ofereça descontos em aulas online de instrumentos ou teoria musical e destaque produtos para músicos de todos os níveis; incentive a paixão pela música e crie oportunidades de aprender e criar.

### **25 de novembro – Dia Nacional do Doador de Sangue**

O e-commerce pode se unir a iniciativas de doação de sangue, incentivando os clientes a doar e compartilhando informações sobre locais para realizar a ação, fazendo uma campanha de conscientização sobre este tema tão importante.

Lojas virtuais nos ramos de saúde e bem-estar podem oferecer serviços de saúde com descontos especiais, ou promoções exclusivas para pessoas que doarem sangue no dia.

## **29 de novembro – Black Friday**

É chegada a Black Friday, uma das datas mais aguardadas pelos consumidores dos mais variados setores e pelo e-commerce de forma geral. Ofereça descontos significativos em uma ampla variedade de produtos do seu site, crie campanhas para gerar expectativa e antecipação, envolvendo os clientes em uma experiência de compras emocionante e se prepare para ter um ótimo número de vendas.

Lembre que os consumidores estão cada vez mais investigadores, então não use de práticas como o famoso “metade do dobro” para ter um bom período de crescimento de números e atingimento de metas, e não uma “Black Fraude”.





Leandro Gorzoni  
Yoooper

O planejamento pode ditar o seu sucesso nessa data. A data mais aguardada pelos consumidores jamais poderia ficar de fora! O primeiro insight que deixo aqui é: inicie o seu planejamento no meio do ano para poder aproveitar ao máximo. Olhamos inicialmente para o projeto a partir de SEO e recomendamos:

- Inicie criando uma landing page dedicada e otimizada para SEO;
- Otimize suas página de produto com palavras-chave relevantes para a Black Friday;
- Crie publicações de blog com dicas de compras e destaque as melhores ofertas. Foque também em conteúdo fundo de funil linkando para outros textos;
- 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;
- Crie uma FAQ personalizada explicando como funcionam as promoções, quais são os produtos que entrarão e por que é vantajoso comprar com sua marca na BF;
- É muito importante que o blog siga a mesma identidade visual do seu site durante a Black Friday, mantendo unidade na navegação.

Veja também: [5 estratégias de SEO fundamentais para a Black Friday](#)



Leandro Gorzoni  
Yoper

Entenda quais serão os descontos que irá aplicar, quando eles serão liberados e se existe estoque para isso. Para as campanhas de mídia paga, você pode apostar em:

- Anúncios! Eles podem ser trabalhados com contagem regressiva, preparando o público para o início da campanha de Black Friday da sua marca;
- Outra dica valiosa são os anúncios dinâmicos que exibem automaticamente os produtos visualizados pelos usuários;
- Faça campanhas de remarketing com o intuito de atrair clientes que já compraram ou entraram em seu site por um determinado período;
- Como forma de pagamento, você pode oferecer um desconto para quem escolhe a modalidade PIX. Dessa forma, você garante uma conversão instantânea – além da satisfação do cliente!



Leandro Gorzoni  
Yoper

CRM é um canal crucial para ter êxito nas suas estratégias. O que recomendamos é:

- Ter um pop-up ou LP especial onde você consiga aumentar sua base oferecendo exclusividade, antecipando os descontos em alguns dias apenas para esse grupo;
- Durante o período promocional, recomendamos que aumente o volume de seus disparos. De modo geral, o mercado bombardeia seus consumidores com comunicações, logo se faz necessário aumentar os disparos, explorando assuntos mais agressivos no quesito comercial e envios em horários diferentes;
- O CRM também nos dá a oportunidade de explorar outros canais, como SMS e WhatsApp. Verifique a possibilidade e estabeleça um relacionamento com seus clientes via esses.



Leandro Gorzoni  
Yoooper

Assim como todos os canais citados acima, as redes sociais não poderiam ficar de fora! As estratégias que você implementar nesse canal devem estar alinhadas com toda a campanha de Black Friday da sua marca nesse ano. Alguns pontos que recomendamos:

- Crie pré-anúncios ou teasers das ofertas que serão disponibilizadas na BF;
- Traga um conteúdo capaz de gerar a interação do público, como votações e pesquisas;
- Crie uma contagem regressiva direto nas redes sociais para criar expectativa.

É primordial que você defina uma abordagem, linha editorial e criativa que esteja alinhada para todos os canais. 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 distintos. Entretanto, na Black Friday, nós recomendamos um alinhamento mais respeitoso entre as mídias, pois 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.

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 na sua base geral.

Veja também: [A jornada do cliente na Black Friday: rastreando o comportamento de compra usando dados](#)



Denis Osório  
Vnda

A Black Friday é a grande data que impulsiona as vendas no e-commerce. É crucial uma preparação abrangente para esse período, incluindo o desenvolvimento de comunicações para a base de clientes, estratégias promocionais, gerenciamento de estoque, publicidade online (ads) e awareness.

### 1. Boleto

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

### 2. Cobertura de estoque

Conduza uma análise do histórico de vendas do ano e extraia insights sobre os produtos com o maior potencial para a data. Se tiver capacidade para uma produção rápida, aumente o estoque e estenda os prazos de entrega, os clientes estarão dispostos a aguardar por uma compra 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 às 00h e veja a magia acontecer.

