GUIA DE ESTRATÉGIAS
DE INBOUND MARKETING
PARA O SUCESSO DA

BLACK FRIDAY 2024

DA SUA EMPRESA.

SALESPUNCH

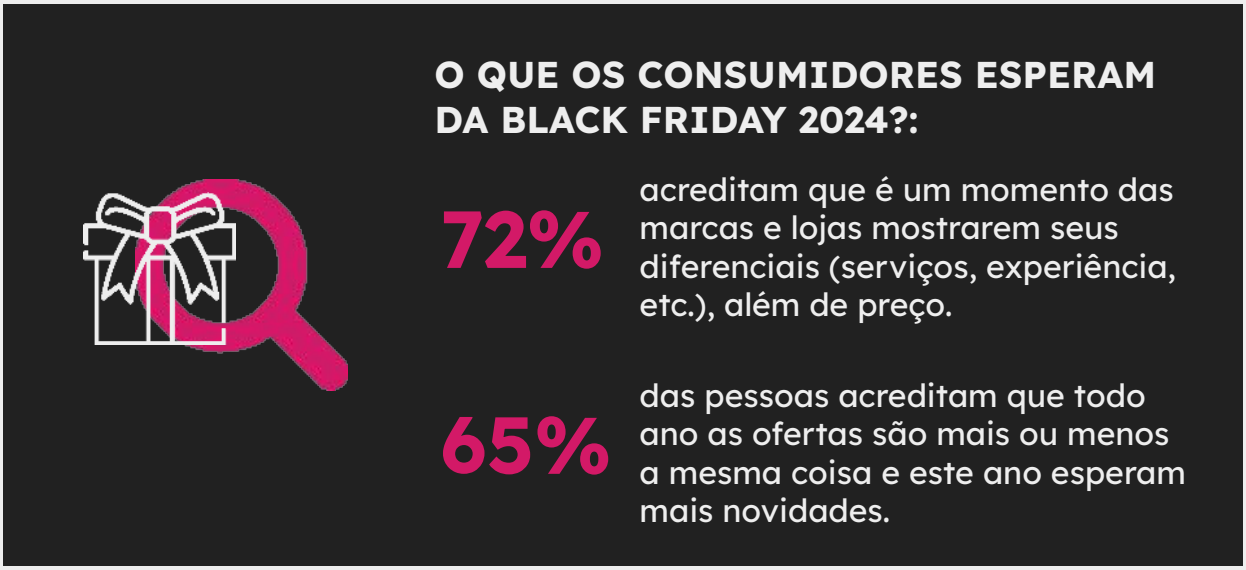
GUIA DE ESTRATÉGIAS DE INBOUND MARKETING PARA O SUCESSO DA BLACK FRIDAY 2024 DA SUA EMPRESA

1. O que é Black Friday;
2. Por que ela é uma das datas mais importantes para o comércio;
3. Dados dos últimos anos.

A **Black Friday** é mundialmente conhecida por ser um dos principais eventos de descontos do ano, e principalmente por trazer diversas oportunidades para consumidores e comerciantes que têm a chance de aproveitar as promoções, impulsionar as vendas e atrair novos clientes.

Segundo o portal e-commerce Brasil apesar de que em 2023 houve uma redução de 15% no faturamento e de 17,6% na quantidade de pedidos, o ticket médio aumentou 1,7x e a data continua sendo crucial para aumentar a rentabilidade de negócios físicos e digitais.

"Em 2024, a expectativa é de que essa tendência continue, consolidando a Black Friday como a principal data do varejo."



