FO360

Como vender o ano inteiro?

Estratégias para aproveitar a sazonalidade no varejo

Sumário

sou clicável!

- O impacto das datas sazonais no varejo
- Como manter a lucratividade durante o ano todo?
- Calendário comercial: como se preparar para cada data?
- Como aproveitar as datas sazonais do calendário comercial?
- Supere a sazonalidade: estratégias para vender o ano todo
- Estudo de caso: lojas de chocolate rentáveis além da Páscoa
- Planeje, acompanhe e ajuste suas estratégias para maximizar resultados

O impacto das datas sazonais no varejo

E se você pudesse vender bem o ano inteiro e explorar ao máximo os momentos de alta demanda? É exatamente esse o objetivo de aprender sobre a sazonalidade no varejo.

Afinal, as datas sazonais dizem respeito à temporalidade. Em outras palavras, são épocas comemorativas e eventos culturais em que o cliente está mais disposto a comprar, como Dia das Mães, Natal e Black Friday.

O IBGE divulgou que, em 2024, o varejo apresentou crescimento pelo oitavo ano consecutivo com **alta de 4,7%** no volume de comércio, a maior variação desde 2012.

Só no Dia das Mães, por exemplo, **faturou cerca de 7,64% a mais** que no mesmo período do ano anterior e chegou a **R$ 191,50 milhões** E, na Black Friday, apenas na sexta-feira, as vendas digitais **alcançaram R$ 4,27 bilhões, com alta de 8,4%**.

Percebeu que não dá para perder essas oportunidades, certo?

Afinal, além de aumentar o faturamento, as datas sazonais ajudam a fortalecer a marca e fidelizar clientes.

Entretanto, é fundamental conhecer as estratégias para saber como lidar com a sazonalidade. Para maximizar seus ganhos ao longo do ano, aproveite este guia completo sobre como usar as datas especiais a seu favor!

Como manter a lucratividade durante o ano todo?

Para manter a lucratividade durante o ano todo, o primeiro passo é entender o impacto das datas especiais no consumidor. De modo geral, seu comportamento muda e aparece um senso de urgência de obter determinados produtos e serviços.

E para lucrar em épocas comemorativas, você pode:

- Planejar as estratégias de cada data com antecedência;
- Ajustar seu mix de produtos/serviços conforme a demanda;
- Otimizar o estoque;
- Criar campanhas temáticas para engajar o público;
- Estreitar o relacionamento com os clientes.

Calendário comercial

como se preparar para cada data?

Para aproveitar ao máximo cada data comemorativa, o primeiro passo é **identificar quais períodos impactam seu nicho e analisar o histórico de demanda da loja**.

Veja exemplos de estratégias conforme o tipo de varejo.

- **Restaurantes:** adaptar os cardápios conforme as estações e os eventos locais.
- **Lojas de moda:** ajustar estoques para as coleções de inverno e verão.

Dicas para montar seu calendário comercial:

- Ao identificar seu nicho e avaliar sua demanda conforme cada época do ano, é hora de planejar seu calendário comercial. Veja dicas.
- Mapeie datas estratégicas: Inclua tanto grandes eventos, como Natal, quanto datas específicas para seu nicho, como Dia do Café.
- Analise o histórico de vendas: Revise os últimos anos para entender os picos de demanda e ajustar seu estoque.
- Defina metas e KPIs: Estabeleça o orçamento e objetivos claros de faturamento e engajamento para cada data.
- Acompanhe as tendências: Fique atento ao comportamento do consumidor e adapte suas estratégias para manter a relevância.

Lembre-se:

com um planejamento em-estruturado, cada data do calendário comercial pode se transformar em uma grande oportunidade de crescimento para sua franquia.

SAIBA MAIS

Como aproveitar as datas sazonais do calendário comercial?

O varejo não gira apenas em torno da Black Friday, do Dia das Mães e do Natal.

O ano inteiro está repleto de oportunidades: São João, Páscoa e muitas outras datas impulsionam as vendas e fortalecem a conexão com os clientes.

Para transformar cada ocasião em um sucesso, é essencial **planejar com antecedência, entender as tendências e criar ofertas estratégicas.**

A seguir, veja como aproveitar as principais datas sazonais de cada mês e potencializar seus resultados!

Fevereiro

Carnaval

Carnaval | sem data fixa

Produtos em alta: fantasias (personagens, neon, memes), maquiagem com glitter, pochetes, lanches rápidos e bebidas.