# Dezembro

		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

Mais um fim de ano chegou, e com ele as típicas frases como “nossa, como o ano voou”, e o famoso “é pavê, ou pacumê?”. Mas junto disso, temos o pagamento da segunda parcela do 13º salário, Natal e férias de fim de ano, pontos que fazem com que o ticket médio seja um pouco maior — e uma ótima oportunidade de aproveitar para lucrar um pouco mais, não é mesmo?

## 2 de dezembro - Cyber Monday

Seguindo a tradição, a segunda-feira logo após a Black Friday é a chamada Cyber Monday, momento voltado para os consumidores aproveitarem descontos especiais online; é uma extensão da temporada de descontos da BF, porém, com foco mais direcionado nas compras virtuais.

Ela oferece oportunidades significativas para o e-commerce, já que é possível continuar atraindo consumidores com descontos em produtos eletrônicos, tecnologia, moda, e muito mais, visando esgotar estoques remanescentes da Black Friday.



**Leandro Gorzoni**  
Yooper

A Cyber Monday está firmemente estabelecida no cenário brasileiro, representando uma excelente oportunidade para impulsionar as vendas no período pós-Black Friday. Uma estratégia fundamental para aproveitá-la é alavancando as ofertas da Black Friday, criando assim um senso de urgência. É bastante frequente encontrar consumidores que continuam buscando e indecisos, portanto, utilizar a Cyber Monday como um último estímulo para este público pode ser uma solução eficaz para concluir vendas de produtos remanescentes e ofertas.

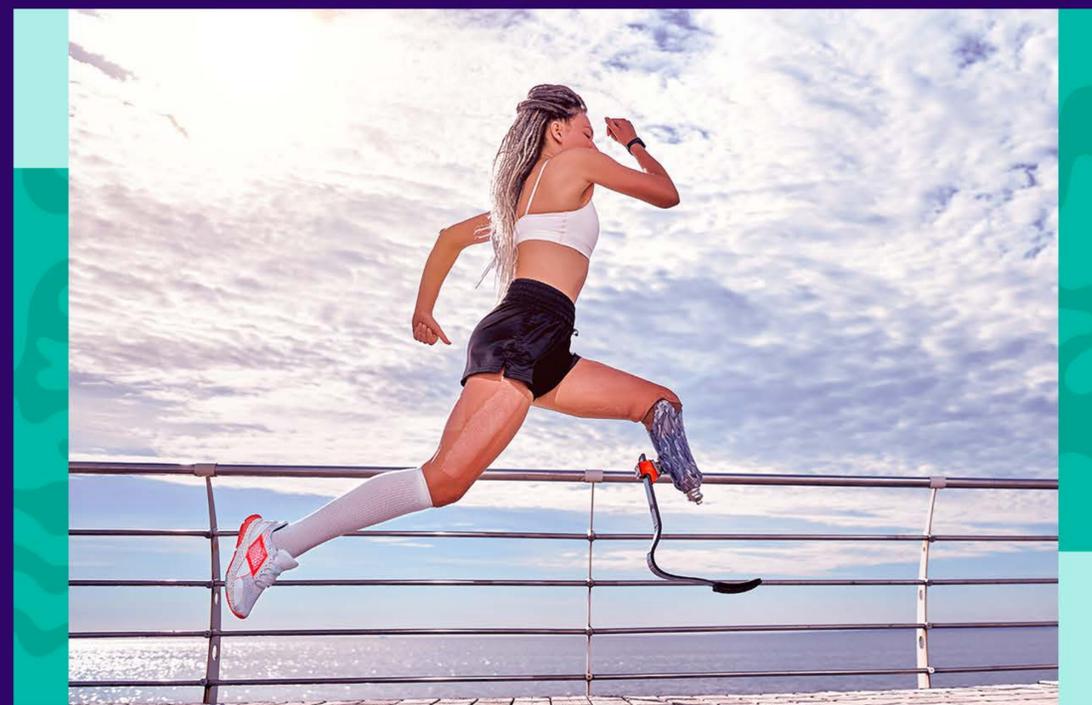
### 21 de dezembro - Início do verão

Com a chegada do verão, sua loja pode destacar roupas mais leves, coloridas e alegres, trajes de banho, protetores solares, produtos para esportes ao ar livre, itens para churrascos e outros. Promova ofertas de temporada e crie campanhas que para ajudar seus clientes a se prepararem para os dias ensolarados e cheios de diversão.

### 21 de dezembro - Dia do Atleta

No Dia do Atleta, uma boa pedida são as promoções de produtos esportivos, equipamentos de treino, roupas esportivas e acessórios deste ramo.

