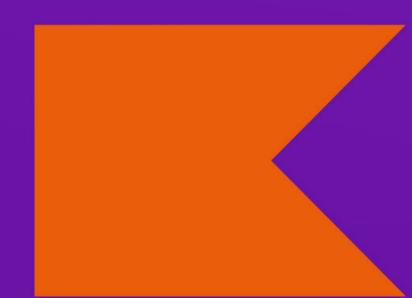




# AG EN DA A N Y

CALENDÁRIO PARA  
E-COMMERCE 2021

O GUIA  
ESTRATÉGICO  
DE VENDAS  
PARA 2021



# APROVEITE AS FUNÇÕES INTERATIVAS DO CALENDÁRIO

Este PDF interativo é repleto de links, botões e um índice clicável, assim você pode fazer sua leitura com muito mais praticidade e agilidade.

**No canto superior esquerdo, em todas as páginas, você encontrará botões para compartilhar o calendário no seu perfil das redes sociais. Assim você pode compartilhar suas dicas favoritas com seus amigos!**

No índice clicável, você pode ir diretamente para a página que deseja. E na parte inferior de cada página, verá um botão que automaticamente retorna ao índice.

Por fim, sempre que o texto estiver assim, significa que é um link para página externa, para que você possa se aprofundar em algumas informações!

Esperamos que essas funções te ajudem na leitura do texto.

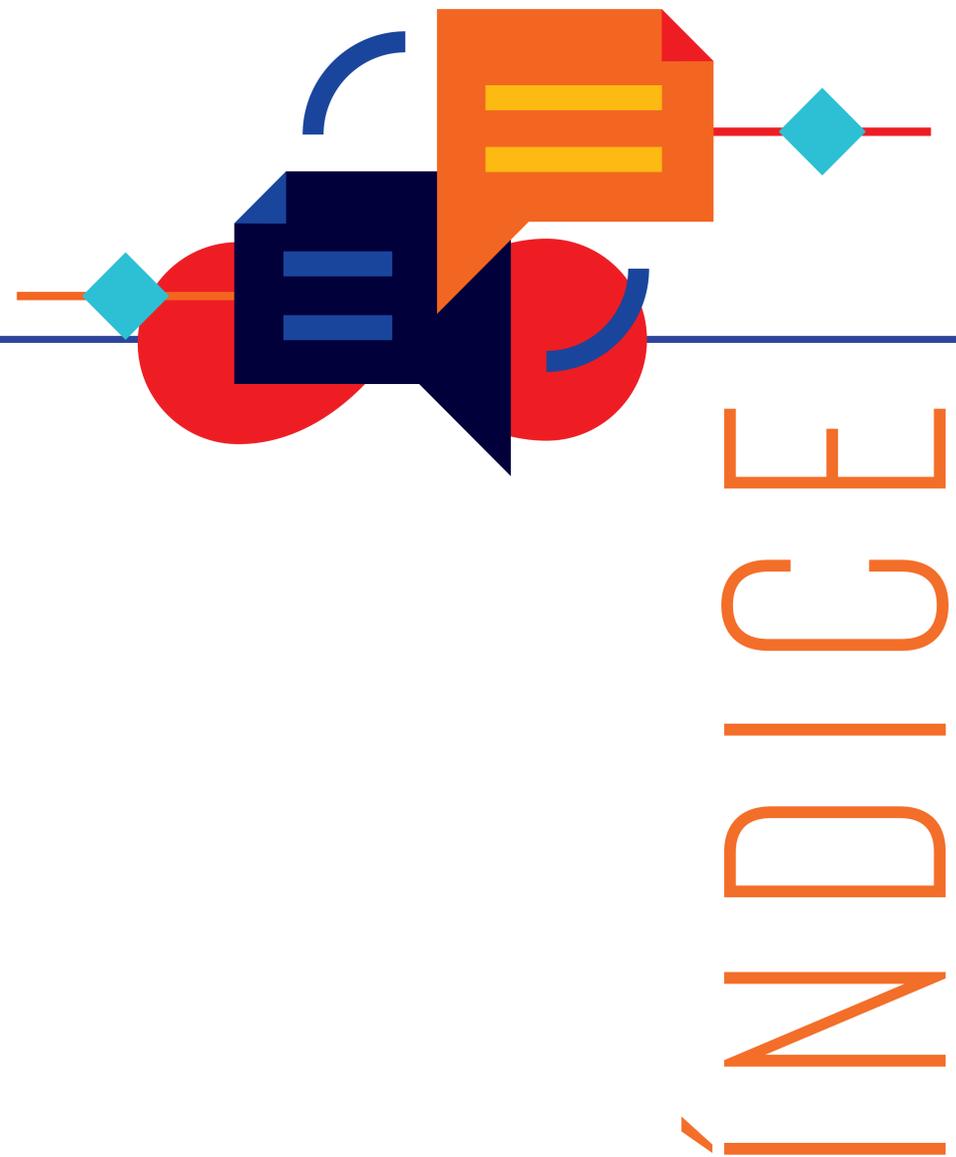
Boa leitura!

