

F0360

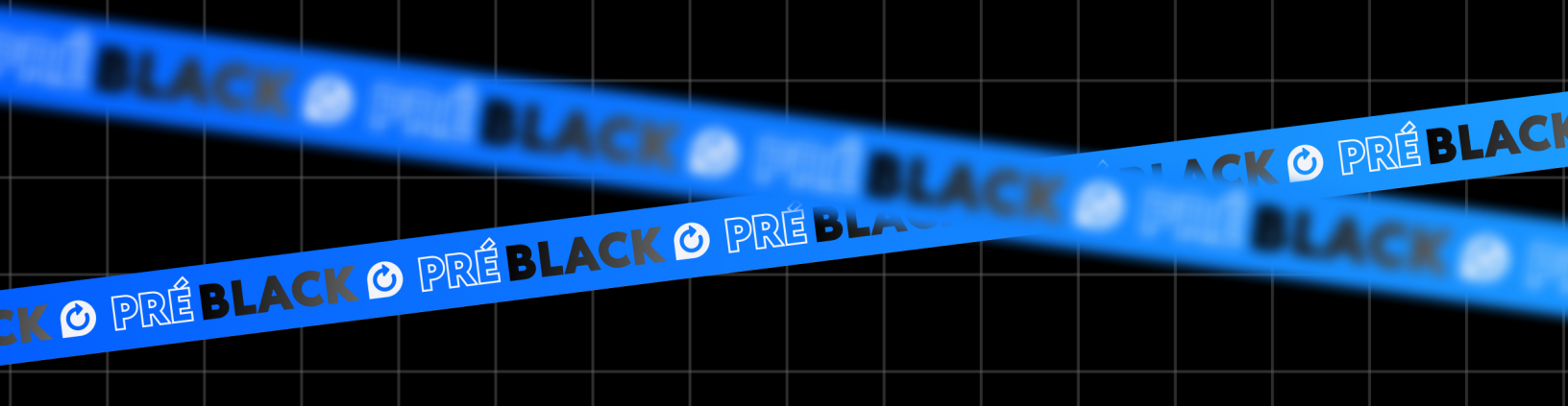


OPERAÇÃO PRÉ
BLACK



Precificação Inteligente na **Black Friday**

Descubra como superar a concorrência e
aumentar suas vendas sem comprometer
a margem de lucro da sua loja!



Sumário



Precificação dinâmica: o que é e como funciona?

Psicologia de preços: como criar ofertas irresistíveis

Análise da concorrência e ajuste de preços em tempo real

Estratégias de precificação dinâmica e descontos inteligentes

Como aplicar descontos e maximizar a margem de lucro?

Use ferramentas e tecnologias para gestão de preços

Maximize seus resultados na Black Friday com as soluções financeiras da F360



Introdução

A Black Friday é um dos eventos **mais aguardados do varejo.**

Enquanto os clientes enxergam o momento como a "abertura da temporada de compras", os varejistas veem excelentes oportunidades de faturar e destacar a marca perante a concorrência.

Entretanto, para conquistar os resultados desejados, precisamos aplicar técnicas de precificação e descontos inteligentes para lucrar mais na Black Friday. Com as oscilações do poder de compra e a extensão das promoções durante todo o mês de novembro, definir preços sem comprometer a margem de lucro se tornou um grande desafio.



A F360 descomplica para você

Preparamos este e-book para apoiar na criação de ações promocionais inteligentes, impulsionar sua campanha e, claro, fortalecer a saúde financeira do seu caixa.

Acompanhe a leitura, aprofunde seu conhecimento com técnicas avançadas de precificação dinâmica (em tempo real) e descubra como aplicar descontos **sem comprometer a rentabilidade!**

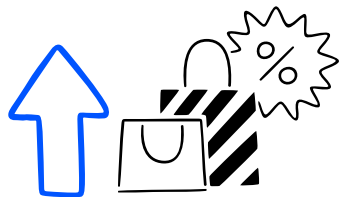


PRÉ BLACK PRÉ BLACK PRÉ BLACK PRÉ BLACK

Precificação dinâmica

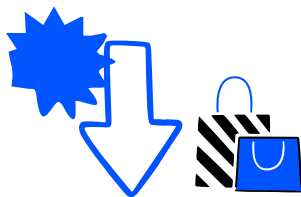
O que é e como funciona?