THINK WITH GOOGLE

FONTE: PESQUISA GOOGLE ENCOMENDADA PARA OFFERWISE N=1350 RESPONDENTES, JULHO DE 2024 + DADOS INTERNOS GOOGLE

FONTES INTRODUÇÃO:

*https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/black-friday-2024-overview-estrategias-e-boas-praticas-para-a-data

*https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/jornada-do-consumidor/oportunidades-negocios-black-friday-2024/

COMO AUMENTAR OS RESULTADOS

As **estratégias de marketing digital** que selecionamos neste material gratuito vão ajudar você a **potencializar seu faturamento** através de ações antes, durante e depois da Black Friday, gerando **atração** e mais tarde a **fidelização** dos clientes do seu negócio. Independentemente se sua loja é física ou digital, montar o planejamento de estratégias para um evento poderoso como a Black Friday **aumenta** as chances da sua empresa ser cada vez mais conhecida e mais valorizada no mercado e consequentemente contribui com o **crescimento disparado do seu faturamento.**

Na linha do tempo a seguir, dividimos as ações em 3 períodos: pré, durante e pós Black Friday:

PRÉ- BLACK FRIDAY

O **planejamento de ações** que envolve a seleção de produtos e descontos, orçamentos, definição de metas e objetivos, devem ser realizados com **antecedência**. O ideal é iniciar o planejamento **um mês e meio antes**, o suficiente para trocar ideias, alinhar as campanhas e aprovar os conteúdos.

Nesta etapa do planejamento é importante estar atento a todos os detalhes do processo, para certificar-se de que não está deixando nada de fora. Aqui estão algumas dicas para começar:

- Personalize a identidade visual da sua marca com o tema da Black Friday, e esteja atento para que **todos os seus canais de comunicação estejam caracterizados da mesma forma**;
- Faça com que seus **leads** se **sintam especiais**, por isso prepare materiais exclusivos que oferecem promoções especiais para se sentirem valorizados;
- Aumente sua base de contatos com a captação de leads para garantir uma **boa performance dos seus anúncios** e a **otimização** dos seus resultados;

- Pense em oferecer um brinde ou benefício exclusivo para quem se cadastrou através da sua **landing page**
- Planeje campanhas antecipadas com **gatilhos mentais**, estimulando seus clientes a se cadastrarem com antecedência
- entregue um conteúdo de valor para os usuários perceberem a **autoridade** da sua marca;
- planeje um **preço competitivo** para chamar a atenção de quem pretende aproveitar a sexta-feira para comprar seu produto.
- Preste atenção nos seus concorrentes: esteja atento às estratégias e busque informações sobre produtos e descontos ofertados por eles
- A divulgação deve ser feita com antecedência, utilizando o **senso de urgência** como base para as chamadas para ação, informando que é a chance final para comprar.
- Os **descontos** precisam estar **evidenciados**, pois é isso que os clientes realmente estão procurando. As peças produzidas para divulgação devem manter um conceito visual padrão.

DURANTE A SEMANA DA BLACK FRIDAY

Como a Black Friday resulta no aumento das demandas, é importante estar preparado para as **novas demandas** que irão surgir como resultado das estratégias que você realizou antes dos dias do evento. Com base nos resultados de 2020, a expectativa para este ano é grande, portanto você deve **se planejar** para os **grandes resultados** da **Black Friday 2021** da sua empresa.

O primeiro passo é garantir uma **equipe de apoio** nas vendas e um **suporte técnico** para suprir todas as demandas corretamente, sem afetar a reputação da sua empresa. Um time que gera **bons resultados** é aquele que têm um ambiente de trabalho saudável e líderes eficientes, pois são responsáveis pelo monitoramento dos pedidos o tempo todo, ao mesmo tempo que cuidam de clientes, pedidos, pagamentos, ações, estoque, vendas e dos **feedbacks** dos clientes.

PÓS BLACK FRIDAY

Depois de muito esforço e dedicação antes e durante o evento, ainda não é hora de descansar. Neste período existe a oportunidade aproveitar o **resíduo** da sua campanha e **potencializar seus ganhos** com a Black Friday. Esteja preparado para no dia seguinte iniciar uma comunicação para atrair e converter quem não conseguiu aproveitar os descontos e quem comprou mas esqueceu de algum item que tenha demonstrado interesse. Mesmo com descontos menores, o ideal é que você comunique que **ainda há uma chance** de aproveitar uma oportunidade de um preço diferenciado por determinado período e limitado ao seu estoque.