# CALENDÁRIOS

Não perca nenhuma data estratégica para o seu negócio. Agora você integra as datas da AGENDA ANY ao Google Agenda ou no Outlook. É só clicar no botão abaixo:

[GOOGLE AGENDA](#)

[OUTLOOK](#)



## INTRODUÇÃO

### CALENDÁRIO DE DATAS DO E-COMMERCE

JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

ABRIL

MAIO

JUNHO

JULHO

AGOSTO

SETEMBRO

OUTUBRO

NOVEMBRO

DEZEMBRO

CONTEÚDO BÔNUS

CONCLUSÃO

SOBRE AS EMPRESAS

# INTRODUÇÃO

O comércio eletrônico tem crescido exponencialmente nos últimos anos. Segundo o [Relatório Webshoppers de 2020](#), o mercado de e-commerce alcançou seu maior faturamento em 20 anos, além de ter registrado um aumento de 9% em relação ao ano anterior.

Em 2021, a tendência é que os números sejam ainda mais expressivos. [Dados sobre o comportamento do consumidor](#) após a pandemia apontam que 37% têm escolhido comprar em canais digitais. Datas e eventos comemorativos são responsáveis por grande parte do volume de vendas online.

Para acompanhar a movimentação do setor, é indispensável que os gestores e diretores de e-commerce planejem suas ações com

antecedência. Não sabe por onde começar? Continue a leitura e confira o calendário para e-commerce do ANYMARKET.

Em parceria com o Koncili e a LiveSEO, o material apresenta as datas mais importantes do varejo, destacando oportunidades e estratégias para 2021. A versão também traz informações sobre os maiores eventos do segmento e dicas de SEO para cadastrar produtos no site e nos marketplaces.

Sem mais delongas, chegou a hora de aproveitar o conteúdo e preparar o seu e-commerce para o novo ano. A edição anterior já ajudou quase 2.000 empresas!

Vamos lá?

# JANEIRO

SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM
28	29	30	31	<b>01</b>	02	03
04	05	06	<b>07</b>	08	09	10
11	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	15	16	17
18	<b>19</b>	<b>20</b>	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	<b>31</b>
01	02	03	04	05	06	07

## DICA DO MÊS

O mês de janeiro é o ponto de partida para planejar campanhas, conteúdos e promoções assertivas. As férias ainda estão em evidência, destacando assuntos como roteiros de viagens, cruzeiros e programas em família.

A procura por materiais escolares, produtos de papelaria e livros aumenta consideravelmente. Outro nicho favorecido é o de montadoras e revendedoras de carros usados, especialmente as que oferecem benefícios como IPVA e documentação grátis.

**MÊS DE ANIVERSÁRIO**  
DAFITI, AMAZON.

## DICA KONCILI

Você sabia que após 90 dias não é possível abrir chamados solicitando ressarcimento ou questionando valores? **Concilie com antecedência.**

-  **DATAS IMPORTANTES**
-  **EVENTO**
-  **PLANEJAMENTO**

### DATAS FIXAS DE CONCILIAÇÃO

<b>01 e 15</b> B2W MARKETPLACE	<b>05, 10 e 20</b> via varejo	<b>05 e 20</b> NETSHOES
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------

### DATAS QUE O KONCILI RECOMENDA:

Conciliação todas as sextas-feiras

Avaliar a rentabilidade do mês anterior toda primeira semana do mês

Validar condições especiais 1 semana antes de qualquer campanha.

## 01 DIA DA CONFRATERNIZAÇÃO UNIVERSAL

A comemoração marca o início de um novo ano, repleto de expectativas e oportunidades. Aproveite para desejar as boas novas e fortalecer o relacionamento com os clientes.

