

WHITEPAPER

Black Friday Brasil

tudo para preparar seu site

Mais que apenas ofertas, prepare seu negócio por completo



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
1. COMO PREPARAR SEU SITE	5
1.1 Verifique o Certificado SSL do seu site	5
1.2 Confira a renovação do seu domínio	5
1.3 Mantenha a hospedagem do seu site em dia	6
1.4 Faça um checkup no site buscando páginas com erro	6
1.5 Tenha um site responsivo	6
1.6 Confira o seu estoque para a Black Friday	7
1.7 Melhore a velocidade de carregamento do seu site	7
1.8 Esteja preparado para aumento de acessos	8
1.9 Realize testes de carga ou estresse	8
1.10 Conte com parceiros especializados	8
1.11 Confira o funcionamento dos formulários de contato	8
1.12 Garanta alta disponibilidade para sua infraestrutura	9
1.13 Checklist para preparar seu site para a Black Friday	9
2. COMO PREPARAR AÇÕES DE MARKETING	11
2.1 Confira suas palavras-chave nas campanhas de Google Ads	11
2.2 Cuide o preço dos seus produtos em anúncios ativos	11
2.3 Prepare a identidade visual do seu site	12
2.4 Prepare as ofertas com antecedência	12
2.5 Use as redes sociais para criar expectativa nos seus seguidores	12
2.6 Prepare descontos reais	13
2.7 Faça do e-mail marketing seu principal aliado	13



2.8 Aproveite a Black Friday para captar contatos	14
2.9 Analise os dados das suas ações de marketing de anos anteriores	14
2.10 Crie uma página exclusiva para a Black Friday	14
2.11 Faça anúncios de retargeting	15
2.12 Crie um evento no Facebook	15
2.13 Atualize as capas de suas páginas nas redes sociais	15
2.14 Utilize um contador de tempo	15
2.15 Use notificações push	16
2.16 Checklist para preparar suas ações de marketing	16
3. COMO PREPARAR SEU ATENDIMENTO	16
3.1 Antes de tudo: prepare mensagens padrão	17
3.2 Treine os times de atendimento	17
3.3 Tenha um plano de crise	18
3.4 Durante a data: fique de olho nos atendimentos	18
3.5 Tente antecipar situações	18
3.6 Pós-Black Friday: pense no relacionamento	19
3.7 Analise os atendimentos	19
3.8 Prepare-se para a próxima data sazonal	19
3.9 Checklist para preparar seu atendimento	20
Descubra como podemos ajudar você	21



INTRODUÇÃO

Criamos este material para auxiliar você na organização de uma campanha de ofertas completa nos meios digitais. Sabemos que todo o ano o foco fica em torno das ofertas, levantamento de percentual de descontos, de faturamento x lucro, de ticket médio e de acordo com os fornecedores.

Quanto mais o tempo passa, mais notamos que partes **fundamentais do processo são esquecidas**. Site que cai nas primeiras horas, horários de pico com lentidão nas páginas de compra, domínios que expiram após o lançamento das campanhas de anúncios, links de páginas de erro 404 e até atendimento que não sabe de ofertas.

Por essa razão compilamos tudo neste WhitePaper. **Bons resultados necessitam de bons planejamentos.**

Seja você um empreendedor que deseja aumentar as vendas sem surpresas negativas; um revendedor de site ou hospedagem que pretende entender como a data pode ampliar sua cartela de clientes (ou seu ticket da atual cartela) ou um agente de publicidade e marketing que entender a necessidade ampliar sua visão de campanha além da veiculação. Se você faz parte da organização de uma Black Friday, então esse material é um guia completo para preparar seu site.

Embora essa preparação seja pautada pela Black Friday, vale lembrar que ela é útil para **outros grandes marcos varejistas do ano**. Aproveite também para o Natal, a Cyber Monday, as Liquidadas de Verão, o Dia do Cliente, o Dia das Mães, os descontos especiais de aniversário da empresa e outras mais.

Esperamos que aproveite e que esta seja a melhor Black Friday do seu negócio.