O preço importa, principalmente na Black Friday, data em que os consumidores **de fato buscam** descontos agressivos e pesquisam os valores em diversas lojas.



82%

82% é a taxa que o abandono de carrinho pode atingir durante a Black Friday.



81%

81% dos consumidores só finalizam a compra se encontrarem preços **de fato** mais baixos.

O comportamento mudou: o consumidor está mais analítico e equipado para comparar ofertas. Um estudo de tendências para a Black Friday divulgado pela EY-Parthenon revelou que 81% dos clientes só completam o pedido mediante reduções de preço **verdadeiras**.

Em paralelo, **de acordo com dados** da E-commerce Radar, o índice de abandono de carrinho no e-commerce pode bater a marca de 82% durante a data, evidenciando que preços **pouco transparentes** ou pouco atrativos geram desistência imediata.

Logo, os clientes estão atentos e criteriosos na hora de escolher o melhor custo-benefício para seu bolso. Diante disso, a precificação dinâmica surge como uma **estratégia inteligente para impulsionar a performance do negócio**.

O que é precificação dinâmica?



A precificação dinâmica (Dynamic Pricing ou Smart Pricing) é uma estratégia que baseia o cálculo de preços em variáveis de mercado para **definir valores mais atrativos em curto prazo**, como:

-  **preços da concorrência;**
-  **demanda e comportamento dos clientes;**
-  **sazonalidades;**
-  **tendências de consumo.**

Os ajustes de preços em tempo real são peças-chave para **aproveitar a alta procura de consumidores e encontrar o equilíbrio entre oferta e demanda** para se destacar dos concorrentes.



Como funciona a precificação dinâmica?

A precificação dinâmica funciona por meio de ferramentas tecnológicas inteligentes, muitas com inteligência artificial (IA), que rastreiam os preços de concorrentes de forma automatizada.

Basta definir quais marcas e produtos você deseja monitorar para que a tecnologia traga visibilidade automática.

Diante dos dados, é possível conferir se o item está com preço abaixo ou acima do mercado e se **existe margem de lucro saudável para impulsionar a receita mantendo a segurança financeira.**

Dessa forma, o varejista ganha autonomia para ajustar preços com inteligência prática, mantendo-se mais atrativo que a concorrência.



Vantagens da precificação dinâmica

As estratégias de precificação dinâmica respondem rapidamente às mudanças do mercado e maximizam a rentabilidade, seja em uma Black Friday ou em períodos com poucas vendas.

Por ser mais **simples, ágil e em sintonia com a concorrência e o comportamento do cliente**, a metodologia acumula vantagens significativas para lojas e franquias:

-  maximização da receita e da margem de lucro;
-  mais competitividade;
-  avanço no posicionamento em marketplaces;
-  melhora da gestão do estoque;
-  aumento na atração e retenção de clientes.



Exemplo de precificação dinâmica no varejo

Amazon

Como referência global no varejo, a Amazon ilustra perfeitamente esse cenário. A empresa usa algoritmos avançados para atualizar os preços de milhões de produtos diversas vezes ao dia.

Com base em múltiplas variáveis, como demanda, comportamento do consumidor e disponibilidade de estoque, a plataforma garante preços mais competitivos que acompanham as oscilações do mercado.

A [tecnologia da Amazon](#) realiza a precificação de forma automática e compara o preço do lojista com os limites máximos do sistema. Tudo para trazer segurança ao varejista e evitar ofertas discrepantes.

O preço de referência para comparação se baseia também no valor da Oferta em Destaque, o preço médio de venda de 60 dias, o valor mais alto em 14 dias (produtos enviados e vendidos pela Amazon) e/ou o preço sugerido do produto.



Estratégia de precificação:

como escolher o melhor modelo de preços?

ACESSE AQUI!

Psicologia de preços

Como criar ofertas irresistíveis

Além da precificação dinâmica, existem outras táticas para criar ofertas irresistíveis sem comprometer a rentabilidade: a psicologia de preços.