## 07 DIA DO LEITOR

O varejo de livros só tem crescido no Brasil. É claro que os leitores merecem um evento especial para comemorar a data! Aposte em produtos, promoções e brindes, como marca-páginas exclusivos e agendas personalizadas.

### DICA

Entenda como ficará o cenário do e-commerce brasileiro após a pandemia.

## 12 A 14

NRF2021 | CHAPTER ONE  
RETAIL'S BIG SHOW | VIRTUAL

O NRF Retail's é considerado o maior evento de varejo do mundo. Em 2021, ele acontece na modalidade virtual, entre os dias 12 e 14 de janeiro. Se você deseja conhecer as inovações da área, essa é a oportunidade perfeita.

LINK PARA O EVENTO: [virtualbigshow.nrf.com/](https://virtualbigshow.nrf.com/)

## 19 DIA DO CABELELEIRO

A data homenageia os profissionais do segmento e é excelente para e-commerces de produtos de beleza, maquiagem e cursos de aperfeiçoamento.

## 20 PLANEJAMENTO PARA O CARNAVAL

O carnaval é um dos feriados mais movimentados do ano, por isso, merece atenção redobrada. Prepare-se para reforçar a logística da sua operação nessa data.

## 30 DIA DA SAUDADE

O momento é propício para reacquecer o interesse de clientes antigos, investir em remarketing ou interagir com leads que abandonaram o carrinho de compras. Use o período para trabalhar cupons de desconto, descontos escalonados e/ou brindes para a primeira compra do ano.

Em 2021, também será preciso considerar os impactos da pandemia do Covid-19 e buscar alternativas para impactar os consumidores.

# FEVEREIRO

SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM
01	02	03	04	<b>05</b>	<b>06</b>	07
08	<b>09</b>	<b>10</b>	11	12	13	<b>14</b>
15	<b>16</b>	17	18	<b>19</b>	20	21
22	23	24	25	26	27	28
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14

## DICA DO MÊS

As parcelas do IPVA, a chegada do carnê de IPTU e o carnaval são alguns dos acontecimentos que impactam a vida do consumidor em fevereiro. É possível que as férias de verão sejam mais curtas em decorrência da pandemia, favorecendo ações de vendas mais diretas.

Além da possível mudança nos calendários escolares e das datas comemorativas, fevereiro é o mês de aniversário da Netshoes, da Zattini e do Connect Parts.

**MÊS DE ANIVERSÁRIO NETSHOES, ZATTINI e CONNECT PARTS.**

## DICA KONCILI

Você sabia que após 90 dias não é possível abrir chamados solicitando ressarcimento ou questionando valores? **Concilie com antecedência.**

**DATAS IMPORTANTES**

**EVENTO**

**PLANEJAMENTO**

### DATAS FIXAS DE CONCILIAÇÃO

**01 e 15**  
B2W MARKETPLACE

**05, 10 e 20**  
via varejo

**05 e 20**  
NETSHOES

### DATAS QUE O KONCILI RECOMENDA:

Conciliação todas as sextas-feiras

Avaliar a rentabilidade do mês anterior toda primeira semana do mês

Validar condições especiais 1 semana antes de qualquer campanha.

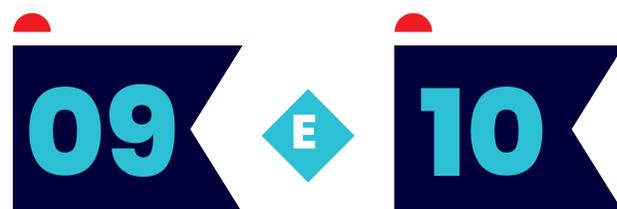


O evento reúne diversos especialistas e palestras com as últimas novidades do setor. A Conferência E-commerce Brasil Santa Catarina também é uma grande oportunidade para realizar networking e fechar parcerias. A data da 5ª edição ainda não foi confirmada, mas vale acompanhar o site para conferir as atualizações!

\* As datas são do evento de 2020 e estão sujeitas a mudanças para 2021.



Embora seja uma comemoração internacional, a data tem ganhado relevância e pode ser uma boa oportunidade de lançar promoções que contemplem os casais. Restaurantes, hotéis, e-commerces de lingerie, floriculturas e lojas de presentes estão entre os setores mais procurados. Joias, relógios de pulso, perfumes, livros e produtos eletrônicos também ganham destaque.



