

Checklist estratégico de preparação para Black Friday

Assuma o controle com uma gestão estratégica. Descomplicamos o financeiro, semana a semana, para você ter previsibilidade e garantir lucro real na Black Friday

SEMANA 1

Iniciando o planejamento da Black Friday de 2026

Outubro

Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

- ☐ Analisar o histórico de resultados e aprendizados da Black Friday anterior.
- ☐ Estruturar o mix de produtos estratégico para a campanha.
- ☐ Definir descontos e realizar a precificação de forma inteligente, preservando a margem de lucro.
- ☐ Alinhar negociações com fornecedores e planejar o estoque com segurança.
- ☐ Avaliar a organização financeira e a saúde de caixa.

SEMANA 2:

Mapeando estratégias para vender mais na campanha da Black Friday 2026

Outubro

Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

- ☐ Definir objetivos claros, canais de atuação e recursos disponíveis para a campanha.
- ☐ Aplicar uso de plataforma de gestão financeira para automatizar os processos.
- ☐ Mapear os canais de divulgação e planejar as ações específicas para cada ponto de contato.
- ☐ Planejar possíveis ações e as ofertas exclusivas para a Cyber Monday.
- ☐ Planejar a decoração temática e a montagem estratégica da vitrine para a campanha.

SEMANA 3:

Planejamento e estratégias de omnichannel

Outubro

Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

- ☐ Avaliar a necessidade de contratação de equipe de apoio ou temporários.
- ☐ Garantir que os sistemas operacionais e financeiros das lojas físicas e virtuais funcionem de forma integrada e ágil.
- ☐ Agendar os anúncios e campanhas de e-mail marketing que serão disparados.
- ☐ Desenhar o cronograma de publicações nos canais oficiais de comunicação.
- ☐ Definir o layout da vitrine física.

SEMANA 4:

Preparando os últimos detalhes para a campanha da Black Friday

Novembro

Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

- ☐ Desenvolver ações focadas em valorizar a experiência do cliente durante toda a jornada de compra.
- ☐ Capacitar e treinar o time para oferecer um atendimento de excelência na Black Friday.
- ☐ Analisar a viabilidade de oferecer brindes de baixo custo como diferencial competitivo.
- ☐ Acionar a base de clientes de forma segmentada e próxima via WhatsApp.
- ☐ Diversificar as opções de pagamento para descomplicar a decisão de compra do cliente.

SEMANA 5:

Começo das ações de Black Friday

Novembro

Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

- ☐ Agendar e acompanhar as publicações nas redes sociais para engajamento do público.
- ☐ Desenvolver campanhas de incentivo para engajar e motivar o time de vendas.
- ☐ Produzir conteúdos destacando as primeiras ofertas exclusivas.
- ☐ Implementar oficialmente as ofertas promocionais na loja e em todos os canais de venda.
- ☐ Monitorar em tempo real os indicadores de vendas e a qualidade do atendimento ao cliente.

SEMANA 6:

Detalhes e melhorias na campanha para vender mais

Novembro

Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

- ☐ Estruturar logística para produtos comprados online com retirada e entregas.
- ☐ Reorganizar a vitrine destacando os produtos de maior performance na primeira semana de vendas.
- ☐ Analisar a necessidade de reposição das mercadorias mais vendidas.
- ☐ Fechar com parceiros logísticos para reduzir gargalos nos prazos de entrega.
- ☐ Garantir que o funcionamento e a estabilidade da loja virtual para evitar perdas de vendas online.

SEMANA 7:

Semana oficial da Black Friday 2026

Novembro

Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

- ☐ Substituir na vitrine os itens com menor giro por mercadorias de maior atratividade.
- ☐ Ativar campanhas de remarketing direcionadas aos consumidores que demonstraram interesse ou visitaram a loja.
- ☐ Estruturar um plantão de atendimento ágil em todos os pontos de contato no dia da Black Friday.
- ☐ Implementar ações de recuperação de carrinhos abandonados no e-commerce.
- ☐ Ajustar os detalhes finais e operacionais da Cyber Monday, caso faça em seu negócio.

SEMANA 8:

Pós Black Friday, ações Cyber Monday e próximos planejamentos

Dezembro

Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
29	30	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

- ☐ Monitorar a performance e faturamento das vendas da Cyber Monday.
- ☐ Reestabelecer os preços padrão das mercadorias nos sistemas de venda.
- ☐ Realizar a conciliação bancária e de cartões automatizada referente a todas as transações efetuadas na campanha.
- ☐ Mensurar os resultados consolidados da campanha, incluindo o índice de trocas, devoluções e desistência
- ☐ Iniciar o planejamento estratégico focado nas vendas de Natal