

EM PLENA EXPANSÃO

## ESTRATÉGIAS EFICAZES PARA IMPULSIONAR VENDAS E CRIAR CONEXÕES NO VAREJO DIGITAL

▶▶ Leia na página 8

### Black Friday

## Ainda vale a pena participar?

“Vou esperar a Black Friday para comprar aquele produto que quero”.

Por muito tempo, essa frase era frequentemente dita pela população, que aguardava, ansiosamente, essa época do ano para adquirir itens por um preço mais em conta do que o usual.

Há algum tempo, contudo, o mercado vem notando uma certa frustração por parte dos consumidores, que vêm se deparando com ofertas não tão atrativas ou mesmo produtos anunciados “com desconto”, mas que continuam com os mesmos preços de outros períodos do ano. Será que, então, ainda vale a pena participar da Black Friday? Se a sua empresa souber como se preparar, com certeza.

A crescente onda de interesse por essa época que o Brasil vinha registrando nos últimos anos teve uma queda em 2023, ano que registrou vendas abaixo do esperado. O que se viu por aqui no ano passado foi um movimento mais fraco das marcas em relação à divulgação de ofertas, o que pode influenciar, significativamente, em um menor interesse do consumidor em comprar.

Segundo dados do Google, como prova disso, em junho de 2023, 66% dos consumidores almejavam realizar compras na Black Friday.

Porém, destes, apenas 54% chegaram a, de fato, comprar, além de 44% que compraram menos do que haviam avaliado inicialmente. É claro que existem diversas justificativas que impactaram nessa queda – mas, de todas, essa questão das ofertas falsas vem sendo, certamente, um dos piores erros cometidos pelas empresas, que acabam anunciando descontos de seus produtos com os mesmos preços que são usualmente vendidos.

São frequentes os casos de empresas que não se planejam para um iminente aumento de vendas neste período, o que ocasiona em falta de produtos no estoque e na consequente má experiência do consumidor, que acaba comprando algo que não possa ser entregue, ou que o prazo de entrega seja muito longo. Uma enorme falta de cuidado em toda a lo-



gística de transporte, que não consegue dar vazão a esta alta demanda.

Por mais que muitos clientes tenham criado uma percepção bastante negativa da Black Friday, ela ainda é considerada como uma excelente época para elevar as vendas, independente do porte ou segmento. Além, é claro, de ser um ótimo momento para aumentar sua presença de mercado, uma vez que as pessoas estão propensas a comprar novos produtos de novas marcas.

No caso de empresas que não sejam, necessariamente, de varejo ou de vendas B2C, elas não precisam se limitar em oferecer pacotes especiais apenas na data, mas também ao longo de toda a semana ou, até mesmo, no mês inteiro. É possível, como exemplo, oferecer descontos em alguns serviços, fazer parcerias ou impulsionar as vendas para empresas que atendem o cliente final. São várias as possibilidades de usufruir dessa época com resultados positivos.

Para isso, um planejamento, com calma e antecedência, pode contribuir com essas conquistas e minimizar todos os problemas apontados anteriormente. Na prática, ele precisa envolver cuidados como calcular o estoque necessário para atender o aumento da demanda no período, fazendo com que seja vendido e que os produtos não fiquem

acumulados no estoque após a data; organizar a loja, seja online ou física, para acomodar o fluxo maior de clientes; e definir o melhor processo de entrega desse produto para o cliente, evitando, assim, atrasos e frustrações.

Se questione: quais produtos eu desejo vender na Black Friday? Quais itens os clientes costumam comprar nessa época? Como os meus concorrentes estão se planejando para essa data? Minha empresa tem capacidade técnica de receber mais consumidores acumulados em um mesmo período, garantindo uma boa experiência para eles em sua jornada? Preciso reforçar meu time? Os métodos de pagamento utilizados conseguem dar vazão a um fluxo alto? Quais canais de comunicação devo utilizar para divulgar minhas promoções (redes sociais, e-mails, SMS, RCS)?

