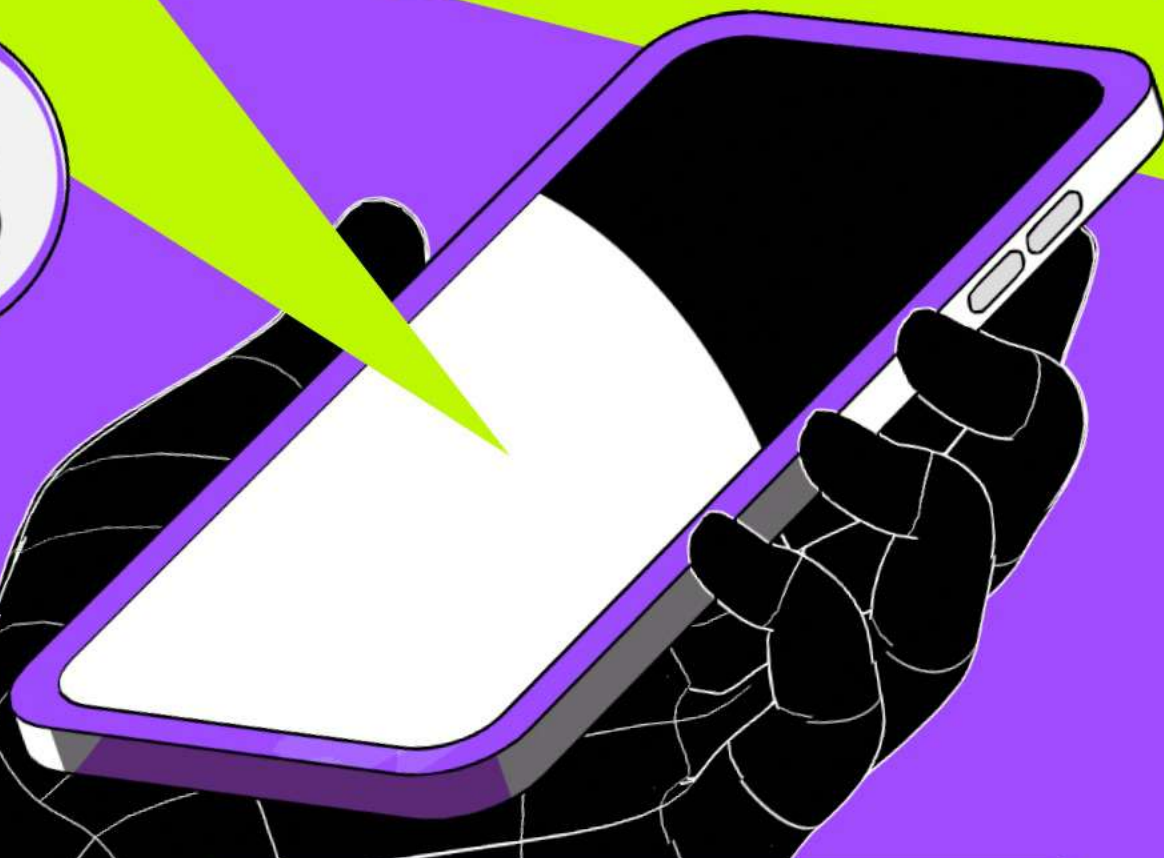




O essencial da:

BlackFriday



Tudo oque você precisa saber para acelerar seu lucro e conquistar novos clientes na época de compras mais movimentada do ano

Índice

#01

Um pouco de números sobre a Black Friday

Histórico da Black Friday

"Black Fraude"

#02

O marketing na Black Friday

Dicas para ser percebido na Black Friday

Melhores práticas para usar o WhatsApp

Melhores práticas para anunciar no Instagram

Melhores práticas para anunciar no Google Ads

Melhores práticas para anunciar no Youtube

Como usar o email marketing

Lives

#03

Segmentos mais procurados na Black Friday

#04

Como oferecer a melhor oferta

O desconto ideal para o seu produto



01

Um pouco de **números**
sobre a Black Friday

Black Friday é muito mais que uma sexta-feira em novembro cheia de descontos.

A data marca o início de uma temporada de compras no mundo inteiro, e para os brasileiros não é diferente. Ela começa um pouco antes da sexta-feira, que em **2023 vai cair no dia 24 de novembro, e vai até o Ano Novo.**

Uma pesquisa de 2023 do Google mostra que **67% dos brasileiros** pretendem fazer compras para a data, e 7 em cada 10 consumidores (**70%**) **pretendem gastar igual ou mais do que em 2022.** Isso é uma ótima notícia, já que a data sofreu um pouco nos últimos 3 anos, em função da pandemia e da Copa do Mundo.

67%

1 Mais dinheiro no bolso

Além da expectativa de compra, os valores que as pessoas esperam investir na data são promissores. A pesquisa do Google mostrou que 1 a cada 4 consumidores **(25%) esperam gastar mais de R\$ 1.000 com compras no Black Friday**

2 Descoberta de novas marcas

Isso porque **68% dos brasileiros** acreditam que sua própria capacidade financeira para compras vai melhorar até o fim de 2023, **um aumento de 23 pontos percentuais sobre a expectativa em 2022.**

3 Planeje-se!

O estudo também mostrou **que metade dos brasileiros** que pretendem comprar na Black Friday **ainda não tem varejista**, marca, ou produto/modelo definido. Ou seja, existe uma grande oportunidade da sua marca ou produto ser escolhido, e **você ganhar novos clientes.**

Então o conselho **é adiantar a comunicação de suas ofertas** para mais pessoas serem impactadas!

Histórico da Black Friday

A Black Friday foi criada nos Estados Unidos, um dia após o feriado de Dia de Ação de Graças, que ocorre na última quinta-feira de novembro - por isso ela acontece em uma sexta.

Os lojistas baixavam os preços e o pessoal aproveitava o feriadão para começar a comprar os presentes de Natal. E não parou por aí. Depois da Black Friday, na segunda-feira, **tem a Cyber Monday**, que é tipo uma Black Friday, mas só para compras na internet. Hoje em dia, algumas lojas fazem **promoções a semana inteira** e chamam de Black Week. **E tem até quem faça promoção o mês de novembro inteiro!**





Por que a **Black Friday** é tão famosa?

Descontões: é o dia de encontrar preços bem baixos. Quem não gosta de um desconto, né?

Comprando para o Natal: como a Black Friday é no final de novembro, muita gente já aproveita e compra os presentes de Natal na Black Friday. Dá pra economizar e garantir presentes legais.