Loja temática: personalize a vitrine (física e digital) com cores vibrantes, banners, enfeites, confete, serpentina e música carnavalesca.

Ofertas irresistíveis: monte kits carnavalescos com protetor solar, lenços umedecidos, repelente e bandagens adesivas.

Planejamento financeiro: crie metas de vendas para equilibrar possíveis dias de folga no período.

Março

Dia Internacional da Mulher e Dia do Consumidor

Dia Internacional da Mulher | 8 de março

Crie kits e combos temáticos: ofereça embalagens especiais e cartões personalizados para presentes.

Invista em parcerias: associe-se a negócios complementares, como salões de beleza ou serviços de bem-estar, para oferecer benefícios exclusivos.

Ofereça cupons e descontos: utilize estratégias de venda cruzada (cross-sell) para incentivar compras adicionais.

Crie campanhas emocionais: valorize histórias inspiradoras, homenageie mulheres e conecte-se com seu público de forma autêntica.

Dia do Consumidor | 15 de março

Crie promoções estratégicas: ofereça descontos progressivos, kits promocionais e condições especiais para clientes fiéis.

Use cupons de desconto: atraia novos compradores e incentive compras mais caras com cupons e prazos curtos para criar urgência.

Planeje frete grátis: defina um valor mínimo de compra para garantir viabilidade financeira sem comprometer a margem de lucro.

Divulgue suas ofertas: utilize e-mail marketing, redes sociais e banners no site e na loja para comunicar suas promoções de forma clara e objetiva.

Abril

Páscoa e Dia do Frete Grátis

Páscoa | sem data fixa

Crie campanhas temáticas: personalize sua identidade visual e conecte seus produtos à Páscoa para incentivar presentes criativos além dos chocolates tradicionais.

Ofereça promoções exclusivas: use cupons especiais, descontos progressivos e condições diferenciadas de pagamento para atrair mais clientes.

Invista em brindes temáticos: pequenos mimos, como bombons ou cartões personalizados, aumentam a experiência do cliente e incentivam a fidelização.

Monte kits e cestas personalizadas: combine produtos complementares para aumentar o ticket médio e criar opções diferenciadas para presente.

Dia do Frete Grátis | última semana de abril

Criação de kits: monte pacotes de produtos estratégicos para incentivar compras com ticket médio mais alto.

Valor mínimo de compra: defina um ticket médio para oferecer frete grátis e aumentar o faturamento.

Promoções específicas: ofereça descontos em produtos com menos saída para equilibrar o estoque.

Análise de custos: calcule o impacto do frete grátis e ajuste preços ou parcerias logísticas para manter a margem de lucro.

Maio

Dia das Mães

Dia das Mães | segundo domingo de maio

Crie campanhas temáticas: personalize sua identidade visual e conecte seus produtos à Páscoa para incentivar presentes criativos além dos chocolates tradicionais.

Ofereça promoções exclusivas: use cupons especiais, descontos progressivos e condições diferenciadas de pagamento para atrair mais clientes.

Invista em brindes temáticos: pequenos mimos, como bombons ou cartões personalizados, aumentam a experiência do cliente e incentivam a fidelização.

Monte kits e cestas personalizadas: combine produtos complementares para aumentar o ticket médio e criar opções diferenciadas para presente.

Formas de pagamento:

quais não podem faltar na sua loja?

ACESSE AQUI!

Junho

Dia dos Namorados e Festas Juninas

Dia dos Namorados | 12 de junho

Explore descontos e promoções especiais: ofereça descontos e kits exclusivos com produtos que agregam valor.

Invista em produtos personalizados: crie itens exclusivos que proporcionem um toque pessoal, como presentes customizados ou experiências únicas que emocionam o cliente.

Cuide da comunicação: use um tom de voz carinhoso e romântico em suas campanhas para conectar emocionalmente com os clientes e destacar o valor do presente.

Use e abuse do marketing: invista em campanhas na vitrine, nas redes sociais e no e-mail para criar expectativa sobre as promoções e engajar seu público antes da data

Festas Juninas | mês inteiro

Ajuste seu portfólio para o clima junino: incorpore itens típicos, como produtos temáticos ou alimentos sazonais.

Ofereça promoções e kits temáticos: monte kits e combos com produtos populares da estação, como milho, bebidas ou roupas xadrez.