Quer entender como ela funciona?

O que é psicologia de preços?

A psicologia de preços é o estudo de como os valores influenciam o comportamento dos clientes conforme o funcionamento do cérebro. Utiliza técnicas para ajustar preços de forma a maximizar as vendas e lucros, como o efeito do preço "psicológico" (R\$ 9,99 em vez de R\$ 10,00).

O objetivo é **gerar uma percepção de valor mais atrativa por meio de gatilhos emocionais** que afetam a decisão de compra.



Técnicas da psicologia de preços



Preços âncoras

A técnica da ancoragem diz respeito ao preço de referência que os clientes têm para comparar valores de um produto.

Exemplo: Adicionar uma referência inicial alta e pouco vantajosa para tornar as próximas alternativas mais atrativas. **Por exemplo, um produto de R\$ 300 pode parecer caro se o valor de referência for R\$ 100. No entanto, se o preço de ancoragem for R\$ 500, a percepção do cliente muda totalmente.**

Preços sem arredondamento

Preços terminados em 9 fazem sucesso na precificação de muitos varejistas. Isso porque, sem arredondar a dezena, o cérebro interpreta como um valor mais barato e com melhor custo-benefício.

Técnica clássica da psicologia de preços, algumas marcas também aderem a preços com final 7 para **gerarem um impacto psicológico positivo e influenciarem a decisão de compra.**

Exemplo: Em vez de usar R\$ 10 ou R\$ 50, experimente R\$ 9,99 e R\$ 49,99, ou ainda R\$ 9,97 e R\$ 49,97.



BLACK PRÉ BLACK PRÉ BLACK PRÉ BLACK PRÉ BLACK PRÉ BLACK



Porcentagem de desconto

Esta técnica atua diretamente sobre a **percepção das promoções**. A apresentação em porcentagem costuma gerar mais impacto do que em valores absolutos. O que chama mais a sua atenção: desconto de R\$ 17,50 ou 25% de desconto?

Exemplo: Uma sandália custa R\$ 70 e a redução de R\$ 17,50 no preço representa desconto de 25%. Como 25 é maior que 17, causa mais efeito psicológico na decisão de compra.

Mais por menos

A psicologia de preços inclui a estratégia "mais por menos", bastante usada por varejistas. Como o nome sugere, a **proposta é oferecer uma quantidade maior de produtos sem o cliente pagar a mais pelos itens adicionais**.

Exemplo: Criar kits de produtos com valores mais vantajosos do que a soma dos itens individuais; dar descontos progressivos (1 peça com 10%; 2 peças com 15%); fazer a oferta de "leve 2 pelo preço de 1".



Como criar ofertas irresistíveis na Black Friday?

Com o apoio da **precificação dinâmica** e da **psicologia de preços**, temos um leque diversificado de estratégias para criar ofertas que geram valor tanto para os consumidores quanto para a saúde financeira do seu negócio.

Sim, isso é totalmente viável!



Dicas para criar ofertas invencíveis na Black Friday



1ª dica

Planeje com antecedência e monitore o mercado: acompanhe os preços praticados nos últimos meses pelos seus concorrentes diretos.

2ª dica

Monitore o perfil do cliente: antecipe-se às tendências e monitore regularmente as preferências, necessidades e hábitos de consumo do seu público-alvo.

3ª dica

Analise sua margem de lucro: conheça em detalhes os custos de aquisição ou produção para preservar a rentabilidade dos seus produtos.

4ª dica

Priorize produtos mais rentáveis: identifique quais soluções são mais vendidas e têm alta margem de lucro.

5ª dica

Crie promoções de alta percepção de valor: como descontos em itens mais populares, "mais por menos" e outras técnicas da psicologia de preços.

6ª dica

Utilize gatilhos mentais estrategicamente: use nas campanhas termos como "edição limitada Black Friday", "até acabar o estoque" ou "Só restam 3 unidades".

7ª dica

Sempre utilize chamadas para ação (CTAs): para estimular a compra com maior rapidez, aplique frases de impacto como "Aproveite antes que acabe" e "Compre agora".