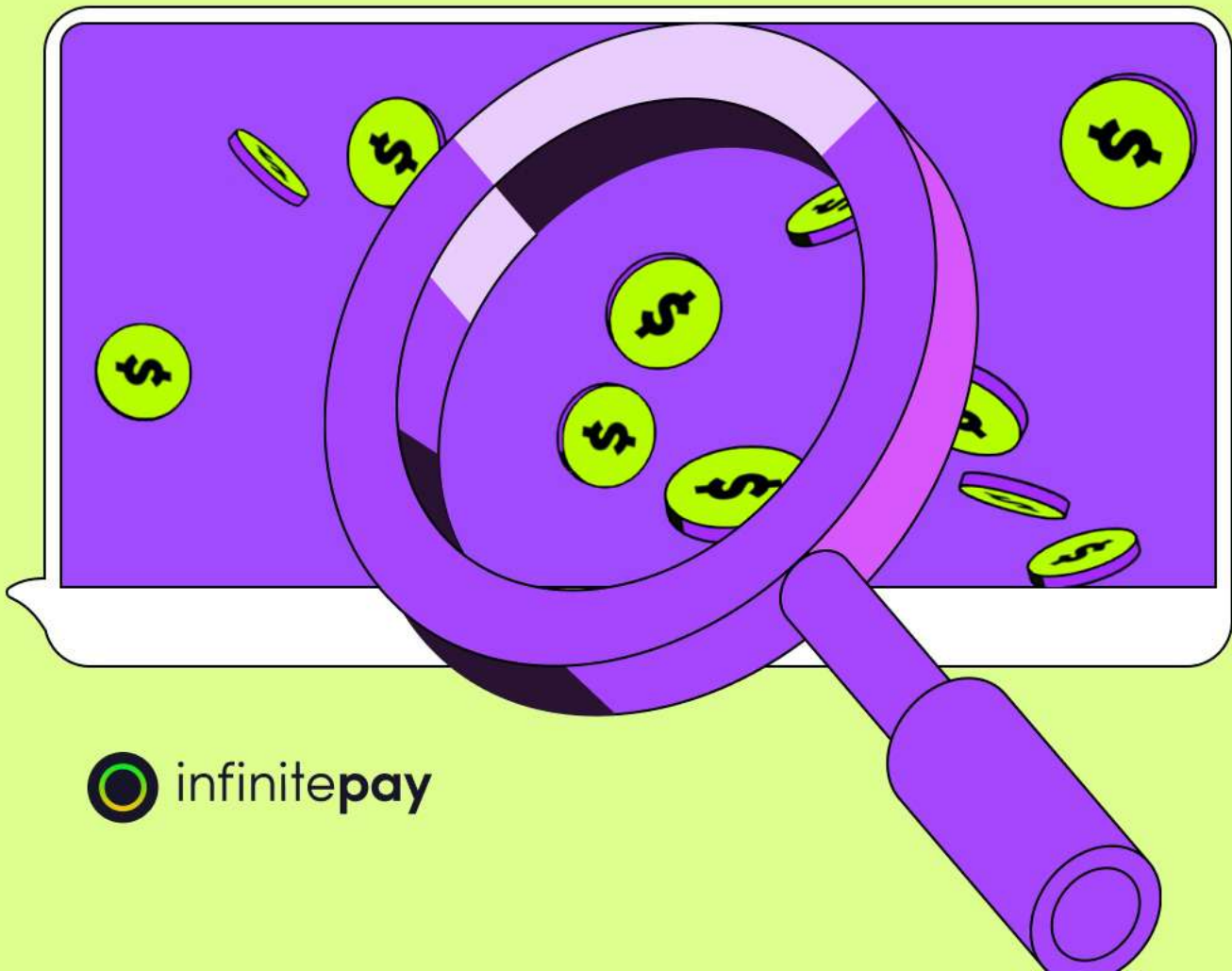
Todo mundo fala dela: a TV, o rádio, as redes sociais... todo mundo só fala da Black Friday e das ofertas incríveis.

Do mundo todo: mesmo começando nos Estados Unidos, a Black Friday conquistou o coração (e o bolso) de gente do mundo inteiro!

“Black Fraude” - Os problemas da Black Friday e como não perpetuá-los

A Black Friday é rodeada de críticas e desconfianças por parte dos consumidores em relação a “falsas promoções”. Isso levou a uma **maior fiscalização e campanhas orientativas sobre direitos do consumidor**.

Para criar campanhas para a Black Friday, certifique-se de que **você está realmente oferecendo uma ótima oportunidade** para seu cliente e que ele vai entender o real benefício dela.



O Reclame Aqui também listou os problemas mais comuns. Fique de olho na lista para saber **o que você não deve fazer na Black Friday**

#1 Propaganda enganosa

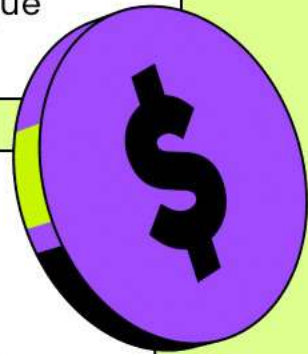
Quando a publicidade a respeito de um produto e, em especial, de sua oferta não corresponde com a realidade. "Tudo pela metade do dobro", "Mudança de preço no carrinho de compras", "Frete mais caro do que o produto anunciado" e "Frete abusivo" são algumas reclamações.

#2 Problema na finalização das compras

Problemas de tecnologia ou atendimento ineficaz que impedem ou dificultam a finalização das compras.

#3 Divergência de valores

As falhas de integração aparecem como o terceiro maior motivo de reclamações, com a divergência de valores. Ela pode ser entre a oferta na loja física e online ou mesmo entre propaganda e valor real da venda.





02

Aprenda a fazer
marketing na Black Friday

De acordo com o **Google**, as buscas pela **Black Friday** no **Brasil cresceram 24%** nos seis primeiros meses de 2023, na comparação ao último semestre de 2022.

Também cresceram as buscas pelas categorias do varejo.

Uma pesquisa da Globo mapeou as tendências de consumo para **Black Friday 2023** e, segundo o estudo, a **pesquisa prévia** é vista como crucial para encontrar bons preços:

26% iniciam suas pesquisas 3 meses antes da Black Friday

22% com pelo menos **1 mês de antecedência**

Apenas 4% dizem deixar as pesquisas para a véspera da Black Friday

4 Dicas para ser percebido na **Black Friday**

Com tanta atenção em torno da data, **chamar a atenção dos consumidores e ser percebido pode ser um desafio** para as marcas.