E, após as **diversas ações** que você realizou e as **inúmeras vendas** como resultado, chegou o momento de **analisar** todas as etapas e checar o seu faturamento. É interessante e indispensável ter uma **conciliação financeira** transparente e eficaz para verificar o **diagnóstico** das suas vendas e evitar quaisquer prejuízos.

Analise a sua base de contatos atualizada e as **métricas de performance** das suas campanhas digitais, pois os resultados te ajudarão a ter **insights** para o planejamento estratégico da **próxima campanha** ou evento da sua empresa.

TENHA UMA ESTRATÉGIA OMNICHANNEL

Omnichannel - É uma estratégia que **integra** todos os canais de comunicação e vendas de uma empresa. A **estratégia omnichannel** é capaz de oferecer aos seus usuários uma **variedade de canais de comunicação** para influenciá-los no processo de **tomada de decisão**. Ela conecta os pontos entre consumidores e lojas com o objetivo de oferecer a **melhor experiência** possível para o cliente.

O cliente está sempre **no centro** das **estratégias omnichannel**, por isso, para você oferecer soluções integradas e eficientes através dos seus canais de comunicação, pesquise seu público-alvo e suas necessidades, assim poderá planejar uma estratégia com objetivos reais para garantir uma excelente experiência de compra na sua loja, **vendendo mais e fidelizando seus clientes**.

Para aumentar a conversão de vendas do seu negócio, é interessante que você tenha um **estoque integrado**, ou seja, ofereça diversas opções de entrega e evite a perda de vendas por falta de produtos.

É importante também **alinhar suas ações de marketing** e integrar os seus canais de comunicação para **padronizar os atendimentos** aos clientes e garantir uma experiência consistente e fluida.

Garanta uma estratégia omnichannel no seu planejamento de Black Friday e contribua com o **aumento das vendas** e do **faturamento** da sua empresa.

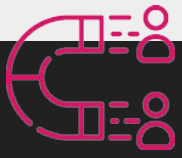
EXEMPLO DE AÇÕES E A BLACK FRIDAY

O **funil de marketing** é um dos conceitos que fazem parte da estratégia de inbound marketing. É essencial na sua estratégia pois **estimula** o consumidor a caminhar na **jornada de compra** de acordo com o espaço que ele ocupa no funil.

Os **objetivos** da sua empresa estão muito ligados com as **etapas do funil** que seus clientes terão que percorrer até comprar o seu produto no evento da Black Friday.

Abaixo exemplificamos algumas ações, gatilhos e funis de marketing que podem ser usados na sua estratégia para a Black Friday

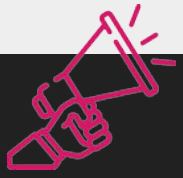
AÇÕES PRÉ-BLACK FRIDAY



Para geração de Leads

Aproveite o período **anterior** à Black Friday para **captar uma base** de potenciais compradores dos seus produtos / serviços. Defina uma oferta relevante que estimule o pré-cadastro na promoção, por exemplo:

- Seja avisado com antecedência;
- Antecipação de descontos (1 dia antes serão liberados descontos para os pré-cadastrados);
- Descontos maiores para quem se pré-cadastrar (mas tem que ser maiores mesmo);



Plano de Divulgação

- construa uma **landing page** para este pré-cadastro;
- use suas redes sociais - posts e imagens de capa;
- impulsione os conteúdos;
- Se tiver uma base de dados cadastrada envie um **e-mail de divulgação**;
- Use banners no seu site / e-commerce;
- Utilize recursos como POP-UPs e POP-ups de saída;
- Se tiver grupos de Whatsapp / Telegram divulgue por lá também

AÇÕES COMPARTILHADAS ENTRE LOJA E FORNECEDORES

Combine com seus fornecedores uma negociação especial para aproveitar esta data e repasse aos clientes. 02 exemplos de ações conjuntas;

Combine um **desconto antecipado** acordado com o fornecedor para ofertar aos clientes de determinado produto;

Amplie o desconto para todos os produtos / serviços no dia 'D" da black friday.