Use canais de vendas diversificados: aproveite as plataformas digitais, como WhatsApp e e-commerce, para alcançar mais clientes.

Promova eventos temáticos: considere fazer promoções em lojas físicas com ambientação temática, como “Arraiá”, ou eventos online com descontos.

Agosto

Dia dos Pais

Dia dos Pais | segundo domingo de agosto

Antecipe as promoções: prepare suas campanhas, já que os consumidores procuram ofertas antes da data. Use banners dentro da loja e decore a vitrine para divulgar ações.

Sugira presentes criativos: crie kits personalizados e seções na loja com sugestões por faixas de preço ou para cada perfil de pai (esportista, intelectual).

Ofereça opções de entrega: além de frete grátis, pense em entrega expressa para garantir que os presentes cheguem a tempo.

Venda para quem já comprou na loja: engaje clientes antigos com campanhas de e-mail marketing personalizadas. Ofereça promoções, como cupons ou brindes.

Setembro

Dia do Cliente

Dia do Cliente | 15 de setembro

Crie ofertas exclusivas para a data: desenvolva promoções para os seus clientes, como descontos ou brindes exclusivos.

Personalize a comunicação: envie mensagens personalizadas de agradecimento e reforce o vínculo e a fidelidade com a marca.

Ofereça vantagens para compras futuras: crie cupons de desconto para futuras compras e incentive o cliente a voltar em outra ocasião.

Realize ações de fidelização: recompense os clientes fiéis com benefícios exclusivos, como acesso antecipado a novos produtos ou condições especiais de pagamento.

Dia do Cliente no varejo:

Como se destacar e atrair o público?

ACESSE AQUI!

Outubro

Dia das Crianças e Halloween

Dia das Crianças | 12 de outubro

Campanhas temáticas e personalização: conecte-se com o público infantil com conteúdos e decorações criativas, como balões, brinquedos e ícones divertidos.

Promoções criativas e combos: ofereça promoções atrativas, como descontos progressivos, combos de produtos ou sorteios especiais.

Atendimento temático: incentive seus colaboradores a entrarem no clima e distribua acessórios divertidos ou uniformes temáticos.

Campanhas voltadas para crianças: atraia a atenção dos pequenos com produtos e campanhas direcionadas, mas sempre envolva os adultos na compra.

Halloween | 31 de outubro

Promoções temáticas e criativas: crie descontos especiais e temáticos, com ofertas progressivas, para atrair mais clientes durante todo o mês.

Venda produtos temáticos: ofereça itens criativos, como doces personalizados, fantasias e acessórios de Halloween.

Brindes e surpresas: distribua brindes temáticos ou crie um jogo de “doces ou travessuras” para engajar os clientes.

Decoração e ambientação: decore sua loja com itens típicos, como abóboras e morcegos, e crie um ambiente festivo com música e efeitos sonoros de Halloween.

Novembro

Black Friday e Cyber Monday

Black Friday | última sexta-feira de novembro

Decoração com clima de promoção: decore a loja com banners chamativos, faixas de ofertas e iluminação estratégica. Utilize músicas animadas e displays visuais para destacar os produtos com mais descontos.

Contagem regressiva e relógio de ofertas: instale um contador de tempo na vitrine ou nos caixas para gerar um senso de urgência, com descontos exclusivos em horários específicos.

Ação de marketing digital: segmente o público local com anúncios online. Realce a experiência com cupons especiais para o cliente que fizer check-in ou postar uma foto com a hashtag da loja.

Venda antecipada: inicie as promoções com antecedência e divulgue um "pré-desconto" para a pessoa que se cadastrar no site ou seguir a loja nas redes sociais.

Como o varejo se prepara para uma Black Friday digital?

ACESSE AQUI!

Cyber Monday | primeira segunda-feira após a Black Friday

Promoções digitais com coleta física: ofereça promoções online, mas com a vantagem de retirar os produtos na loja física.

Ofertas relâmpago exclusivas: faça promoções de tempo limitado, como "oferta de 30 minutos" para determinados produtos.

Engajamento de influenciadores locais: conte com influenciadores locais para promover a Cyber Monday, ofereça cupons exclusivos ou descontos em tempo real durante as transmissões ao vivo.

Transforme a loja física em um showroom: deixe produtos exclusivos em exibição e incentive os clientes a visitarem o ponto físico para garantir produtos que não estão disponíveis online.

Dezembro

Natal e Réveillon

Natal | 25 de dezembro

Decoração da loja: invista em uma decoração temática, como luminárias, árvores de Natal e vitrines especiais.