Para sua marca se destacar na multidão, confira essas 4 dicas:

The page features several decorative dollar sign icons. One is a large green circle with a black dollar sign in the top right. Another is a purple circle with a black dollar sign, tilted, in the middle right. A third is a green circle with a black dollar sign in the bottom left. A fourth is a purple circle with a black dollar sign, tilted, in the bottom left. There are also some faint, larger dollar signs in the background.

1

Inove na mensagem

Para chamar a atenção na Black Friday, o segredo é ser diferente. Pense fora da caixa e crie algo que faça a galera parar e pensar: "Nossa, que ideia legal!".

2

Conheça bem seu cliente

No mundo online, a tecnologia é nossa amiga. Ela ajuda a entender o que nosso cliente quer. Então, use estratégias de segmentação para mandar ofertas certas. Dados e ferramentas, como inteligência artificial e big data, podem ser importantes aliados antes, durante e depois da Black Friday.

3

Descontos chamativos

A gente sabe que a Black Friday bomba por causa dos descontos. Então, mesmo que sua ideia seja super criativa, não se esqueça de mostrar o preço e as condições de pagamento. Isso faz diferença!

4

Jogue limpo

A Black Friday já foi muito criticada por oferecer descontos irreais. Por isso, seja claro e honesto com seus clientes. Nada de "metade do dobro", tá? Se for para dar desconto, que seja de verdade!

Melhores práticas para usar o Whatsapp

Conheça casos de uso comuns do WhatsApp que podem ajudar a vender mais na Black Friday!

1 Promoções

Deixe as promoções mais pessoais.

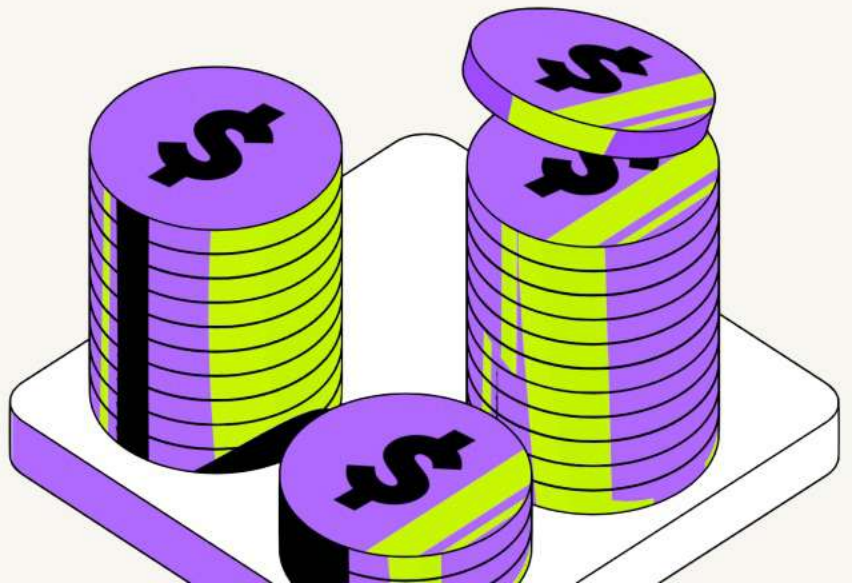
Faça com que suas promoções sejam mais personalizadas para cada cliente. Ofereça produtos relacionados ao que eles já compraram e tente vendas adicionais. Lembre-se de reconectar com clientes que deixaram coisas no carrinho, isso ajuda a aumentar as vendas. Se a sua loja é física, não deixe de lembrar os clientes que enviaram mensagens sobre certos produtos e serviços no passado de que eles entraram em promoção!

E SEMPRE: use imagens com a foto dos produtos e seus preços promocionais

2 Notificações

Mantenha seus clientes informados

Envie mensagens importantes sobre pedidos e atualizações de envio. Também, avise sobre os horários disponíveis e mande lembretes úteis.



Melhores práticas para usar o Whatsapp

Conheça casos de uso comuns do WhatsApp que podem ajudar a vender mais na Black Friday!

3 Comércio

Facilite a jornada de compra

Ajude seus clientes a encontrar produtos e fazer pedidos de forma simples, direto pelo WhatsApp.

Tudo fácil e rápido.

4 Atendimento

Economize tempo e dinheiro no atendimento

Se você tem muitos clientes que te acionam via WhatsApp, implemente conversas automáticas para lidar com pedidos simples e reduza a carga de perguntas. Encaminhe para o atendimento humano somente quando realmente necessário.



Confira mais em: [transforme sua empresa com o WhatsApp](#)

Para médias e grandes empresas que desejam se comunicar com um grande número de clientes, acelerar as vendas e gerar melhores resultados, é possível criar uma conta no WhatsApp Business



**Clique para
saber mais**

Melhores práticas para anunciar no Instagram

1 Post bombando?

Não perca tempo e o impulsione.

2 Escolha imagens ou vídeos que chamem atenção

Mostrem o melhor da sua empresa.

3 Foque no que você deseja vender

Mesmo com várias coisas na foto.

4 Capriche na legenda!

Conte uma história, faça o pessoal se envolver.

5 Vai fazer story ou reel?

Não se esqueça da legenda para dar contexto ao conteúdo



Melhores práticas para anunciar no Instagram

6 Coloque o importante no início.

Para legendas do Instagram com mais de 125 caracteres, as pessoas terão que tocar para expandir a legenda.

7 Promoção rolando

Jogue no story ou vídeo ao vivo!

8 Coloque seu logo e as cores

Coloque seu logo e as cores

9 Defina o que você quer com o anúncio

Ajuste o público e decida quanto quer gastar.