Pode parecer muita coisa, mas as respostas de todas essas perguntas trarão uma análise abrangente e completa da capacidade da sua empresa e o que deverá ajustar para que colha frutos maduros na Black Friday. Afinal, ela ainda continua sendo uma data extremamente vantajosa para as marcas de todos os portes e segmentos, desde que saibam como se preparar para se destacar e garantir uma boa reputação com seus atuais e futuros clientes.

(Fonte: Larissa Lopes é Head de Marketing e Pré-vendas da Pontaltech (<https://pontaltech.com.br/>).

### Negócios em Pauta

Foto: Santos Brasil/Divulgação



#### Santos Brasil define estratégia para se tornar net zero até 2040

A Santos Brasil apresentou seu Plano de Transição Climática para reduzir em 70% as emissões diretas de Gases de Efeito Estufa de suas operações e em 30% as emissões indiretas. O plano visa contribuir para a mitigação dos efeitos climáticos adversos, com metas de curto, médio e longo prazos. Entre as iniciativas de maior impacto está a substituição de todos os guindastes de pátio movidos a diesel no Tecon Santos, por modelos elétricos até 2031. Essa substituição evitará a emissão de 713 toneladas de CO<sub>2</sub> por mês, resultando em uma redução de 97% nas emissões desses equipamentos no terminal, trazendo uma contribuição significativa para a questão climática. ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

### News@TI

Reprodução: <https://3m25mujeresenciencia.org/pt/>

#### 3M anuncia abertura de inscrições da 5ª edição do programa 25 Mulheres na Ciência

Com o intuito de continuar valorizando os projetos acadêmicos e pesquisas que promovem impacto social, a 3M, líder global em inovação e ciência, anuncia a abertura das inscrições da iniciativa 25 mulheres na Ciência 2025 que tem como propósito dar visibilidade ao trabalho de cientistas e pesquisadoras mulheres na América Latina e Canadá. Nesta edição, o foco do programa são estudantes universitárias de nível superior ou pós-graduação com projetos nas áreas de STEM (em português, Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática). O processo de seleção das vencedoras será conduzido por um júri de representantes da área de Pesquisa & Desenvolvimento da 3M na região, e convidados externos com ampla experiência nas áreas de ciência, pesquisa, inovação, sustentabilidade e empreendedorismo na América Latina. Para se inscrever no programa, as interessadas devem ser maiores de idade, nascidas ou com formação e residência em algum país da América Latina, e estar cursando seus estudos em uma instituição de ensino. As candidaturas serão recebidas até 30 de novembro de 2024. (<https://3m25mujeresenciencia.org/pt/>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

### O custo oculto das fraudes: impactos que vão muito além do prejuízo financeiro

Nos últimos anos, o comércio eletrônico tornou-se uma força motriz no varejo global, proporcionando conveniência e variedade aos consumidores. De acordo com a FIS, o mercado global de e-commerce pode atingir mais de US\$ 8 trilhões em valor de transação até 2025. ▶▶

### O desafio de harmonizar o “lado A” e o “lado B” da explosão da multinuvem

O modelo híbrido e multinuvem é uma realidade no Brasil e no mundo. 55% das organizações usuárias de TI estão implementando ativamente redes em multinuvem, com outro terço planejando fazê-lo até o fim de 2024, segundo o IDC. ▶▶

### Crise de reputação online é desafio cada vez mais comum para empresas

O temido cancelamento nas redes sociais é mais antigo do que o próprio termo. ▶▶

### Plataformas offshore: movimentação de cargas é operação estratégica no setor

Garantir uma movimentação de cargas segura em plataformas offshore é essencial para proteger os operadores e o ambiente de trabalho. As operações de guindastes vêm com muitos desafios que exigem adesão rigorosa aos protocolos de segurança para reduzir riscos e evitar acidentes. ▶▶

Para informações sobre o

### MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



### Política

#### Ataque à moeda imperial

Heródoto Barbeiro



▶▶ Leia na página 2

### Economia da Criatividade

Educação Continuada e a Adaptação às Novas Tecnologias: Um Olhar Global



Carol Olival

▶▶ Leia na página 4