

A top-down view of several chocolate Easter egg shells scattered on a dark blue surface. The shells are filled with various colorful candies, including round ones in shades of pink, yellow, green, and white, as well as some chocolate-covered ones. The surface is also covered with a variety of colorful sprinkles, including small round ones, star-shaped ones, and thin rod-shaped ones in many colors. The lighting is dramatic, highlighting the textures of the chocolate and the vibrant colors of the candies and sprinkles.

Como alavancar suas vendas na Páscoa com Marketing Digital.

Primeiramente, gostaríamos de agradecer pelo download do nosso e-book. Esperamos que a leitura tenha te incentivado a persistir no seu sucesso.

Se você chegou até aqui é porque está buscando crescer de alguma forma, seja na sua empresa, em algum trabalho pessoal ou mesmo na sua vida em geral. **Por isso, pedimos para que não se limite apenas a esse material.**

Visite o portal de conteúdo www.planodecrescimento.com.br e encontre diversos outros assuntos para te ajudar a chegar mais longe.

Caso queira potencializar ainda mais os resultados da sua empresa ou projeto, entre em contato com a gente.

Ficaremos felizes em te ajudar a alcançar suas metas!

Se você tem um negócio, com certeza concorda que a chegada de determinados feriados vem acompanhada da necessidade de nos dedicarmos às nossas estratégias e desenvolvermos ações mais direcionadas. Assim, temos a possibilidade de aumentar os lucros da empresa. **Certo?**

Atualmente, **a Páscoa está entre as datas comemorativas que mais movimentam o mercado durante o ano.** Em 2017, estimava-se um crescimento de 1,3% no volume de vendas no setor, movimentando R\$ 2,1 bilhões de reais na economia brasileira. Este ano, a estimativa chega a até 8% de crescimento. Por isso, para que você não perca essa chance de atrair novos clientes e alavancar suas vendas, reunimos neste e-book algumas dicas de estratégias no ambiente online para te inspirar.

*Em 2017, estimava-se um crescimento de **1,3% no volume de vendas no setor**, movimentando R\$ **2,1 bilhões de reais** na economia brasileira.*

Antes de abordarmos as principais ações de Marketing Digital que podem **auxiliar o seu negócio a obter muito mais resultados em uma das épocas mais deliciosas do ano**, separamos algumas dicas básicas que todo empreendedor deveria ter conhecimento. São elas:

1

É preciso estar sempre atento às oportunidades!

Apesar do que muitos pensam, não são só os comércios de chocolate que podem faturar nessa época do ano. O setor de turismo, de pescados e até de decoração podem aproveitar os benefícios da Páscoa, já que muitas lojas procuram esse serviço para tornar seus ambientes temáticos.

2

Conheça os seus clientes!

Observar as pessoas que consomem seus produtos e buscar entendê-los é de extrema importância. Tente responder perguntas como “O que elas buscam?”, “Quais dos seus produtos elas mais gostam?” e “O que você poderia fazer para entregar mais benefícios para elas?”. Conhecer seus consumidores é o principal fator que te levará a ações assertivas.

3

Inovação é a palavra

Estude a sua concorrência, conheça suas estratégias atuais e anteriores. Você precisa ter conhecimento do que as outras empresas oferecem para saber como pode melhorar os seus produtos e serviços. Porém, nunca faça igual. Na verdade, tente se distanciar o máximo que puder dos seus competidores. Ao inovar com produtos, serviços ou experiências diferentes, conquistará a atenção de um público muito maior.

Agora, vamos falar sobre o assunto principal deste e-book:

Como alavancar suas vendas na Páscoa com Marketing Digital.

O chocolate é uma das grandes paixões nacionais. Para se ter uma ideia, cerca de 79% dos brasileiros costumam presentear família e amigos na Páscoa. Porém, para vender o seu produto é preciso que as pessoas tenham conhecimento da sua existência. Isso se dá através de divulgação.

Atualmente, o Brasil está entre os três países do mundo nos quais a população passa mais de 9 horas por dia utilizando a Internet. **Além disso, é um dos dois únicos países onde o tempo diário gasto nas redes sociais supera 3 horas e meia.**

Essas informações não podem ser ignoradas.