Clique para
saber mais

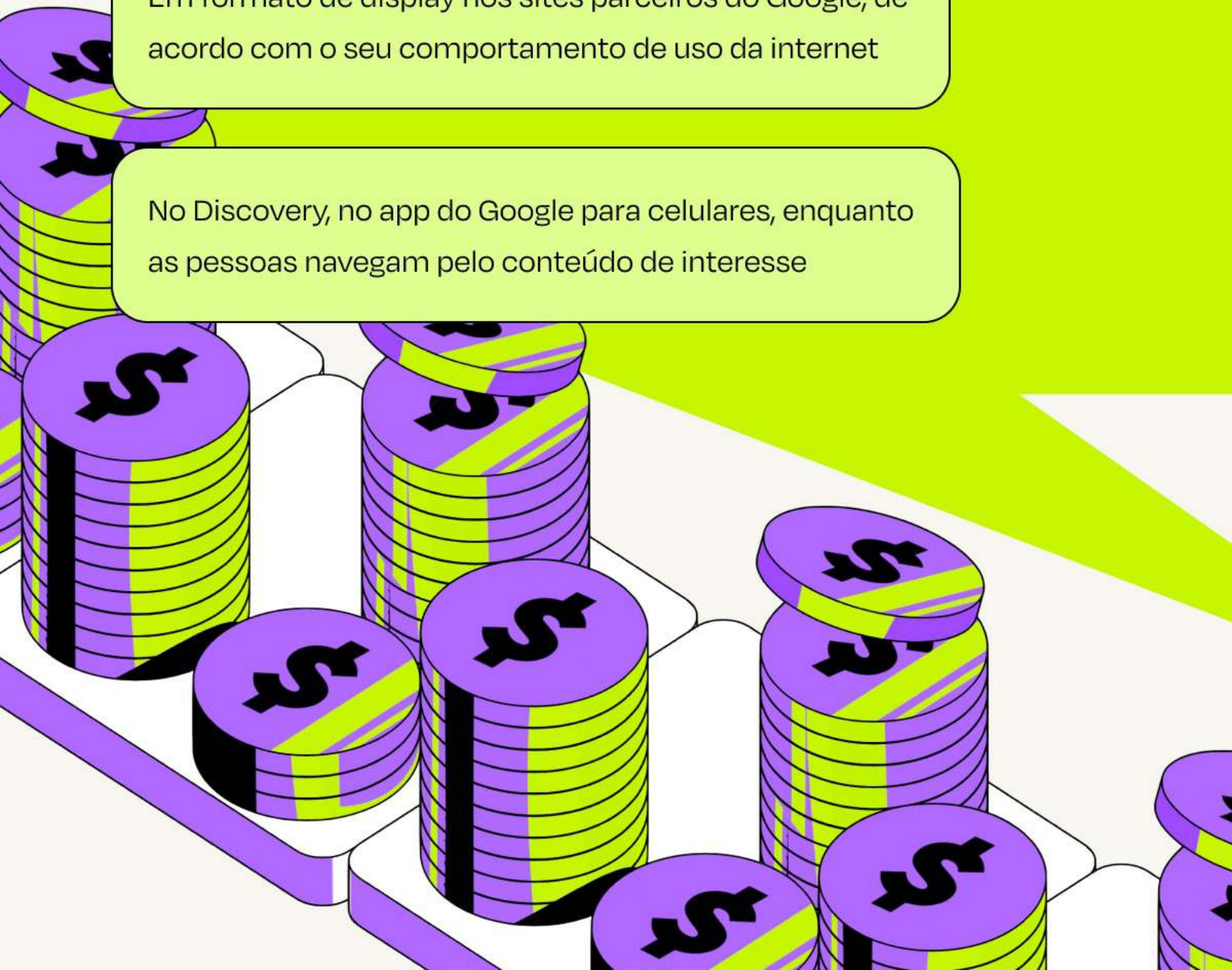
Melhores práticas para anunciar no Google Ads

Os anúncios no Google são baseados na busca das pessoas. Eles podem aparecer de diversas formas:

No topo da página de busca do Google, depois que uma pessoa buscou por algo

Em formato de display nos sites parceiros do Google, de acordo com o seu comportamento de uso da internet

No Discovery, no app do Google para celulares, enquanto as pessoas navegam pelo conteúdo de interesse



Para seu anúncio de busca dar certo:

Compre palavras-chave que tenham a ver com o que você vende.

O anúncio tem que ter essas palavras e ser interessante pro pessoal clicar.

Cuidado para onde você manda essa audiência: tem que ser algo relacionado ao que a pessoa buscava.

Quer melhorar? Defina suas metas, ofereça um conteúdo legal e foque no público que dá mais resultado.

**Confira mais em:
transforme sua empresa
com o WhatsApp*

**Clique para
saber mais**

Melhores práticas para anunciar no Youtube

A recomendação é mesclar os formatos de vídeo. A sequência de vídeo, por exemplo, pode aumentar a intenção de compra.

Atraia: crie um vídeo que faça o pessoal querer assistir até o fim. Para despertar o interesse do público, o enquadramento, o ritmo, as pessoas e o áudio são elementos muito importantes para o início do anúncio.

Promova sua marca: mostra bem sua marca! Pode ser o logo, um produto ou até uma musiquinha de fundo.

Crie conexões: conta uma história que toque o coração das pessoas. Estilos de narrativa, mensagens, pessoas e conteúdo de áudio são essenciais para que as pessoas continuem assistindo.

Direcione: incentive alguma ação depois das pessoas assistirem ao vídeo, como visitar seu site!

**Confira mais em:*

Best Practices for Your Video Ads - YouTube.
Advertising. O ABC do conteúdo criativo eficaz



**Clique para
saber mais**



11 Passos para usar o email marketing na Black Friday

Criar uma campanha de e-mail marketing eficaz na Black Friday requer planejamento, segmentação e conteúdo de qualidade. Se você quiser obter métricas de sucesso da sua campanha, como taxa de abertura, taxa de clique e até mesmo saber quem comprou depois de receber o e-mail, você vai precisar de uma ferramenta de disparo de e-mail marketing e gestão das campanhas.

Aqui estão os passos para elaborar uma campanha de sucesso para a Black Friday:

1. Defina seus objetivos e métricas

Antes de tudo, decida o que você quer alcançar. Pode ser aumentar as vendas, promover um novo produto, melhorar o relacionamento com o cliente ou aumentar o tráfego do seu site. Para cada objetivo, você vai ter que acompanhar um grupo de métricas diferente.

2. Segmentação

Não envie o mesmo e-mail para toda a sua lista. Segmentar sua lista permite que você personalize sua mensagem para diferentes grupos com base em critérios como comportamento, histórico de compras ou demografia. Ao cadastrar seus clientes em sua base, tente conseguir o máximo de informação deles, desde onde eles moram até quais tipos de produtos já compraram e visitaram em seu site. Eles deixaram algum produto no carrinho? Talvez a Black Friday seja o momento perfeito para oferecer esse produto com desconto.

3. Conteúdo relevante

Todo mundo recebe vários e-mails por dia, portanto, seu e-mail precisa se destacar, entregar algo diferente. Pode ser um desconto especial ou a forma como você comunica esse desconto.

4. Design atrativo

Um design limpo e responsivo (adaptável para celulares) é fundamental. Use imagens de alta qualidade, mas com moderação para não sobrecarregar o e-mail. Evite mandar um e-mail com apenas uma imagem.