Promoções de última hora: muitos clientes compram seus presentes perto do Natal. Faça promoções relâmpago, como descontos progressivos ou “leve 3, pague 2”.

Exposição de produtos especiais: crie uma área específica para presentes de Natal, como kits de presentes ou produtos exclusivos.

Ofereça opções de embalagem: deixe à disposição embalagens de presente gratuitas ou com um pequeno custo.

Ano Novo | 31 de dezembro

Promoções de final de ano: realize promoções de “liquidação de ano novo” e dê descontos em produtos que não venderam tanto durante o ano.

Produtos de festas e confraternizações: monte uma seção de itens para as festas, como bebidas, taças, e acessórios para celebrar a virada.

Decoração especial: decore sua loja com temas de Réveillon, como dourado, prateado, e elementos de celebração.

Marketing no ponto de venda: use sinais de neon, displays e totens para promover as promoções e direcionar os clientes para produtos de alta demanda para a data.

Outras datas sazonais para o varejo

- **Aniversário da loja ou da cidade**
- **Dia Internacional da Felicidade** | 20 de março
- **Dia Mundial do Rock** | 13 de julho
- **Dia Internacional da Cerveja** | 7 de agosto
- **Dia Internacional da Moda** | 21 de agosto

Como fazer promoções de sucesso e ter lucro?

Veja estratégias!

ACESSE AQUI!

Supere a sazonalidade:

estratégias para vender o ano todo

A sazonalidade no varejo é um desafio constante, mas com as estratégias certas, é possível manter as vendas durante todo o ano.

Confira algumas dicas para superar esse obstáculo.

- **Diversificação de portfólio:** ofereça produtos que atendem diferentes necessidades ao longo do ano.
- **Promoções segmentadas:** realize campanhas específicas fora das datas tradicionais para movimentar o estoque.
- **Fidelização de clientes:** invista em programas de fidelidade e ofereça benefícios exclusivos.
- **Estoque inteligente:** tenha uma boa gestão de estoque para evitar excessos ou faltas de produtos.
- **Investimento em serviços:** ofereça serviços agregados, como entregas rápidas e personalização.

Estudo de caso:

lojas de chocolate rentáveis além da Páscoa

Kopenhagen

Multifranqueado da Kopenhagen há 12 anos, Carlos Sgarlata convive com os desafios de sazonalidade no setor de chocolate. Veja as dicas que ele compartilha para fazer sua loja prosperar o ano inteiro

Sazonalidade como vantagem: a sazonalidade não é um problema, mas uma oportunidade. O planejamento e as análises de dados ajudam a evitar perdas financeiras e aproveitar ao máximo cada período do ano.

Inovações no mix de produtos: um exemplo é o sucesso do panetone de chocolate com sabores exclusivos na época do Natal, que representa um aumento expressivo nas vendas, atrás apenas da Páscoa.

Diversificação de oferta: criar cafeterias dentro das lojas e adicionar itens complementares ao cardápio garante um fluxo constante de clientes.

Vantagens de ter uma franquia Kopenhagen: uma marca sólida com 100 anos de história atrai um público fiel, e o chocolate é um produto que vende durante todo o ano: cerca de 50% das vendas são para presentear.

Confira os vídeos da entrevista exclusiva no F360 Cast!

Veja estratégias!

Como ter uma franquia de chocolates lucrativa?
F360 Cast com Carlos Sgarlata

Como não ter prejuízo com a sazonalidade na venda de chocolates?
Carlos Sgarlata

Vale a pena abrir uma franquia de chocolate?
Carlos Sgarlata

F360 cast

Planeje, acompanhe e ajuste suas estratégias para maximizar resultados

Com o **F360 Finanças**, o planejamento financeiro das suas franquias fica ainda mais eficaz.

O sistema de gestão multiempresas centraliza o controle de finanças e vendas, além de automatizar processos, como fluxo de caixa, contas a pagar/receber, relatórios e conciliação bancária e de cartões.

Acompanhe as vendas e se prepare para os períodos sazonais com **recursos que projetam resultados** e comparam despesas previstas e realizadas.

F360 Finanças acelera o crescimento do seu negócio com base em dados concretos e realistas, além de oferecer controle e eficiência na sua gestão.

Aproveite a sazonalidade no varejo para vender o ano todo!

Agende agora uma demonstração gratuita