

## Guia rápido

Prepare a sua loja online  
para o Dia dos Pais e  
**aumente as suas vendas**



Datas comemorativas são atrativas para aumento de vendas - muitas vezes não apenas pelo presente, mas também porque muitos consumidores aproveitam a data para comprar produtos e serviços com desconto ou condições de pagamento melhores.

**No Dia dos Pais não é diferente.** Segundo o superintendente do Sebrae-SP, Bruno Caetano, “eventos sazonais são ótimos momentos para o empreendedor divulgar seus produtos e serviços de forma mais incisiva. Assim como as outras datas, o Dia dos Pais traz desafios e oportunidades para o varejo”.

**Confira algumas dicas para atrair mais consumidores e preparar a sua loja virtual para um aumento de vendas.**



## Estoque:

**Entenda a sazonalidade dos seus produtos** para ter estoque suficiente e não perder vendas. Em uma pesquisa realizada pelo **Mercado Pago** com os seus clientes, as categorias mais buscadas para presentear os pais são:



**Celulares**  
**23%**



**Ferramentas**  
**18%**



**Informática**  
**15%**



**TV e vídeo**  
**14%**



**Para saber a quantidade ideal de estoque, uma dica é rever as vendas dos dois últimos anos.** Você pode ter uma ideia da média de vendas e o crescimento de um ano para o outro.



**Lembre-se de não superestimar as vendas** e faça as contas para não ficar com estoque parado depois.



**Prepare o seu estoque** para **otimizar as suas entregas e se manter organizado.** Nas vendas online, o prazo de entrega longo pode ser um impeditivo para o cliente efetuar a compra.



**Mostre os prazos de entregas corretos** para manter a sua credibilidade, não gerar falsas expectativas ou eventuais problemas no pós-venda.



**Tenha sempre um plano B para as suas entregas. O seu fornecedor pode atrasar os envios** ou não suportar a demanda com o aumento temporário do período.



**Use embalagens diferentes para os presentes.** É um diferencial entregar o seu produto pronto para ser entregue ao presenteado.



## Sistema:

---



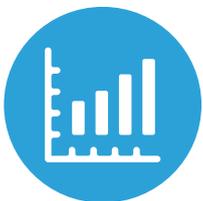
**Confirme se o sistema que você usa em sua loja está preparado** para um aumento de demanda e que seja confiável. **Nenhum cliente gosta de ouvir que o vendedor está sem sistema no momento da compra.** Caso tenha problemas frequentes com o fornecedor desses serviços, cogite trocá-los antecipadamente, realizar testes e ter um plano B caso eles não funcionem.



**Simplifique os processos e fluxos internos** que possam agilizar a sua rotina. Assim, você tem menos possibilidades de erros e mais confiança nos números de vendas.



**Certifique-se de que o seu sistema esteja integrado** com todos os departamentos e funcionários que precisarão utilizá-los.



## Comunicação e divulgação

---

Há um aumento de vendas em datas comemorativas, porém a concorrência é grande. **É importante reforçar os seus diferenciais** em relação aos seus concorrentes e mostrá-los claramente aos consumidores.



**Ajude o comprador a escolher o presente** com uma correta categorização dos seus produtos. **As pessoas são bastante indecisas na hora da compra**, você poderá auxiliá-las separando as diversas opções disponíveis no site por perfis de pais, por exemplo: Pai Esportivo, Pai Estiloso, Pai Tecnológico, entre outros.



**Sugestões por faixas de preço também podem ajudar nas vendas** para os clientes que tiverem com um orçamento mais apertado não deixar de comprar um presente. Uma dica é facilitar a compra de quem não sabe o que comprar ou não tem tempo com **vale presentes**. Assim, quando o presenteado for escolher o produto ou serviço, pode acabar comprando um pouco mais.



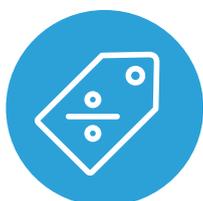
**Divulgue os seus benefícios aos consumidores.** Lembre-se de que o seu cliente para essa data comemorativa não são somente os filhos, mas também as esposas: são elas que muitas vezes fazem a compra do presente pelos filhos.



**Envie e-mail marketing para a sua base de clientes**, assim você gera vendas com custos realmente muito baixos. **É importante também buscar por novos clientes:** invista em mídia paga, utilize redes sociais, explore seus principais produtos e os mais buscados e faça comunicações personalizadas e segmentadas.