Análise da concorrência e ajuste de preços em tempo real

A análise da concorrência é uma das táticas de precificação e descontos inteligentes na Black Friday. Além de apoiar o direcionamento das campanhas ao longo do mês de novembro, essa prática contribui para o ajuste ágil de preços e para o aumento das vendas.

Por que o monitoramento de mercado é essencial para preços competitivos?

- Entender seu posicionamento no mercado.
- Identificar oportunidades e tendências.
- Ajustar estratégias de vendas.
- Tomar decisões com mais precisão.
- Reduzir riscos e proteger sua saúde financeira.

Mantenha o controle: a análise da concorrência é apenas uma das variáveis para definir preços dinâmicos. Conheça seus custos operacionais e margem de lucro para guiar suas decisões.



Como monitorar os preços da concorrência em tempo real?

Para analisar os preços das lojas concorrentes em tempo real, a **tecnologia é a nossa principal aliada**. Use softwares especializados no rastreamento de marcas, que coletam dados e facilitam uma análise altamente eficiente.



Dicas para monitorar os preços da concorrência em tempo real

1ª dica

Defina o processo de análise:

Escolha uma ferramenta de rastreamento da concorrência, estabeleça a frequência e determine quem serão os responsáveis.

2ª dica

Vá além de baixar preços:

Compreenda seus objetivos estratégicos e de precificação. O monitoramento serve não apenas para reduzir valores, mas também para identificar oportunidades de elevar a rentabilidade.

3ª dica

Selecione os produtos-chave:

De acordo com a diversidade do mix de produtos da sua franquia, monitorar todos os itens é inviável. A saída é definir uma cesta de itens estratégicos: foque nas mercadorias que terão maior destaque na Black Friday, por exemplo.

4ª dica

Mapeie concorrentes diretos:

A ferramenta de análise da concorrência permite definir quais marcas você deseja monitorar. Logo, priorize concorrentes diretos e de atuação regional próxima.

5ª dica

Avalie o contexto das informações:

Identifique se os preços são padrão ou estão em promoção, entenda as condições, considere o volume de vendas, compare itens similares e traduza os dados em insights práticos.

6ª dica

Traduza resultados em decisões:

Veja se seus preços são competitivos, analise a relação preço-valor para seus clientes e defina quais ajustes realizar sem comprometer a margem de lucro.

Aprenda mais!



Como fazer análise de mercado no varejo?

Quais são os tipos?

ACESSE AQUI!



Margem de lucro:

encontre a ideal para o seu negócio!

ACESSE AQUI!

Estratégias de precificação dinâmica e descontos inteligentes

Existem várias estratégias de precificação dinâmica para aplicar descontos inteligentes na Black Friday com foco em performance e lucratividade.

Por serem promoções temporárias e limitadas, lembre-se de que a preparação para a Black Friday começa muito antes da famosa sexta-feira.

Assim, planeje suas finanças, acompanhe as tendências e conheça profundamente seu público com antecedência para identificar padrões e tendências que indicam as estratégias mais adequadas para a loja.

Descubra como aplicar descontos inteligentes pela precificação dinâmica e impulsionar os resultados do seu negócio!



Modelos de Precificação Dinâmica

1

Precificação baseada em demanda:

Ajuste os preços conforme a demanda do produto. Os valores podem aumentar quando a demanda é alta e diminuir quando é baixa.

Exemplo: Aumentar o preço de um produto popular durante períodos de alta demanda.

2

Precificação competitiva:

Altere seus preços com base nos valores praticados pelos concorrentes. Use ferramentas de monitoramento para ajustar os valores em tempo real para permanecer competitivo.

Exemplo: Se um concorrente aumenta o desconto, você ajusta sua estratégia com agilidade.

3

Precificação por segmento de cliente:

Defina preços para diferentes grupos de clientes com base em suas características e comportamento de compra.

Exemplo: Oferecer preços exclusivos para membros do programa de fidelidade ou para clientes corporativos.

4

Precificação por valor percebido:

Defina preços baseados no valor percebido pelo cliente em vez de considerar apenas os custos.

Exemplo: Aumentar o preço de produtos exclusivos ou de alta qualidade que oferecem um valor especial ao público.