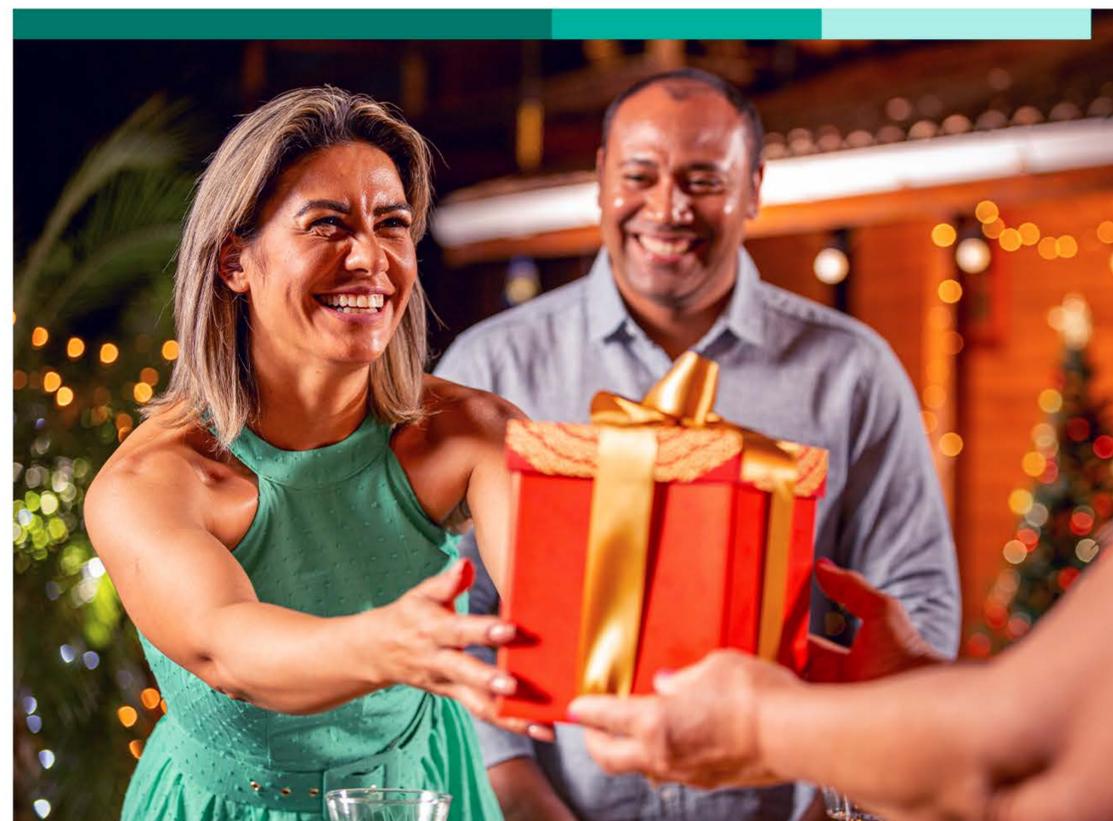
Descontos em calçados de corrida, aparelhos de ginástica e serviços relacionados à saúde e condicionamento físico são uma ótima ideia, incentivando seu público a adotar um estilo de vida ativo e saudável.



## 25 de dezembro - Natal

O Natal é a época mais festiva do ano e oferece oportunidades para uma ampla gama de setores, com alta movimentação financeira.

Dê destaque para presentes, decorações natalinas, roupas festivas e produtos relacionados à culinária de Natal com campanhas que celebrem o espírito natalino e facilitem as compras para os clientes, como guias de presentes e envios aos destinatários.



Denis Osório  
Vnda

O Natal é a segunda data mais expressiva para o e-commerce no Brasil, ele se desenrola ao longo de todo o mês de dezembro, após a Black Friday, e para aproveitá-lo ao máximo, 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 renda para gastar.

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.

# Case

Charlô é uma empresa tradicional com mais de 40 anos de história, ela se mantém ao longo desse período à frente do seu tempo e dita a tendência do mercado de eventos de luxo.

Ao pensar em vender comida na internet, logo vem à mente os aplicativos de entrega, porém, com a pandemia e a necessidade de transformação, a Charlô decidiu investir no seu site próprio, e após algumas experiências, a Charlô levou sua qualidade de serviço e alimentação para a tecnologia da Vnda, e hoje fatura em um canal ainda pouco explorado pela categoria de alimentos e bebidas.

Os e-commerces de alimentação precisam de ferramentas que facilitam nas especificidades da categoria, como os detalhes de cada pedido, afinal, a discussão é eterna: com ou sem uva passa? A Vnda dispõe de cada detalhe necessário para identificar tamanhos, sabores, ingredientes e o que mais for necessário no ramo gastronômico.

*“Usamos muito as vendas pela ferramenta Direct! As mensagens chegam via WhatsApp, as vendedoras montam cardápios com sugestões, enviam aos clientes e fecham o pedido. As comissões são calculadas dentro do Direct.”*

Paulo Sigrist, responsável pela transformação digital da Charlô



[ver case](#)

### 31 de dezembro - Réveillon

Para a celebração do Réveillon, destaque roupas de festa, acessórios elegantes, produtos de beleza e decorações de Ano Novo para o seu público-alvo.

Ofereça descontos em trajes formais e organize campanhas que ajudem os clientes a se prepararem para a virada do ano com estilo e sofisticação, prontos para começar o ano de 2025 da melhor forma possível!