Sucesso e boas vendas!

NOTA: *estamos acompanhando um movimento de empresas que estão revendo a utilização do termo "Black Friday" por sua origem nebulosa e possível ligação à venda de pessoas escravizadas no período escravocrata. Apoiamos estas mudanças e queremos informá-los para que possam repensar o uso da nomenclatura em suas estratégias de vendas.*



1. COMO PREPARAR SEU SITE

Começamos falando sobre os preparativos que a infraestrutura do seu site precisa receber para dar conta do pico de acessos que virão.

1.1 Verifique o Certificado SSL do seu site

Uma das maiores objeções das pessoas para não realizar compras online na Black Friday é sobre a segurança dos dados, sobretudo bancários.

Por isso, é indispensável que você **ofereça todas as medidas de segurança possíveis no seu site**. Um dos principais pontos que você precisa se atentar é o [certificado de segurança SSL](#) do seu site.

De forma resumida ele adiciona uma camada extra de segurança na comunicação entre o servidor do seu site e os dados enviados pelos seus usuários. Para se aprofundar mais, sugerimos [conferir em nosso Blog o que é SSL](#) e os riscos de não ativá-lo.

Para a Black Friday confira se o certificado do seu site está ativo - ou se seu site não possui [instale agora mesmo](#).

1.2 Confira a renovação do seu domínio

Nada mais frustrante do que preparar toda sua empresa para a Black Friday e não conseguir participar porque o [domínio do seu site](#) não foi renovado, não é mesmo?

Para evitar isso, verifique se a data de vencimento do seu [registro de domínio](#) não coincide com o período. Caso você decida criar um domínio específico para a ocasião, então sugerimos utilizar uma ferramenta para descobrir as opções disponíveis e que mais façam sentido para seu segmento de mercado. A [ferramenta grátis de consulta de domínio ideal >>](#) que pode ajudar muito.



1.3 Mantenha a hospedagem do seu site em dia

Assim como o registro de domínio, o [plano de hospedagem](#) do seu site também precisa de atenção nesse período. Confira se os pagamentos do seu plano estão em dia para evitar que seu site saia do ar na semana da Black Friday.

Verifique qual é seu provedor de hospedagem atual e certifique-se que está com a [melhor opção de infraestrutura](#) para seu site. Isso pode fazer toda a diferença.

1.4 Faça um checkup no site buscando páginas com erro

Alguns dias antes da Black Friday realize uma busca nas páginas do seu site para encontrar [páginas com erro](#).

Nada mais desagradável para um visitante do seu site do que entrar na página de um produto que ele gostou e a página está fora do ar.

Se precisar, faça [redirecionamentos nas páginas](#) que não existem mais ou faça ajustes para colocá-las novamente no ar.

Se tiver o [Google Search Console](#) instalado no seu site, vale a pena conferir a página de relatório de erros para encontrar mais facilmente as páginas com problemas. Nossa ferramenta [SEO Certo traz também um diagnóstico gratuito](#) e ainda mais completo, pois checa com suas páginas estão também no Google - vale usar também.

1.5 Tenha um site responsivo

Não é novidade para ninguém que os dispositivos móveis já são um dos principais responsáveis pelas compras online no Brasil. Na Black Friday e no contexto social atual esse comportamento tende a se intensificar e aumentar.

Por isso, é fundamental que seu [site seja responsivo](#), ou seja, quando acessado em smartphones ou outros dispositivos, seu site adapte a tela. Permitindo que a navegação ocorra sem problemas.

Para saber se o seu site é responsivo você pode testá-lo no [Google's Mobile-Friendly Test](#), ferramenta gratuita disponibilizada pelo Google.



1.6 Confira o seu estoque para a Black Friday

A maioria dos preparativos da nossa lista tem o objetivo de não proporcionar aos visitantes uma experiência negativa no seu site.

Nessa linha, conferir o [estoque dos produtos listados](#) no seu site é fundamental. Ninguém gosta de ter suas expectativas frustradas por um produto sem estoque, né?