5. Botões claros

Indique o que você quer que o destinatário faça. Seja "Compre agora", "Aproveite a oferta" ou "Inscreva-se", o botão deve ser visível e muito convidativo.

6. Assunto impactante

O assunto é a primeira coisa que o destinatário vê. Ele deve ser curto, direto e despertar curiosidade ou urgência. Use emojis para tornar a comunicação mais simpática.

7. A Personalização do conteúdo

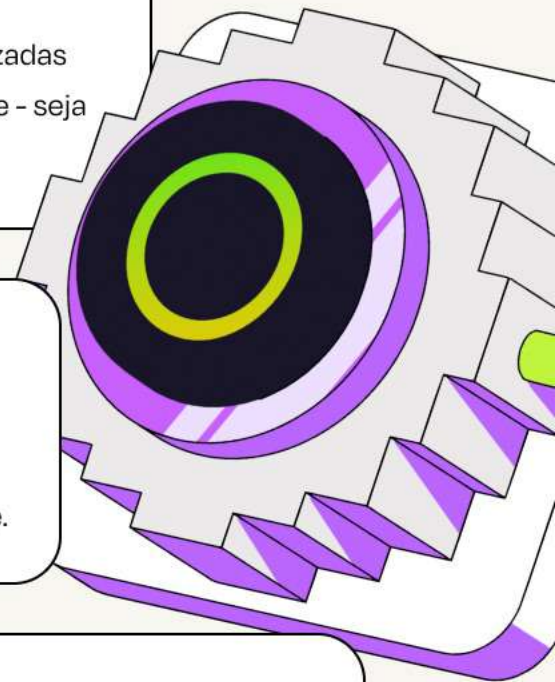
Usar o nome do destinatário e outras informações personalizadas pode aumentar significativamente a taxa de abertura e clique - seja no assunto quanto no corpo do e-mail.

8. Respeite a Legislação

No Brasil, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) tem diretrizes específicas sobre comunicações e privacidade. Certifique-se de que sua campanha esteja em conformidade.

9. Monitoramento e análise

Após enviar sua campanha, monitore as métricas, como taxa de abertura, taxa de clique e conversões. Esses dados ajudarão a otimizar futuras campanhas.

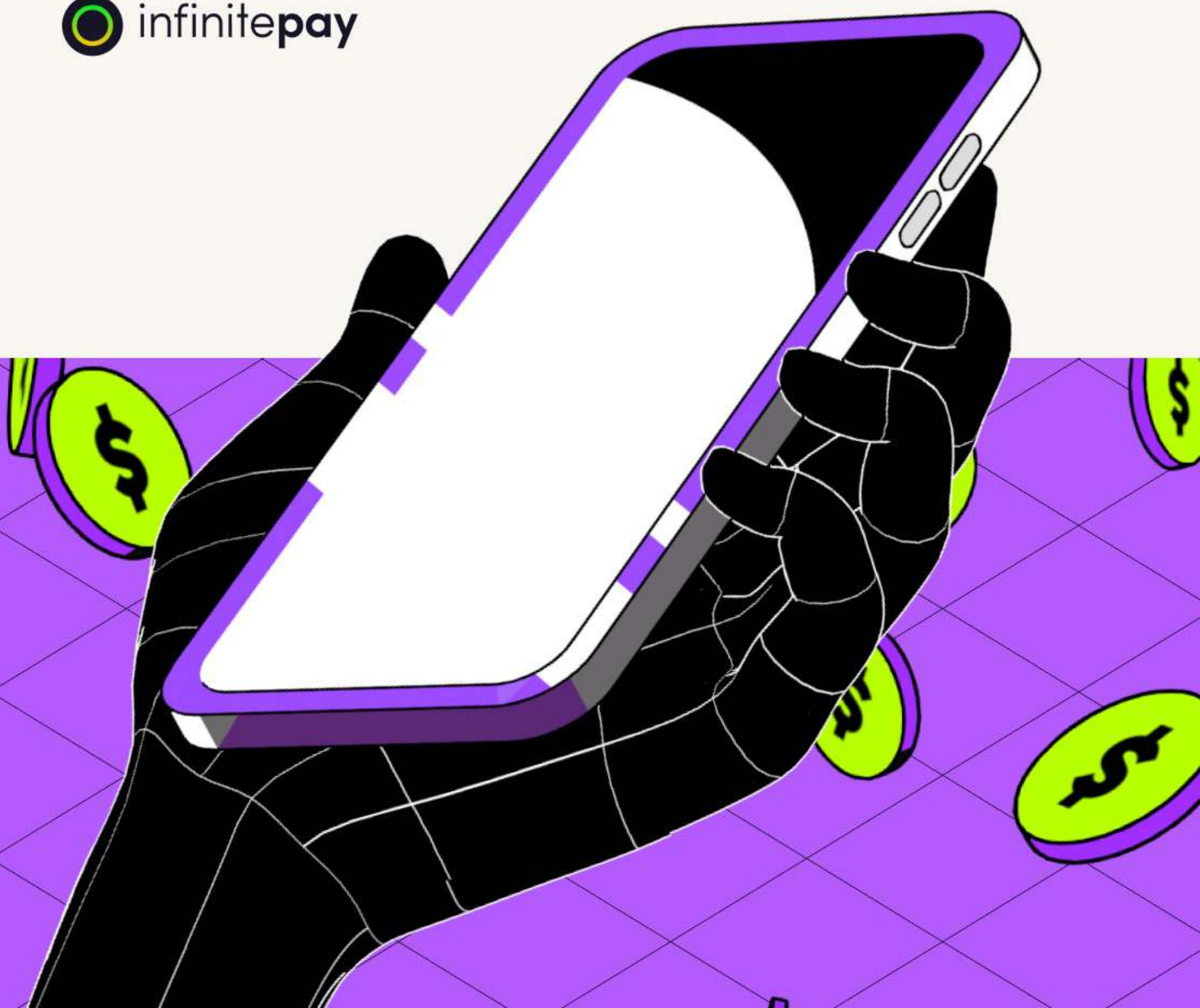


10. Ofereça uma opção de descadastro

Respeite os destinatários que não desejam mais receber seus e-mails e garanta que o processo de descadastro seja simples e direto.

11. Teste tudo antes de enviar

Antes do envio final, sempre envie um teste para você ou para um colega. Verifique se tudo está funcionando corretamente, desde os links até a visualização em diferentes dispositivos.