5

Precificação por localização:

Ajuste os preços com base na localização geográfica. Produtos podem ter preços diferentes em áreas com outro custo de vida ou demanda.

Exemplo: Preços mais altos em áreas metropolitanas e mais baixos em

6

Precificação por tempo:

Modifique preços com base no horário, dia da semana ou sazonalidade.

Exemplo: Preços mais baixos durante horários de menor movimento na Black Friday e preços mais altos durante períodos de alta demanda.

7

Precificação de teste A/B:

Experimente diferentes preços e avalie a resposta dos clientes para determinar qual estratégia gera mais lucro.

Exemplo: Testar duas faixas de preço para um produto e analisar qual tem melhor aceitação, ou seja, gera melhor desempenho de vendas.



Como aplicar descontos e maximizar a margem de lucro?

Reunimos táticas estratégicas para apoiar você no planejamento de descontos inteligentes durante a Black Friday, impulsionando suas vendas, fidelizando clientes e destacando seu negócio com segurança.



Análise de custos e preços: calcule o custo real dos produtos e a margem de lucro antes de aplicar descontos. Certifique-se de que o desconto não reduza a margem abaixo de um nível sustentável.



Descontos progressivos: ofereça descontos maiores para compras em maior volume. Isso incentiva o aumento do volume e do ticket médio da venda sem sacrificar completamente as margens em transações menores.



Descontos por tempo limitado: use promoções por tempo limitado para criar um senso de urgência, incentivar compras rápidas e evitar que os descontos se tornem um padrão permanente. Na Black Friday, pode lançar 1 oferta nova por hora.



Descontos condicionados: aplique descontos apenas em vendas acima de um valor mínimo ou para clientes do programa de fidelidade. A prática ajuda a manter a margem de lucro ao garantir condições que aumentem o valor médio da compra.



Mantenha o controle: acompanhe sempre o impacto de cada ação em suas margens de lucro e realize ajustes ágeis ao longo do dia, se necessário. Decisões baseadas em dados são a chave para manter a saúde financeira do seu negócio sob controle.

Use ferramentas e tecnologias para gestão de preços

A tecnologia é o pilar que sustenta uma precificação estratégica. Softwares especializados permitem atualizar em tempo real os preços conforme análise da demanda e concorrência.

Por sua vez, as [plataformas de gestão financeira](#) centralizam e organizam as informações essenciais para dar visibilidade de ponta a ponta: fluxo de caixa, contas a pagar/receber, conciliação de vendas e relatórios com indicadores de desempenho.

Ao integrar um software de precificação dinâmica com sistema de gestão financeira e um CRM (Gestão de Relacionamento com os Clientes), criamos a sinergia ideal para desenhar ofertas irresistíveis e impulsionar a lucratividade de forma consistente.



Veja como usar e criar descontos para a Black Friday ao integrar essas três tecnologias



Sincronização de dados

Atualização de preços em tempo real no sistema de gestão e no CRM;



Análise de vendas e clientes

os dados do sistema de gestão financeira permitem ajustar preços com base no histórico de compras e comportamento dos clientes;



Gestão de inventário

ajusta os valores automaticamente no sistema de gestão financeira por meio da quantidade de estoque e demanda;



Automação de processos

redução de tarefas manuais para evitar erros e elevar a eficiência da precificação.



Relatório integrados

consolida os resultados de vendas e margens de lucro por meio de relatórios integrados entre o sistema de gestão de lojas e CRM.

Maximize seus resultados na Black Friday com as soluções financeiras da F360

Conte com o apoio das soluções F360 para organizar, simplificar e acompanhar a gestão financeira de uma ou mais lojas, marcas e canais de venda. Tenha uma visão 360° do negócio para tomar decisões estratégicas e preparar uma Black Friday rentável.



Nosso sistema de gestão financeira multiempresas, ideal para o varejista simplificar processos, economizar tempo e ter uma visão estratégica do negócio. Concilia cartões, organiza contas a pagar, controla fluxo de caixa, automatiza a DRE e outras rotinas fundamentais.

Descubra todos os recursos das nossas soluções financeiras: fale com um consultor, agende uma demonstração gratuita e saiba como descomplicar sua gestão e impulsionar seus resultados!