Se você entende a importância de aparecer para seus consumidores, por que não utilizar essa vitrine virtual por onde milhões de pessoas passam todos os dias?

As redes sociais, como o Facebook e o Instagram, podem ser grandes aliadas dos empreendedores.

As duas plataformas estão recheadas de usuários ativos, se tornando ótimas alternativas para promover seus produtos. Através delas, você poderá atrair novos clientes, se envolver mais com seus consumidores e permitir que eles se tornem mais engajados. Além disso, essas mídias possuem ferramentas que possibilitam a **criação de campanhas muito bem segmentadas para atingir exatamente o seu público-alvo, aumentando as chances de conversão.**

Através delas, você poderá atrair novos clientes



Redes Sociais na Páscoa

Confira alguns dados sobre o comportamento dos usuários do Facebook durante o período de Páscoa:



Entre os temas mais comentados estão: compras de ovos de Páscoa e promoções de chocolate;

#páscoa
#querochocolate
#páscoa #comprarovo

As menções sobre Páscoa começam a ficar mais frequentes quatro dias antes da data entre os mais jovens e sete dias antes entre os pais;



As mulheres fazem muito mais comentários sobre o assunto em relação aos homens;



Mais da metade dos posts e fotos que tenham ligação com o feriado são feitos a partir de dispositivos móveis, como celulares e tablets.

Com base nessas estatísticas, você pode desenvolver estratégias mais assertivas. Por exemplo: **ao criar uma campanha pensada para mobile, sobre um produto temático para páscoa, segmentado para o público feminino e veiculada no período em que as pessoas estão mais engajadas no assunto, suas chances de ter o seu produto conhecido nessa rede será muito maior.**

Percebe? Dessa forma, você estará atingindo as pessoas com maior interesse no que tem a oferecer, o que pode resultar em mais vendas!

O Instagram também é uma excelente opção para atrair consumidores. Já ouviu falar que uma imagem fala mais que mil palavras?

Como essa é uma plataforma voltada essencialmente para fotos e vídeos curtos e a gastronomia está entre os tópicos mais populares no feed dos brasileiros, ela pode trazer muitos benefícios na Páscoa.

Você pode fazer uso de hashtags, postar vídeos mostrando o preparo dos seus ovos ou chocolates, criar sorteios exclusivos para os seguidores, além de campanhas segmentadas para atingir possíveis clientes.

*Uma imagem
fala mais que
mil palavras*

Além disso, essa plataforma vem sendo muito utilizada como e-commerce, possibilitando usar o seu feed como um cardápio e aceitando encomendas por inbox.

você perceberá que o seu retorno neste Páscoa não vai demorar a chegar.



Além das redes sociais, existem outras formas de promover os seus produtos nesta Páscoa. Dependendo do valor que você tem para investir, uma prática muito eficaz que pode te trazer resultados é utilizar o **Google**.



Uma ferramenta bastante interessante para quem deseja atrair consumidores é o Google Adwords. Através dela, você pode pagar para fazer um anúncio baseado em palavras-chaves e aparecer nas primeiras posições da busca.

Hoje em dia, praticamente todas as pessoas utilizam a internet para realizar pesquisas antes de efetuar a compra de algum produto e a grande maioria o faz através do Google.

Se você tem um negócio de ovos de Páscoa diferenciados e quer potencializar os seus resultados, **criar um anúncio pago** - com título e subtítulo – vinculado a algumas palavras chaves pode ser uma excelente opção.

Um exemplo de anúncio poderia ser:

Brigadeiro Gourmet | Compre e Receba em Casa| suapagina.com.br

Garanta Seus chocolates de Páscoa Agora.
Presenteie Quem Você Ama Com Poucos



Dessa forma, sempre que alguém procurar por essas palavras, seu anúncio aparecerá em destaque, logo nos primeiros resultados.

O maior benefício dessa estratégia é a atração de pessoas que, de fato, estão buscando pelo seu produto. Ou seja, as chances de conversão em vendas são muito maiores.