Acompanhando os relatórios de vendas da sua empresa você já deve ter uma boa noção de quais produtos precisam estar disponíveis durante o período mais aguardado do ano.

1.7 Melhore a velocidade de carregamento do seu site

Segundo diversas pesquisas, um site que carrega rápido tem mais chances de realizar uma venda do que sites mais lentos. Durante épocas de grande competitividade, como essa data, essa afirmativa só aumenta.

Por isso, reduzir um segundo a [velocidade de carregamento do seu site](#) pode significar mais vendas.

Vale a pena fazer dois testes de medição (grátis) de velocidade do seu site: no [Page Speed Insight](#) e no [Varnish Cache](#). Ambos darão uma visão completa de como seu site está e, no caso do Varnish Cache, como deixar até **300x mais ágil**.

Aproveite esse ponto para entender como a [hospedagem de sites afeta diretamente o SEO](#) das suas páginas. Isso pode mudar muito seus resultados futuros - inclusive, deixando seu negócio ainda melhor para a próxima data.

Em geral, algumas ações ajudam a reduzir o tempo de carregamento, como:

- ✓ Otimizar o tamanho das imagens do site;
- ✓ Utilizar ferramentas para compressão de arquivos JavaScript, CSS, HTML e imagens;
- ✓ Utilizar CSS externo;
- ✓ Utilizar armazenamento em cache do navegador.



1.8 Esteja preparado para aumento de acessos

É muito importante que a infraestrutura do seu site esteja preparada para o aumento de acessos durante o período de pico de usuários.

Se o seu plano de hospedagem limitar a quantidade de acessos simultâneos, vale a pena aumentar os recursos nesse período. Se seu site estiver hospedado em uma estrutura em Cloud pode ser interessante escalar os recursos do servidor.

1.9 Realize testes de carga ou estresse

Realizar testes de carga e estresse é importante para garantir que o seu site esteja preparado para aguentar o volume de acessos.

Esse tipo de teste permite antecipar possíveis problemas e situações para garantir que a sua operação esteja preparada durante a Black Friday, sem perdas em vendas ou prejuízos para a experiência do cliente.

1.10 Conte com parceiros especializados

Escolher [parceiros especializados](#) para as soluções do seu site é um ponto que pode poupar muitas dores de cabeça para você. Além disso, a experiência desses parceiros garante que pontos importantes, como segurança de dados e disponibilidade, sejam garantidos.

1.11 Confira o funcionamento dos formulários de contato

Durante a Black Friday alguns sites aproveitam o aumento de acessos para [captar o contato dos visitantes](#) para enviar ofertas, promoções e conteúdos após a data.

Aliás, essa é uma prática que deve ser usada o ano todo: [Email Marketing](#) é uma estratégia com um dos mais altos índices de retorno sobre investimento (ROI). Temos inclusive um [eBook com várias dicas para criar e-mails incríveis](#).



Se a sua empresa pretende fazer isso, confira se os formulários de captura de contato estão funcionando corretamente e se os dados dos clientes estão sendo armazenados como você planejou.

1.12 Garanta alta disponibilidade para sua infraestrutura

Contar com uma infraestrutura que foi desenhada para oferecer alta disponibilidade oferece mais garantias para impedir que o seu site caia durante picos de acesso.

O modo de consumo mudou, **57% dos brasileiros estão comprando mais online agora do que antes** (segundo pesquisa encomendada pelo Google e realizada pela Ipsos). Isso quer dizer que seu site (Web + Banco de Dados) precisa estar preparado para essa avalanche de usuários e clientes dos próximos meses.

Algumas soluções são desenvolvidas para suportar um volume de acessos muito alto e garantir alta disponibilidade. O **Cloud Hosting** é uma das mais utilizadas por garantir alta performance, tráfego ilimitado e estabilidade.

Se a sua empresa recebe muitos acessos nas grandes datas do varejo, e em épocas específicas, vale investir em soluções como essa.

Sem lentidão ou site caindo, a nuvem é um ambiente dedicado e gerenciado por especialistas que cuidam da infraestrutura para você focar no que importa: seu negócio.