Lives, sua marca e Black Friday

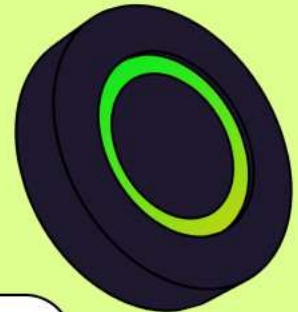
Vamos falar de uma coisa que vai bombar: **lives e a Black Friday!**

Sabe aquelas transmissões ao vivo que a gente vê no Instagram, Youtube e até TikTok? Então, muitas marcas estão usando isso pra mostrar e vender produtos. E adivinha? **Muitas vezes tem até famosos e influenciadores mostrando tudo ao vivo!**

Essa ideia de vender em lives começou lá na China e ficou super em alta aqui, ainda mais quando a pandemia chegou e a galera teve que ficar em casa.

Em 2021, muitas marcas usaram as lives para brilhar na Black Friday. E hoje grandes marcas estão apostando nessa ideia. Inclusive, a InfinitePay faz lives toda semana no Youtube! Assine nosso canal para acompanhar!

**Assinar o canal da
InfinitePay no Youtube**



O legal é que dá pra fazer de vários jeitos:

Com um super evento ou até mesmo no cantinho da sua loja. E para chamar ainda mais atenção dos seus clientes, antecipe algumas ofertas! Isso cria aquela ansiedade gostosa para participar e não ficar de fora.

Facebook

Twitch

Youtube

Linkedin

Tiktok

Instagram

Você também pode **fazer lives em todas essas plataformas!**

Celebridades que têm a ver com sua marca

Influencers que conversam bem com seu público

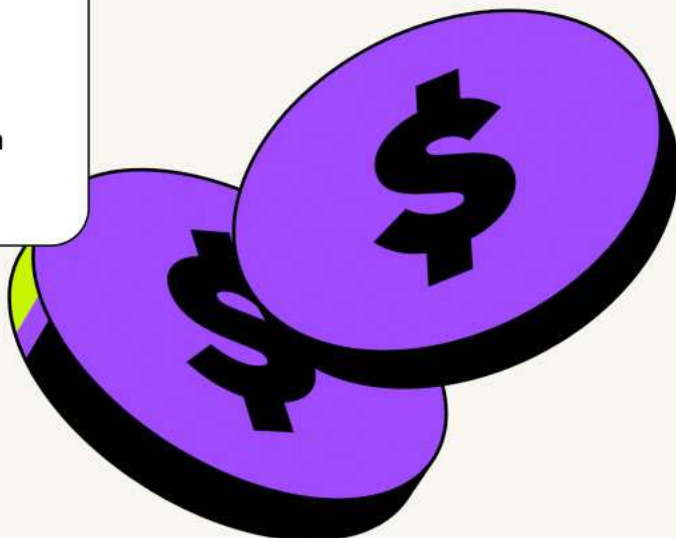
Clientes satisfeitos

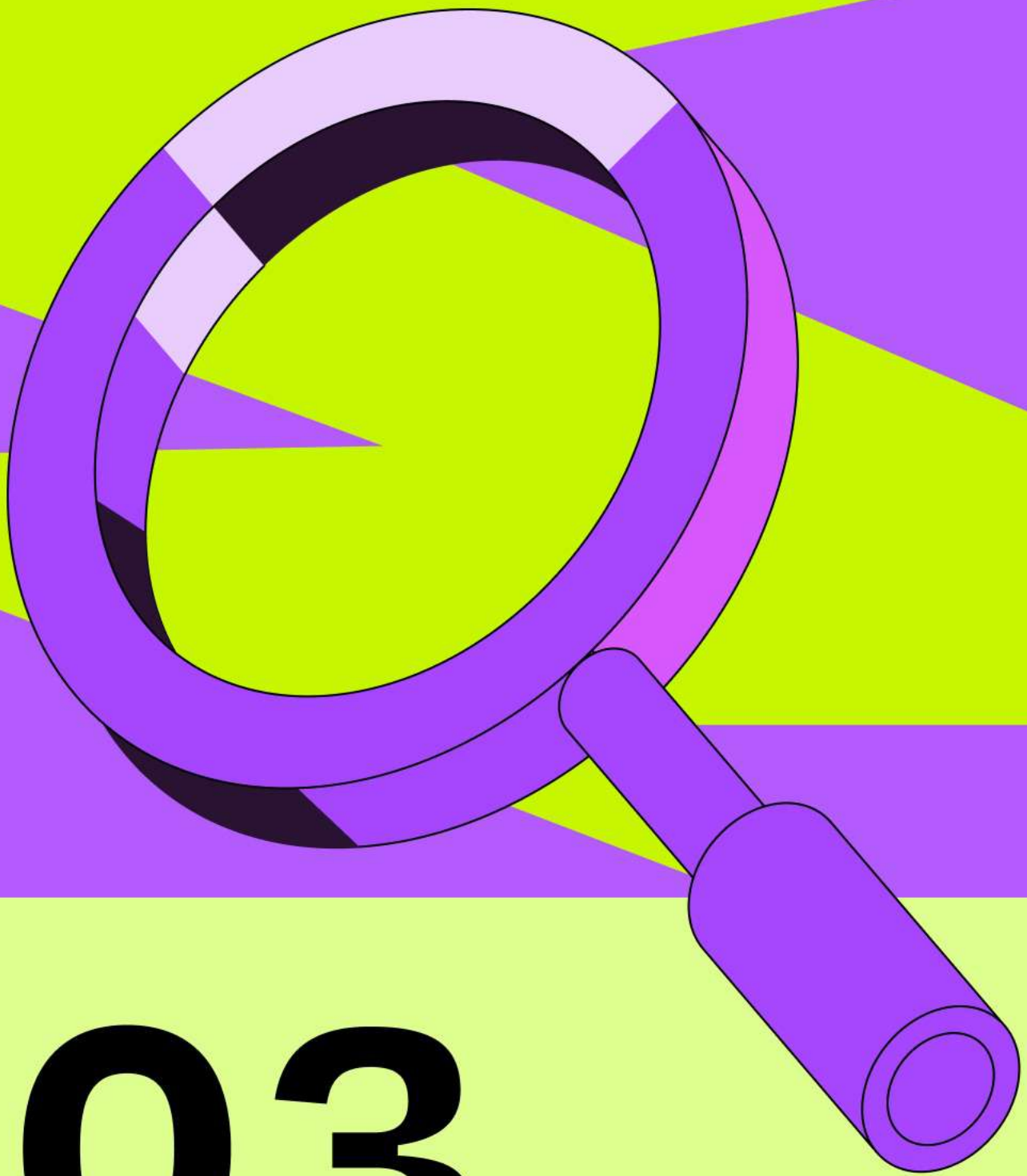
Pessoas conhecidas da sua região

Especialistas no que você vende

Até outros donos de loja pra trocar uma ideia!

