



ACELERADOR
ECOMMERCE

BY TSE

Aulas Práticas
sobre Ecommerce
com Vera Maia

CAMPANHAS A IMPLEMENTAR ATÉ AO FINAL DO ANO



Calendário a aplicar

- Setembro: campanha de regresso às aulas e à “rotina”
- Setembro: definir campanha de Black Friday e Cyber Monday
- Setembro/Outubro: implementar campanhas de angariação de mais contactos (leads)
- Outubro: campanha Halloween ou outra – estar atento à campanha Prime da Amazon e alinhar alguma campanha no mesmo período
- Outubro/Novembro: criar registo antecipado na campanha com oferta pré Black Friday
- Novembro: lançar campanha 2 semanas antes da data oficial só para registos na base de dados
- Dezembro: lançar campanha de Natal e Novo Ano



Estratégia Black Friday e Natal – O que não fazer

- Lançamentos de novas funcionalidades
- Implementar novas ferramentas
- Testar novas estratégias
- Deixar a produção de conteúdos para o final
- Não testar vários criativos e mensagens
- Ignorar os resultados do ano anterior e estratégias utilizadas
- Não aquecer a audiência
- Não angariar base de dados antes do lançamento da campanha de BF
- Investir exclusivamente em campanhas no fim-de-semana do Black Friday
- Não criar uma oportunidade para o cliente voltar a comprar antes do Natal



Definição da estratégia Black Friday e Natal

- **Tipos de promoções de BFCM**

- Desconto direto em tudo
- Desconto numa seleção de produtos (não tem o mesmo impacto mas é mais vantajoso financeiramente)
- Compra um, leva 2
- Descontos que se alteram diariamente ou semanalmente (também pode ser por cada hora)
- Descontos por patamar (20% de desconto em compras até 50€, 25% até 100€, etc)
- Oferta de um produto na compra de x valor
- Oferta de custos de envio (mas não apenas)
- Desconto extra para clientes fidelizados (podendo ser desconto direto ou numa próxima compra)
- Acumulação de pontos (extra) para uma compra seguinte
- Oferta a uma instituição de caridade



Definição da estratégia Black Friday e Natal

- **Setembro: definição da estratégia**

- Definir datas a partir do dia do Natal (restrições com envios - em 2023 dia 24.12 é ao domingo. Entregas até dia 22. Cut off a 20 ou 21.12)
- Analisar stocks disponíveis e produtos a promover. Analisar vendas do ano anterior.
- Definir ofertas/campanhas para novos clientes vs repetidos (média de desconto é de 32% no mercado digital)
- Definir ofertas/campanhas a acompanhar os envios dos clientes. Antecipar Natal.
- Testar se as funcionalidades da loja online permitem a campanha que foi definida.
- Definir locais de destaque de campanha na loja online - banners, pop ups, destaques no topo da navegação, descontos diretos ou cupons de desconto
- Definir conteúdos a desenvolver para dar resposta às necessidades do BF, CM e Natal
- Definir o sistema de tráfego a adotar: campanhas de marketing digital e conteúdos orgânicos e pagos



Definição da estratégia Black Friday e Natal

- **Setembro: definição da estratégia**

- Analisar desempenho da loja online e conteúdos de produtos
- Implementar melhorias nos produtos - alteração de imagens, descrições e feedback de clientes
- Definir estratégia por canal online identificado no sistema de tráfego e datas de implementação - importante garantir engagement com conteúdos
- Definir Imagens/conteúdos por canal e datas
- Testar conteúdos/textos/imagens/vídeos/campanhas (não com o mote black friday ainda)
- Aumentar a base de dados/expandir a lista de contactos através de campanhas online
- Programar todas as ações e atribuir tarefas aos responsáveis
- Antecipar pedidos de stock e de materiais de envios e de merchandising



Definição da estratégia Black Friday e Natal

- **Outubro: execução**

- Finalizar todos os criativos e conteúdos
- Criar artigo de blog dedicado ao tema Black Friday
- Criar landing page de registo exclusivo e antecipado no Black Friday da marca
- Criar listas de presentes a partir de produtos que se pretendam destacar
- Criar blog posts com os produtos que se pretendem destacar - COM STOCK E MARGEM
- Criar conteúdos focados em produtos que se pretendem destacar e gerar antecipação na procura através da promoção online desses conteúdos
- Agendar publicações/anúncios/newsletters
- Agendar campanhas na loja online e garantir destaque na comunicação on-site
- Criar campanhas de tráfego com o objetivo de expandir listas com ofertas especiais
- Partilhar as reviews de outros clientes nos emails e comunicação digital para aumentar a confiança do cliente



Definição da estratégia Black Friday e Natal

- **Outubro: execução**

- Aquecer a audiência com emails segmentados e personalizados (manter a estratégia anual a reforçar em Outubro/Novembro/Dezembro)
- Enviar emails para base de dados para registo para BF antecipado. Clientes começam a escolher o que vão comprar pelo menos 10 dias antes
- Antecipar questões com transportadoras e serviço de apoio ao cliente. Reforçar serviço de apoio ao cliente no período da campanha
- Preparar stock e embalagens
- Preparar a logística para maior volume de envios e devoluções
- Testar a estratégia de Black Friday com clientes fidelizados com oferta especial e exclusiva para apenas para estes durante um fim-de-semana em Outubro



Definição da estratégia Black Friday e Natal

- **Novembro: Implementação**

- Adicionar produtos novos à listagem antes de lançamento da campanha - procura começa antes da campanha e permite ainda vender produtos antes do desconto
- Focar a estratégia na base de dados angariada e quem interagiu com a marca previamente - reduzir investimento em campanhas de angariação
- Lançar BF antecipado a todos os clientes da marca através de NL, sms e campanhas segmentadas - 1 a 2 semanas antes da data oficial
- Lançar BF aberto para todos - 4 ou 5 dias de campanha oficial
- Criar oferta extra cyber monday para quem não comprou nos dias anteriores
- Processar de envio e processamento devoluções
- Gerir aumento de contacto do Serviço de Apoio ao Cliente



Definição da estratégia Black Friday e Natal

- **Dezembro:**
 - Lançar campanha de Natal - promoção a e-gifts nos dias mais próximos do Natal
 - Reduzir investimento em campanhas se não conseguir cumprir com datas de entrega
 - Informar clientes e seguidores da data limite de compra para garantir entrega antes do Natal e sem falhas
 - Gerir procedimentos logísticos, transportes e serviço ao cliente
 - Enviar mensagem de Feliz Natal a todos os clientes e seguidores com oferta especial online para a noite de Natal
 - Lançar Saldos logo após finalização do Natal





ACELERADOR ECOMMERCE

BY TSE

Vera Maia

Email: veramaia@tsecommerce.com | Tlm.: 968 050 862

aceleradordeecommerce.com