A Gleidys Salvanha, diretora de negócios para o Varejo do **Google Brasil**, já adiantou que é importante se preparar para os acessos. “Para as marcas e varejistas, a data não é um momento apenas para queima de estoque, mas uma **oportunidade de lançarem produtos, serviços, formas de se diferenciarem e conquistarem novos clientes**”.

1.13 Checklist para preparar seu site para a Black Friday

Resumindo tudo o que vimos em um checklist, temos:

- Verifique o Certificado SSL do seu site.
- Confira a renovação do seu domínio.
- Para evitar isso, verifique se a data de vencimento do seu registro de domínio não coincide com o período da data.



- Mantenha a hospedagem do seu site em dia.
- Site precisa estar responsivo.
- Garanta alta velocidade de carregamento do seu site.
- Prepare-se para o aumento de acessos do seu site.
- Realize testes de carga ou estresse em seu site.
- Conte com parceiros especializados.
- Confira o funcionamento dos formulários de contato.
- Garanta alta disponibilidade para sua infraestrutura.

Essas são as primeiras dicas para preparar seu site para a Black Friday . Agora vamos para a preparação do marketing.



2. COMO PREPARAR AÇÕES DE MARKETING

Agora vamos as ações de marketing que você pode utilizar para potencializar suas vendas durante a sexta-feira de descontos mais aguardada do ano. Separamos 15 delas com o intuito de cobrir a maior área de atração de potenciais clientes.

2.1 Confira suas palavras-chave nas campanhas de Google Ads

Se você já faz [anúncios em mídias pagas](#), é importante conferir como andam suas campanhas. Revise e faça ajustes nas suas palavras-chave, textos dos anúncios e gatilhos que estão sendo utilizados.

Pontos importantes para revisar e também cuidar na hora da criação de novas campanhas de anúncio:

- Tenha um objetivo claro: não anuncie somente por anunciar.
- Sabendo claramente seu objetivo: PLANEJE.
- Saiba qual seu potencial de investimento e distribua sua verba.
- Não basta criar anúncio no Google, é preciso ter qualidade.
- Teste e não tenha medo de criar um anúncio no Google.
- Fique sempre de olho!

O aprofundamento de cada uma das [dicas fundamentais sobre anúncios no Google Ads estão em nosso blog](#).

2.2 Cuide o preço dos seus produtos em anúncios ativos

Ainda falando sobre mídia paga, não esqueça de verificar os preços em todos os seus anúncios ativos, afinal os preços devem estar claros e evidentes para as campanhas de ofertas.

Vale a pena também conferir e pausar ou ajustar campanhas de produtos que terão seus preços modificados durante a Black Friday para evitar desacertos e a divulgação de um mesmo produto com preços diferentes.



2.3 Prepare a identidade visual do seu site

Durante a Black Friday (BF), seu site precisa estar identificado com a identidade da campanha.

Utilizar cores, colocar suas melhores ofertas na página inicial do site, criar uma página específica para a BF e criar tags exclusivas são algumas das ações que você pode preparar.

2.4 Prepare as ofertas com antecedência

Separe um tempo durante o planejamento das suas ações de marketing para planejar sua estratégia de descontos e ofertas para a data.

Pense em ofertas atrativas, negocie valores com fornecedores, faça a gestão do seu estoque para não criar ofertas que você não tenha produtos suficientes para vender.

Para preparar suas ofertas, você pode seguir estas dicas:

- ✓ produtos que têm maior margem para desconto;
- ✓ produtos que estão parados no estoque;
- ✓ produtos baratos que vendem bem e são porta de entrada para outras vendas.

Caso oferecer descontos não seja uma opção para seu negócio nesta BF, pense em condições de pagamento diferenciadas, enviar brindes ou produtos que complementam o pedido pode ser uma alternativa interessante.

2.5 Use as redes sociais para criar expectativa nos seus seguidores

Antes de começar efetivamente a sexta-feira de ofertas, aproveite as suas redes sociais para instigar seus seguidores sobre as promoções que você está planejando ou condições únicas.