E quem chamar te ajudar a atrair mais pessoas para as lives?





03

**Segmentos mais
procurados Black Friday**

Segundo pesquisa do Google, os consumidores têm mais interesse em comprar itens das categorias de calçados, eletrodomésticos, eletroportáteis, perfumes e beleza & cuidados pessoais, cuja intenção de compra cresceu em relação a 2022

	2022	2023
1º	Roupas e Acessórios	Roupas e Acessórios
2º	Celulares	Calçados
3º	Calçados	Eletrodomésticos
4º	Eletrodoméstico	Celulares
5º	Roupas e calçados esportivos	Eletroportáteis
6º	Informática	Roupas e calçados esportivos
7º	Eletroportáteis	Perfumes
8º	Alimentos	Informática
9º	Decoração, UD e Cameba	Beleza e cuidados pessoais
10º	Móveis	Móveis

Quais são as categorias que mais cresceram?

As 5 categorias que mais cresceram em número de buscas no primeiro semestre de 2023 em relação ao último semestre de 2022, em ordem:

1. Alimentos

2. Perfumaria & Cosméticos

3. Games

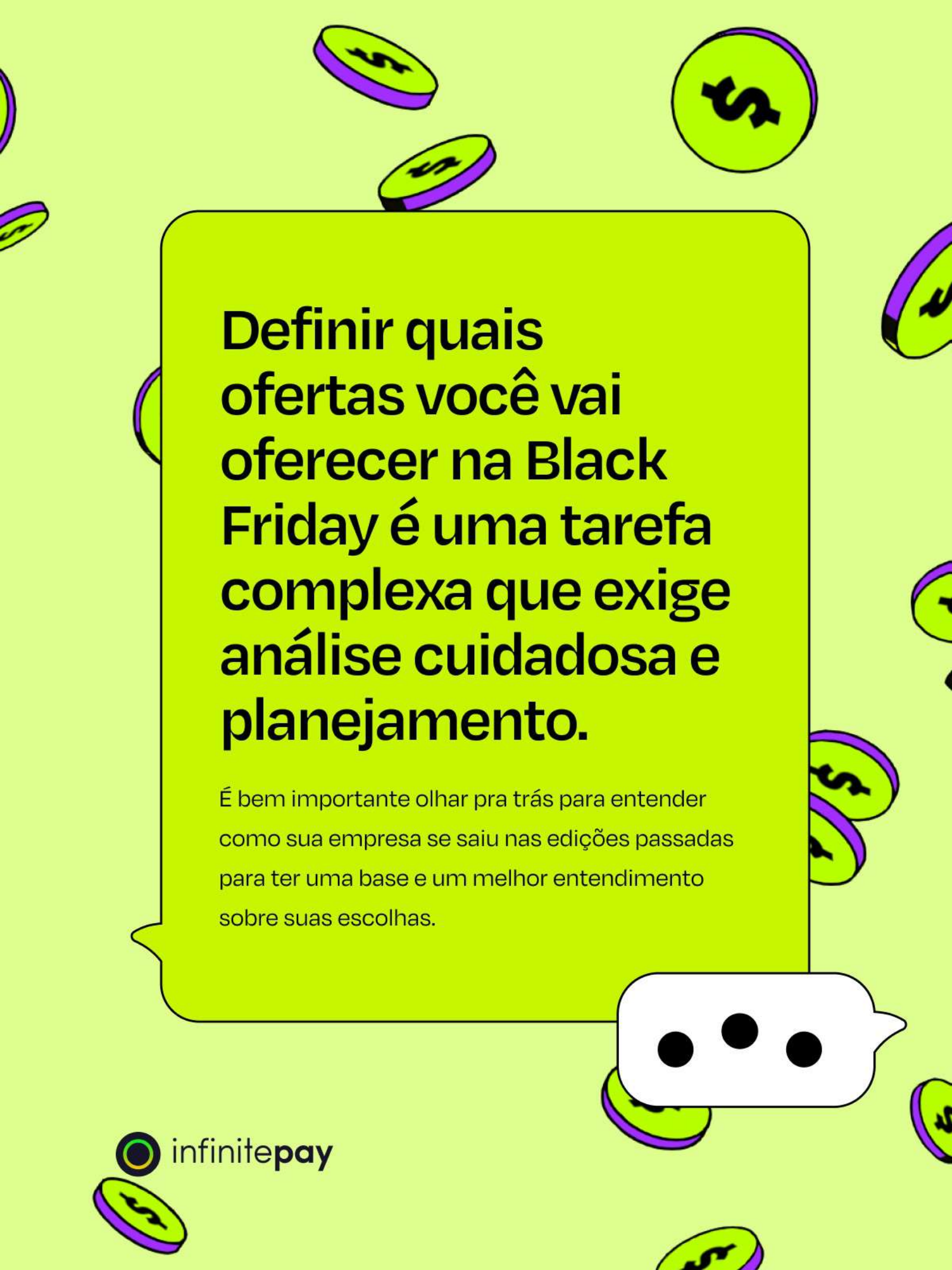
4. Automotivo

5. Livros



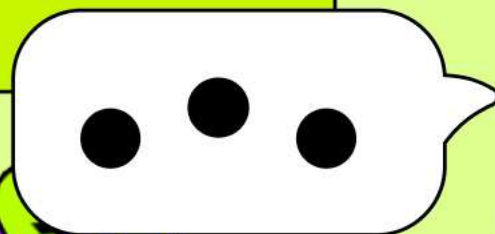
04

Como oferecer a **melhor oferta** na Black Friday

The background is a solid light blue color. Scattered throughout are several stylized dollar coins, each with a black dollar sign (\$) in the center. The coins are shown in various orientations, some appearing to be falling from the top of the frame.

Definir quais ofertas você vai oferecer na Black Friday é uma tarefa complexa que exige análise cuidadosa e planejamento.

É bem importante olhar pra trás para entender como sua empresa se saiu nas edições passadas para ter uma base e um melhor entendimento sobre suas escolhas.



Sua performance no passado:

dê uma olhadinha nas Black Fridays passadas da sua empresa. Quais produtos venderam bem? Isso pode dar uma pista dos produtos mais procurados.