Plano de Divulgação

- Pode ser construída uma landing page para cadastro e aproveitar a antecipação do desconto para determinado produto;
- Informe que ele será avisado antecipadamente de novos descontos
- Divulgação das Redes Sociais com impulsionamento;
- Divulgação por e-mail;
- 01 dia antes avise a todos os cadastrados que a condição antecipada do produto X agora valem para todos os produtos da LOJA (no dia da Black Friday)

LEMBRETE AOS CLIENTES

Com objetivo de captar cadastros de potenciais clientes, crie uma Landing Page com a oferta de avisar aos cadastrados antecipadamente dos descontos e oportunidades da Black Friday.

Outro estímulo é **estender o desconto** para todo o final de semana para quem se cadastrou as condições da Black Friday (gera exclusividade);

Plano de Divulgação

- Pode ser construída uma LP para pré-cadastro de acesso aos descontos para determinado produto;
- Email marketing para a base cadastrada informando das vantagens de se pré-cadastrar
- Email avisando da chegada da data;
- Publicações patrocinadas - Redes Sociais

BENEFÍCIOS EXTRAS PARA PRÉ-CADASTRADOS

Outra forma de estimular pré-cadastros é prometer **descontos e benefícios extra** na data da Black Friday;

Exemplos de benefícios extras

Brindes

Desconto EXTRA

Frete Grátis

Antecipação na compra

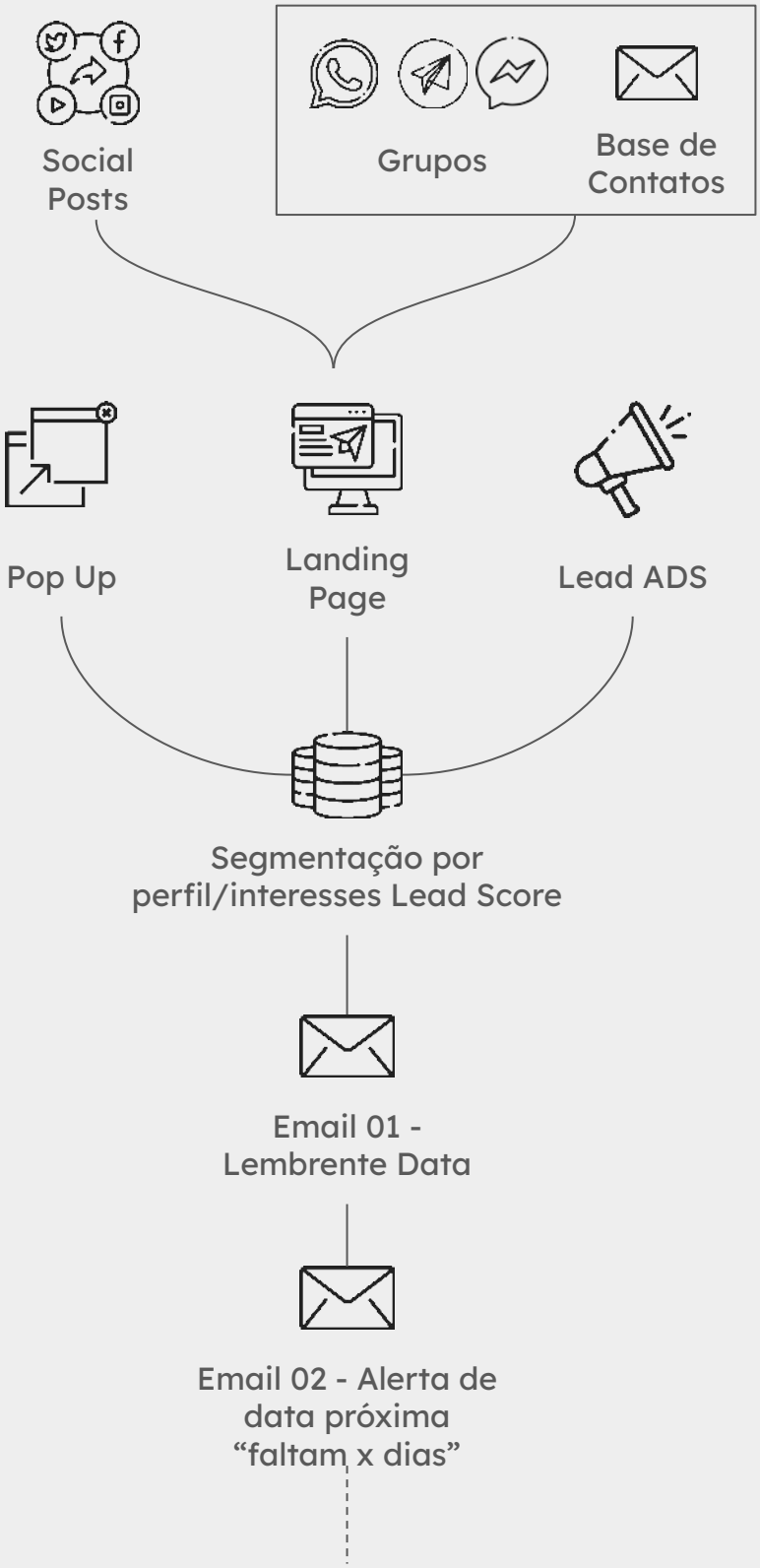
Maior período de desconto

Plano de Divulgação

- Pode ser construída uma LP para pré-cadastro de acesso aos descontos para determinado produto;
- Email marketing para a base cadastrada informando das vantagens de se pré-cadastrar
- Email avisando da chegada da data;
- Publicações patrocinadas - Redes Sociais

FUNIL DE MARKETING PRÉ-BLACK FRIDAY

ATRAÇÃO | CONVERSÃO | QUALIFICAÇÃO | FECHAMENTO



AÇÕES NA SEMANA/
FIM DE SEMANA DA BLACK FRIDAY

GERE URGÊNCIA

Chegado o dia esperado, **lembre** seu cliente que se cadastrou para utilizar os benefícios prometidos.

Gere **urgência**:

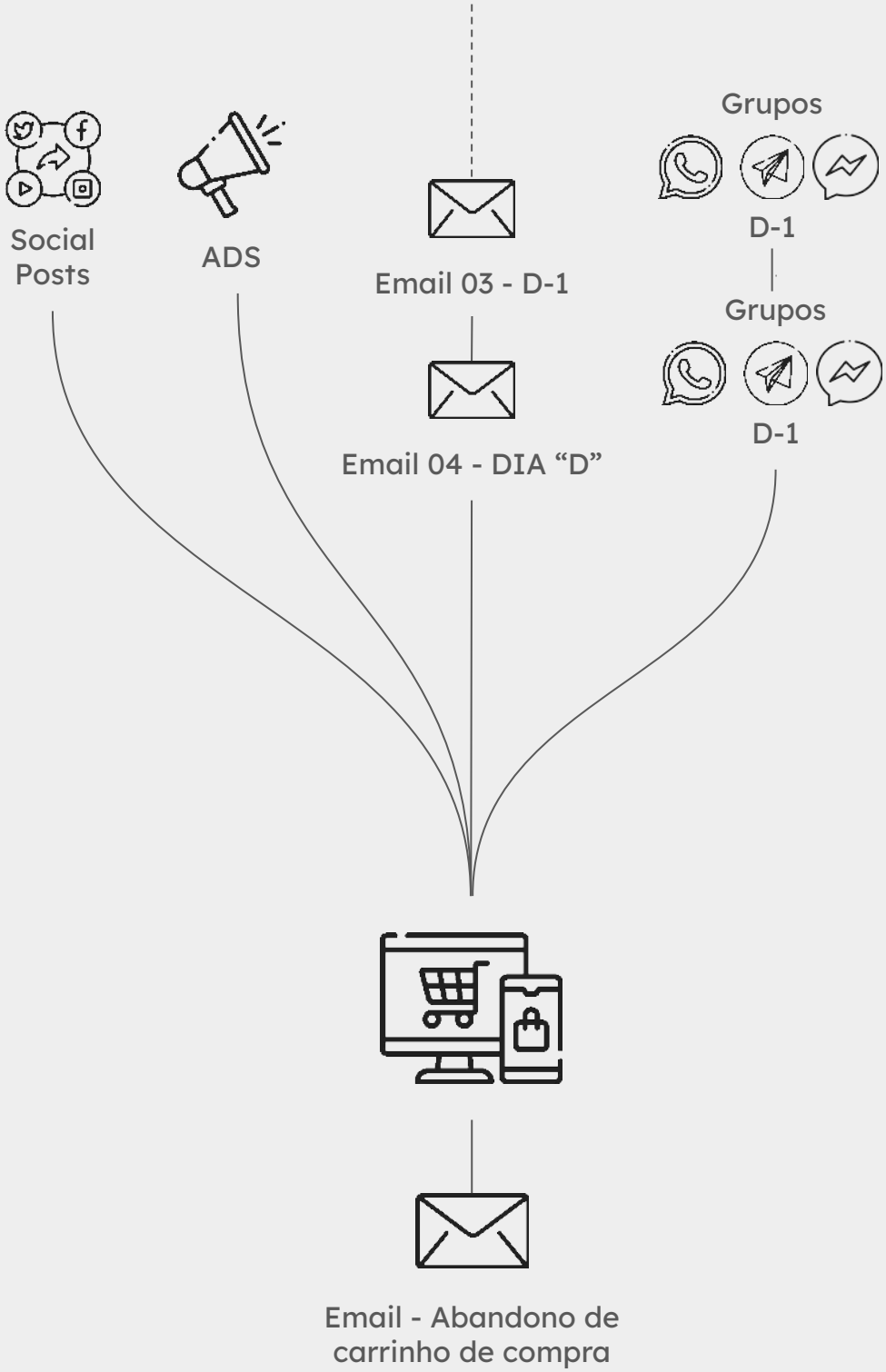
- Avise 01 dia antes
- Avise no dia 01 gerando urgência para aproveitar os descontos
- No último dia informa que é a chance final de aproveitar
- Ofereça descontos "de verdade" . Seja correto e transparente quanto aos descontos

Plano de Divulgação

- E-mails para a base cadastrada
- Alertas por SMS
- Alertas por WhatsApp / messenger / telegram (se permitido)

FUNIL DE MARKETING BLACK FRIDAY

FECHAMENTO



AÇÕES PÓS-BLACK FRIDAY

ESTENDA AS PROMOÇÕES E APROVEITE O RESIDUAL DA CAMPANHA

Após a data ofereça um desconto, **menor**, para quem perdeu ou esqueceu de comprar algum item. Faça isto por até 01 semana após a data

- A Black friday acabou, mas começou a [.....] week.

Plano de Divulgação

- E-mails marketing;
- Redes Sociais
- Google Display
- Influenciadores

FUNIL DE MARKETING BLACK FRIDAY

FECHAMENTO

CONCLUSÃO

Viu só? A **Black Friday** exige muito preparo e dedicação, mas com todas as etapas concluídas e monitoradas o **maior evento do varejo mundial** tem a capacidade de gerar **resultados incomparáveis** para o seu negócio.

Quer garantir o **planejamento estratégico** da sua empresa nesta Black Friday? Se você busca uma empresa que te auxilie nos principais conceitos de **gestão** e **operacionalização** de inbound marketing da sua campanha de Black Friday, consulte a **SALESPUNCH**. Somos referência na área e garantimos que com a nossa expertise, levamos seu negócio **mais longe**.

Acesse o **site** agora e veja como podemos te ajudar a potencializar seus leads e aumentar suas vendas com o **inbound marketing**.

ACESSE NOSSO SITE **AGENDE UM HORÁRIO**