Crie peças com a identidade da campanha e vá dando pequenas pistas e mostras do que está chegando.



Você pode aproveitar estes canais para conversar com seus clientes e descobrir quais produtos eles mais desejam comprar. Isso pode ajudar você a planejar suas ofertas e [aumentar suas vendas](#).

2.6 Prepare descontos reais

Todos os anos surgem notícias de empresas que aumentam os preços de seus produtos dias antes da Black Friday para oferecer descontos maiores.

Não faça isso! Esse tipo de estratégia pode prejudicar muito suas vendas e a reputação da sua empresa com os clientes. Dificilmente pessoas que descobrem esse tipo de conduta voltam a fazer compras com essas empresas e ainda acabam influenciando outras pessoas a não comprarem dessas lojas.

Como falamos anteriormente, se você não consegue oferecer descontos vale mais a pena preparar outro tipo de oferta do que maquiar preços, tá certo?

2.7 Faça do e-mail marketing seu principal aliado

O [Email Marketing](#) é um dos principais aliados das ações de marketing para muitas empresas. Durante a Black Friday a sua importância e relevância só cresce.

Se você tem uma lista de e-mails, pode [aproveitar para enviar ofertas exclusivas](#) para seus assinantes. Pode também notificar primeiro seus contatos das suas melhores ofertas criando um gatilho de exclusividade muito poderoso.

Agora, se você não possui uma lista de e-mails, não compre listas de jeito nenhum. Isso pode prejudicar negativamente a reputação da sua empresa e, ao invés de aumentar suas vendas, [gerar problemas muito maiores](#) (é melhor entender [como funciona a Lei Geral de Proteção de Dados](#)).

Ainda dá tempo de começar a criar a sua lista organicamente e colher os melhores resultados. [Este post te mostra maneiras de construir sua lista de e-mails de forma orgânica e sustentável](#), confira.



2.8 Aproveite a Black Friday para captar contatos

A Black Friday não precisa acabar junto com as promoções da sua loja. Que tal aproveitar o momento para **conseguir o contato dos visitantes do seu site e investir em um relacionamento pós-Black Friday?**

Depois de conseguir esses contatos, você pode planejar diversas ações de marketing, como réguas de nutrição, campanhas de e-mail, e-mails promocionais exclusivos e muitas outras estratégias para manter o contato com os seus visitantes e aumentar suas vendas.

2.9 Analise os dados das suas ações de marketing de anos anteriores

Se você já participou da Black Friday em outros anos, vale a pena [analisar os dados](#) desses anos para tentar entender o que funciona para o seu público, quais ações podem ser mantidas, quais devem ser melhoradas e quais devem ser descartadas.

Olhar o histórico pode dar boas pistas do que preparar e pode ajudar a traçar metas realistas para a campanha deste ano.

2.10 Crie uma página exclusiva para a Black Friday

Uma ótima estratégia é [criar uma landing page](#) exclusiva para a Black Friday para captar o contato de pessoas interessadas em saber quais são as ofertas da sua empresa.

Nela, além de captar o contato dos visitantes, você pode colocar algumas das suas melhores ofertas para ir despertando o desejo dos visitantes.

Se você trabalha com campanhas de remarketing, essa página é perfeita para isso também.



2.11 Faça anúncios de retargeting

Uma ação interessante para gerar mais vendas durante a Black Friday é **fazer remarketing** para quem visitou as páginas de produto do seu site e também para quem colocou algum produto no carrinho, mas não finalizou a compra.

Durante a Black Friday, essa técnica pode gerar mais vendas, uma vez que você divulga um produto que o visitante já mostrou interesse com um grande desconto.

Você pode também direcionar o tráfego diretamente para a landing page que criou para a Black Friday.

2.12 Crie um evento no Facebook

Aproveite o recurso de criar eventos no Facebook para avisar com antecedência os seus seguidores de que sua empresa vai participar da Black Friday.