Olhe o estoque:

veja o que você tem em estoque. Se tiver muitos de um produto, pode ser uma boa ideia dar um desconto nele pra liberar espaço pra coisas novas. Ah, e se tiver coisas de coleções antigas, é uma chance de se livrar delas.

Produtos que dão lucro:

priorize os produtos que te dão mais lucro na hora de fazer descontos. Lembre-se que o objetivo é atrair clientes, não ficar no prejuízo.

Tendências:

pesquise o que tá bombando agora. Produtos populares podem ser ótimas ofertas para trazer gente pra sua loja.

Produtos desejados:

identifique os produtos mais cobiçados e dê descontos bons neles, mas em quantidade limitada. O objetivo é atrair mais gente.

Pacotes ou kits:

crie kits com produtos relacionados. Às vezes, as pessoas gostam de comprar um combo, mesmo que o desconto de cada item não seja tão alto.

Ofertas especiais:

considere promoções tipo "**compre 1 e leve o 2º com 50% de desconto**" ou "**compre 3 pelo preço de 2**". Isso incentiva a comprar mais.

Pergunte aos clientes:

se possível, peça a opinião dos clientes sobre o que eles gostariam de ver na promoção. Você pode fazer isso por WhatsApp, redes sociais ou até com um formulário na sua loja.

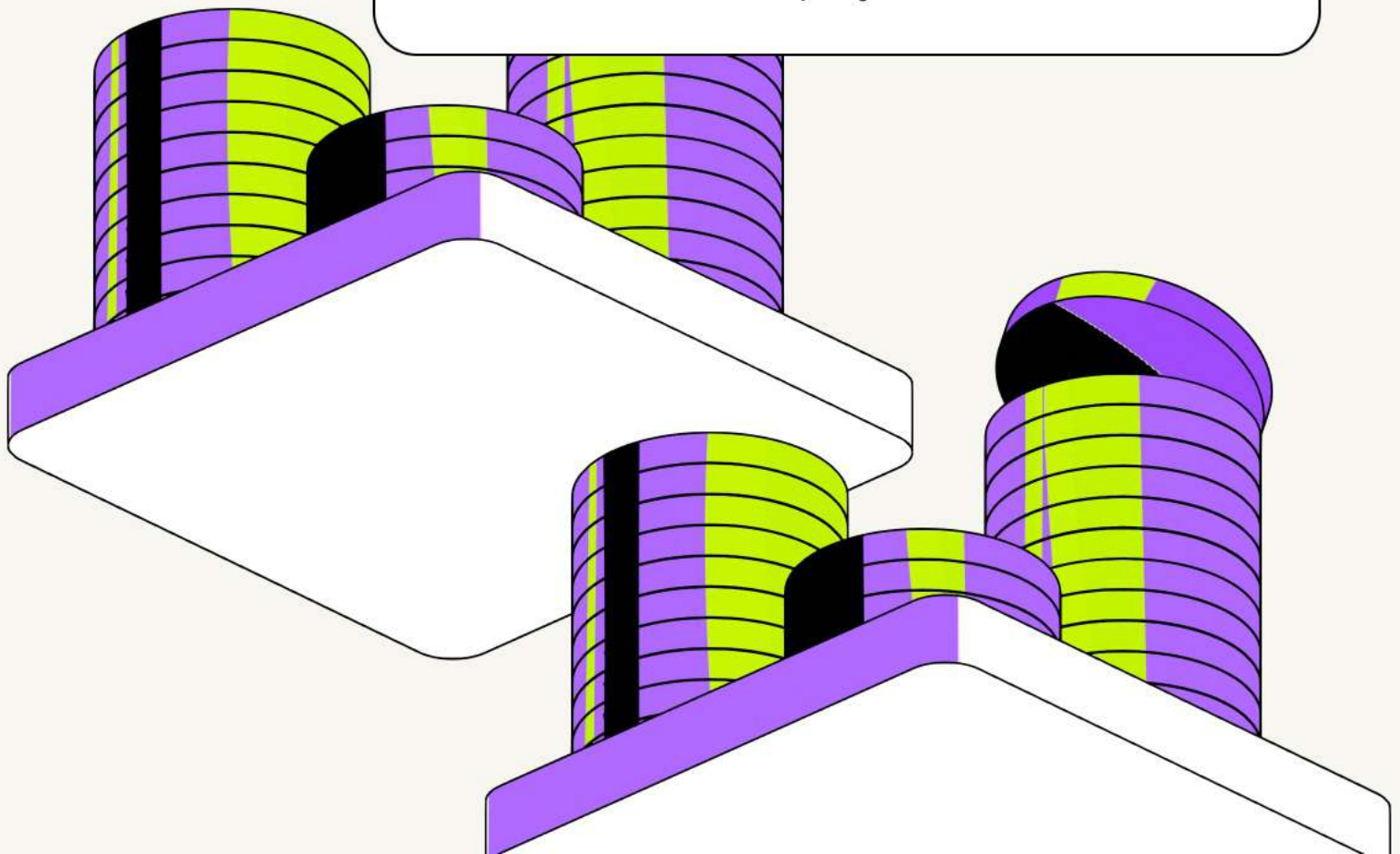
Lembre-se da sua marca:

a Black Friday não é só sobre vender, é também para fortalecer sua marca. Além dos descontos, ofereça bom atendimento, cumpra os prazos e venda produtos de qualidade.

O desconto ideal para o seu produto

Para não perder sua margem de lucro, você precisa conhecer os custos e as despesas envolvidos na sua operação e/ou produção dos seus produtos.

Para vender qualquer produto ou serviço, você tem custos (diretamente ligado ao seu produto/serviço) e despesas (aluguel, salário da equipe e tributos). São itens necessários à aquisição ou manutenção do produto no seu estabelecimento, ou contratação de equipe e equipamentos, até que ele seja vendido para o cliente final. Ao entender esses itens, fica mais fácil formular seu preço de venda.



Faça as contas: pegue um dos seus produtos/serviços — qualquer um, apenas como exemplo — e avalie 2 coisas:

Quais custos estão diretamente ligados a ele?

Quais despesas são necessárias para mantê-lo, vendê-lo e/ou distribuí-lo?

Você não pode dar um desconto que te faça cobrar um preço menor do que custos + despesas do seu produto/serviço. Você precisa lucrar com ele, mesmo que seja com uma margem menor para aproveitar a grande movimentação na Black Friday.





Venda com **InfiniteTap**

diretamente no
celular e não gaste
com maquininha.

Para Android e iOS

Se precisar da maquininha, a InfiniteSmart custa
apenas 12x R\$ 17,90 e tem as melhores taxas