Para você ter uma ideia do investimento necessário, segue o CPC* (Custo por clique) de cada palavra-chave utilizada no exemplo:

PALAVRA-CHAVE	CPC
Brigadeiro Gourmet	R\$ 0,17
Ovos de Páscoa	R\$ 0,14
Ovo de Colher	R\$ 0,01
Chocolate de Páscoa	R\$ 0,05

Fonte: Ubersuggest

*CPC é o valor médio cobrado por um clique no seu anúncio.

Por fim, uma outra maneira de apresentar seus produtos e incentivar o consumo **é o próprio WhatsApp.**

O uso desse **aplicativo como ferramenta de marketing vem ganhando cada vez mais adeptos**, principalmente entre os pequenos empreendedores **que desejam aumentar seu faturamento.**

Basta analisar o sucesso de suas funcionalidades com o público para perceber que sua adesão aos negócios pode trazer inúmeros benefícios.

• **1,5 BILHÕES**
de usuários ativos mensais;

Aproximadamente
• **120 MILHÕES**
de usuários brasileiros;

• **60 BILHÕES**
de mensagens enviadas todos os dias;

Segundo aplicativo

**MAIS
POPULAR**

para compartilhamento de stories.

Se você ainda não utiliza esse meio para estar em contato com seus consumidores, veja abaixo as vantagens que pode conseguir.

Divulgação

Uma das grandes vantagens do WhatsApp é a sua versatilidade. Através dele, você pode e deve promover os seus produtos utilizando textos, imagens, vídeos, áudios, gifs, entre vários outros recursos. Isso torna a sua divulgação mais dinâmica e interessante.

Outra funcionalidade do WhatsApp, que pode te auxiliar na divulgação de um produto, é a possibilidade de criar uma lista de transmissão, com a qual você consegue enviar uma mensagem para diversos contatos ao mesmo tempo. Ou seja, economia de tempo.

A dica aqui é sempre enviar mensagens relevantes. Ou seja, crie listas de transmissão segmentadas. **Por exemplo: Crie uma lista apenas com mulheres e encaminhe o chocolate ou ovo preferido pelo público masculino.** Já que a Páscoa é uma data em que muitos casais costumam se presentear e o público feminino é o que mais comenta sobre o assunto nas redes sociais, essa é uma estratégia que pode funcionar.





Fidelização

Sabemos que a nossa acessibilidade, ou seja, a capacidade de estarmos disponíveis para orientar e tirar dúvidas sobre o que vendemos, tem ligação com a possibilidade de um cliente voltar ou não a comprar o nosso produto. Certo? Nesse caso, o WhatsApp se torna o canal mais rápido, prático e barato para fornecer um excelente atendimento ao cliente. Dessa forma, ainda que a sua estratégia esteja focada na Páscoa, poderá conquistar encomendas em outras datas comemorativas ou até mesmo durante o ano inteiro devido a fidelização.

Saber o que não fazer é tão importante quanto saber o que fazer:

1

Não envie mensagens em massa para todos os seus contatos!

Enviar conteúdos irrelevantes pode fazer com que seja bloqueado;

2

Nunca ignore um feedback!

Ou dúvida de qualquer pessoa. Quanto mais próxima for sua relação com seus clientes, maior a probabilidade de fidelização;

3

Evite criar grupos aleatórios!

Evite criar grupos aleatórios e adicionar vários clientes. Sempre prefira listas de transmissão segmentadas para ter um melhor retorno.

Para finalizar, uma última dica:

a páscoa é uma data que provoca sentimentos bons, faz com que as pessoas se tornem mais propensas a serem melhores. Assim, é muito importante você abordar isso em suas ações.

É preciso que haja uma soma de incentivo às compras e reconhecimento do público com o seu negócio.

Ou seja, o consumidor precisa se sentir próximo a você, ele quer ver algo em comum entre o seu discurso e o dele e não só uma oferta.



**Esperamos que essa leitura te traga resultados surpreendentes.
Caso precise de uma ajudinha a mais, entre em contato com a equipe da Agência Bet!**

Feliz Páscoa!