Na página do evento você pode enviar notificações para “aquecer” seus seguidores, mostrando alguns dos produtos que estarão em desconto no dia da Black Friday.

2.13 Atualize as capas de suas páginas nas redes sociais

Alguns dias antes da Black Friday, atualize as fotos de capa e perfil das suas redes sociais com a temática da Black Friday.

2.14 Utilize um contador de tempo

Um dos gatilhos mentais mais poderosos é o de escassez. Por isso, se possível, **implemente um contador de tempo** no seu site, tanto para criar um senso de urgência antes da Black Friday como durante o evento mostrando que as ofertas têm prazo determinado de duração.



2.15 Use notificações push

Se você utiliza uma ferramenta de notificações push no seu site, pode aproveitar a Black Friday para enviar notificações e ofertas exclusivas para seus assinantes.

Este tipo de notificação pode **atrair mais visitantes para o seu site**. Por isso, planeje com antecedência mensagens criativas e que despertem a curiosidade dos leitores.

2.16 Checklist para preparar suas ações de marketing

Resumindo as ações em um checklist, temos:

- Confira suas palavras-chave nas campanhas de Google Ads
- Tenha cuidado com o preço dos seus produtos em anúncios ativos.
- Prepare a identidade visual do seu site.
- Prepare as ofertas com antecedência.
- Use as redes sociais para criar expectativa nos seus seguidores.
- Prepare descontos reais.
- Faça do e-mail marketing seu principal aliado.
- Aproveite a Black Friday para captar contatos.
- Analise os dados de anos anteriores.
- Crie uma página exclusiva para a Black Friday.
- Faça anúncios de retargeting.
- Crie um evento no Facebook.
- Atualize as capas de suas páginas nas redes sociais.
- Utilize um contador de tempo.

Com essas dicas você já pode começar a preparar suas ações de marketing e, com os tópicos anteriores em mente, vamos agora focar na preparação do atendimento da sua empresa.

3. COMO PREPARAR SEU ATENDIMENTO

Tudo certo com o site web e banco de dados, ações de marketing em construção? Perfeito, é hora de se certificar que todos seus clientes terão ótimos retornos,



respostas ágeis e seu atendimento estará pronto para um turbilhão de e-mails, chamados, telefonemas, chats e WhatsApp.

3.1 Antes de tudo: prepare mensagens padrão

Para ganhar tempo e agilizar os atendimentos durante a Black Friday, vale a pena preparar respostas prontas para as principais dúvidas que sua empresa recebe.

Isso vai ajudar a agilizar os atendimentos e diminuir o tempo de espera dos clientes por uma resposta que você pode antecipar.

Inclusive, vale a leitura no conteúdo de [atendimento pelo WhatsApp, em que explicamos onde estão a maioria dos erros](#). Voltando, algumas mensagens que você pode preparar são:

- como funciona o processo de entrega;
- qual é a política de trocas e devoluções da sua empresa;
- quais as opções de pagamento disponíveis;
- informações sobre prazos de produção.

Outra forma de agilizar é integrar os atendimentos com ferramentas já usadas comumente pelo seu público. O Messenger, usado pelo Facebook, é possível fazer [integração com sites WordPress](#), por exemplo, você sabia?

3.2 Treine os times de atendimento

Durante as datas sazonais (períodos específicos de tempo; que são pontuais ao longo do ano) é muito comum que aconteçam picos de atendimento, aumentando consideravelmente a quantidade de chamados para os times.

Por isso, é importante separar um tempo antes para alinhar com os times e treinar o pessoal para esse **aumento de demanda**.

Se sua empresa conta com um time reduzido de atendimento, vale a pena **treinar pessoas** de outros setores para ajudar em caso de necessidade durante o período da Black Friday.



3.3 Tenha um plano de crise

Crises e problemas sempre podem acontecer em todas as empresas, independente do tamanho delas. Por isso, **prepare um plano de crise para sua empresa.**

Se algo sair fora do planejado durante a Black Friday você e seu time já estarão preparados para realizar ações para diminuir os impactos.