**É importante montar divulgações também na página principal do seu site** para que seus clientes encontrem as promoções e produtos facilmente, além de saber exatamente o que vão encontrar ao se aprofundarem na navegação.



## Promoções

Frequentemente as mulheres compram o presente para os maridos, pai e sogro. Com tantos presentes, encontrar descontos é sempre bem-vindo: você ainda pode aproveitar a oportunidade e oferecer preços promocionais em produtos para elas!

Quando um produto é artesanal, não há necessidade de descontos expressivos por serem produtos únicos, porém **se você vende produtos iguais aos dos seus concorrentes, é necessário ter diferenciais competitivos.**



**Ofereça benefícios durante essa época**, como frete grátis e cupons de desconto. Coloque um **“senso de urgência”** para os clientes utilizarem esses benefícios, como **“somente hoje”, “até amanhã”**.

**12<sup>até</sup>x**

**Facilite o pagamento para os seus compradores e ofereça o parcelamento sem juros**, a forma de pagamento que mais incentiva os consumidores a comprarem online, segundo a Webshoppers<sup>1</sup>.



**Faça ações de cross selling<sup>2</sup> e complemente a venda: uma sugestão é montar kits para aumentar o seu ticket médio.** Coloque um sapato com uma carteira, uma camisa com uma calça ou um perfume com creme de barbear e ofereça preços promocionais para incentivar a compra de uma quantidade maior de produtos.



**Mas lembre-se: é importante calcular a sua margem e lucro para não prejudicar o seu fluxo de caixa.**



## Atendimento

---



**Prepare a sua equipe para dar suporte** às dúvidas durante o processo de venda aos seus clientes.



**Ofereça um contato mais próximo para o seu cliente com um chat online ou (ou até WhatsApp).** Isso irá deixá-lo mais tranquilo e confiante para a compra online.



**Amplie os horários de atendimento neste período.**

Assim, **conseguirá atender a todos dentro do prazo** esperado, garantindo a venda e entrega dos pedidos a tempo.



**Treine o seu time de atendimento com todas as novidades que implementou para a época**, como descontos, frete, kits promocionais e onde está divulgando cada comunicação. **Quanto mais preparados eles estiverem, melhor saberão atender** os seus clientes e tirar todas as suas dúvidas.



**Reforce sua equipe com temporários, se necessário. É importante ter pessoas o suficiente para atender o seu aumento de demanda.**

Com a equipe completa você terá um atendimento mais eficiente na sua empresa.



**Peça para o seu cliente avaliar o atendimento.** Deste modo, você conseguirá entender suas falhas e corrigi-las.



## Pós-venda

---

**Não se esqueça do pós-venda!** Mesmo depois que seu cliente já tiver comprado, você deve manter o relacionamento saudável para trazê-lo novamente ao seu site para futuras compras.



**Se prepare para devoluções e seja flexível.** Produtos que não puderem ser trocados precisam ser bem comunicados antes da venda para não deixar o seu cliente insatisfeito.



**Lembre-se de que o cliente pode desistir de uma compra online no período de 7 dias e devolver o produto**, solicitando seu dinheiro de volta. Para essas devoluções o pagamento do frete deve ficar por sua conta - **mantenha uma provisão em seu caixa para possíveis gastos.**



**Peça para o cliente avaliar também a sua pós-venda** e entenda como melhorar o processo. **Coloque poucas perguntas e avalie os resultados.**



## Ponto de venda físico

---

**Se você possui também um ponto de venda físico** para venda de produtos ou para retirada no local, **tenha uma maquininha de cartões de crédito e débito sempre disponível.** Com ela, você tem a chance de vender nesses locais também.



## Comece agora a implementar essas dicas com a ajuda do Mercado Pago.

---

- **Mais controle** no gerenciamento de suas vendas
- **Mais aprovação** com o sólido conhecimento de mercado para prevenção à fraude
- **Mais fluxo de caixa** com recebimento do dinheiro em 2 dias
- **Mais conversão** com o fluxo de pagamentos reduzido
- **Mais fácil**, utilizando as soluções de frete, cupons e parcelamento
- **Mais pontos de vendas** com a maquininha de cartões Point

## Boas vendas!



**mercado  
pago**

<sup>1</sup> Webshoppers 33ª edição. Pesquisa Omnichannel E-bit. Pergunta: Que fatores fariam com que você passasse a comprar mais produtos online e com mais frequência do que costuma comprar hoje?

<sup>2</sup> Cross-selling é quando oferecemos ao cliente produtos complementares aos que já estão sendo adquiridos para incrementar a venda. Exemplo: na compra de um sapato oferecemos um par de meias.