3.4 Durante a data: fique de olho nos atendimentos

Durante o período da Black Friday vale a pena ficar atento aos atendimentos. Eles serão ótimas fontes para você realizar ações e tomar decisões para o seu negócio.

O que isso quer dizer na prática? Por exemplo, se muitas pessoas procuram o seu atendimento para saber mais sobre o tempo de produção do seu produto, você pode usar essa informação para criar cards nas redes sociais explicando como funciona. Assim, você pode reduzir consideravelmente o número de chamados.

Se muitas pessoas chegam até o seu atendimento pedindo informações sobre um produto, você pode usar esse dado para aumentar a divulgação dos produtos mais procurados, por exemplo.

3.5 Tente antecipar situações

Se você realizou o seu plano de crise, esta dica vai complementar a sua estratégia. Durante a Black Friday tente antecipar situações para **evitar que problemas aconteçam.**

Alguns exemplos, se você perceber que o estoque de um produto está acabando antes do planejado, pode realizar ações para evitar reclamações por falta dos produtos, como pausar anúncios ativos daquele produto.

Se notar que a demanda por atendimento está aumentando, já pode ativar os colaboradores que estão orientados a auxiliar nos picos para impedir que a fila de atendimentos aumente e você perca vendas.



3.6 Pós-Black Friday: pense no relacionamento

O período sazonal pode acabar, mas o relacionamento com os seus clientes nunca.

Invista fortemente em manter um relacionamento próximo com os clientes conquistados.

Sabe as campanhas de e-mail marketing que fez durante o evento? Então agora use-os para se relacionar com seus clientes. Mostre como usar seu produto da melhor forma, informe tendências (que façam sentido para seu negócio), indique produtos complementares, agregue valor para seus clientes. Lembre-se: é sobre como ajudar ele a resolver os problemas ou desejos dele - *com seus produtos, claro* -, mas nunca sobre você, seus produtos ou seus problemas. Entende a diferença?

Outras formas de agregar valor é criando conteúdo de qualidade para seu blog, suas redes sociais e réguas de nutrição. E esse são apenas alguns dos exemplos que você pode testar.

Você pode conferir um webinar gratuito que preparamos com [dicas práticas de fidelização de clientes](#).

3.7 Analise os atendimentos

Depois de passada a Black Friday, é essencial que você separe um tempo da sua agenda para **analisar os atendimentos realizados**.

Neles você terá uma fonte extremamente valiosa de informações sobre seus clientes e suas necessidades que podem ajudar a realizar ações mais certeiras para sua empresa.

Com eles você também terá uma ótima fonte de dados para entender os pontos que podem ser melhorados na sua empresa e no atendimento ao cliente.

3.8 Prepare-se para a próxima data sazonal

E, por fim, com todos os dados, estratégias e pontos de melhoria coletados, você já pode começar a planejar a próxima data sazonal. Afinal de contas, Cyber Monday, Natal e Ano Novo estão batendo à porta.



3.9 Checklist para preparar seu atendimento

- Prepare mensagens padrão
- Treine os times de atendimento
- Tenha um plano de crise
- Fique atento aos atendimentos
- Tente antecipar situações
- Pense no relacionamento pós Black Friday
- Analise os atendimentos
- Comece a se preparar para a próxima data sazonal

Com essas dicas você está preparado para realizar um atendimento incrível durante a Black Friday. Assim como campanhas de marketing impressionantes e um funcionamento completo do seu negócio online durante a data.

Temos certeza que essa será uma Black Friday muito mais planejada e com amarras em todas as pontas. Se você gostou do conteúdo, aproveite e deixe seu comentário na página que baixou. Assim, outras pessoas podem entender o valor para o negócio e ampliarem suas vendas.

Se precisar da nossa ajuda para simplificar outras partes do seu negócio, acesse [nosso site](#), confira mais dicas em [nosso blog](#) e descubra outros conteúdos incríveis em [nossos Materiais Educativos](#).





king.host

Descubra como podemos ajudar você
e seu negócio a decolar na Internet.

[Fale com nosso consultores >>](#)