O evento acontece em Tokyo, no Japão, e é referência em discussões sobre vendas no digital e comércio B2B. Para participar da feira, é preciso inscrever-se no site oficial.



A data sempre movimentou as empresas de viagens e turismo, mas o cenário tende a ser um pouco diferente em 2021. Festas para públicos menores, viagens mais curtas, promoções de bebidas, linhas exclusivas de fantasias, acessórios e maquiagem podem ser uma boa pedida.



Utilize estratégias para refinar sua comunicação com o público fitness e ofereça produtos relacionados ao segmento. Roupas, calçados e acessórios para exercitar-se em casa são uma nova oportunidade de mercado.

# MARÇO

SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	01	02	03	04
05	06	07	08	09	10	11

## DICA DO MÊS

O mês de março é marcado pelo início do outono, pelo Dia Internacional da Mulher e pelo Dia do Consumidor. Para atrair e convencer os usuários, vale pensar em estratégias que combinem as três datas, como descontos em roupas e calçados para usar na estação.

Também é o mês de aniversário da Ri Happy, um dos maiores varejistas de brinquedos do país.

**MÊS DE ANIVERSÁRIO RI HAPPY**

## DICA KONCILI

Você sabia que após 90 dias não é possível abrir chamados solicitando ressarcimento ou questionando valores? **Concilie com antecedência.**

**DATAS IMPORTANTES**

**EVENTO**

**PLANEJAMENTO**

### DATAS FIXAS DE CONCILIAÇÃO

**01 e 15**  
B2W MARKETPLACE

**05, 10 e 20**  
via varejo

**05 e 20**  
NETSHOES

### DATAS QUE O KONCILI RECOMENDA:

Conciliação todas as sextas-feiras

Avaliar a rentabilidade do mês anterior toda primeira semana do mês

Validar condições especiais 1 semana antes de qualquer campanha.

## 05 PLANEJAMENTO PARA A PÁSCOA

Para alguns setores, o período é mais expressivo que o Natal e a Black Friday. Antecipe o planejamento das ações e aumente a lucratividade do seu e-commerce.

## 08 DIA DA INTERNACIONAL DA MULHER

Participe das promoções nos marketplaces ou crie cupons e brindes exclusivos. É importante destacar que não são apenas as marcas de moda e beleza que podem aproveitar a data; eletrônicos, livros e produtos variados também são itens de desejo do público feminino.

## 10 DIA DO TELEFONE

Aproveite a data para investir em marketplaces com forte apelo em eletrônicos, como a Amazon e a Cissa Magazine. Pense também na experiência dos usuários que acessam seu site pelo mobile, uma tendência que está cada vez mais forte.

**DICA**  
SE VOCÊ QUER ENTENDER A IMPORTÂNCIA DO MOBILE NO VAREJO ONLINE, CONFIRA [ESTE CONTEÚDO](#).

## 10 A 12

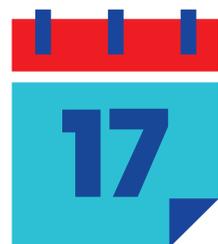
## Gramado summit

O GRAMADO SUMMIT acontece no Rio Grande do Sul e é um dos maiores eventos de empreendedorismo do país. A edição de 2021 reunirá 8.000 empresários, 140 palestrantes e 200 empresas na feira de negócio, além de centenas de horas de conteúdo imersivo.

## 15 DIA DO CONSUMIDOR

O Dia do Consumidor tem ficado mais importante a cada ano! Para alguns, é a principal data do 1º trimestre do calendário nacional. Segundo dados do E-commerce Brasil, os itens mais procurados em 2020 foram: smartphones, roupas e calçados, eletrônicos, móveis, eletrodomésticos e portáteis, alimentos e bebidas.

Você também deve atentar-se aos benefícios esperados pelo consumidor para além do desconto: frete grátis, condições de pagamento especiais, pontos extras em programas de fidelidade, cashback e seguro ou garantia estendida gratuita.



## ST. PATRICK'S DAY

E-commerces de bebidas podem aproveitar a data para atrair colecionadores de cervejas artesanais. Se você trabalha com outros segmentos, considere uma parceria com cervejarias e trabalhe o tema nas suas redes sociais.



## INÍCIO DO OUTONO

Aproveite a mudança de sazonalidade para lançar produtos e coleções, especialmente se você trabalha com roupas, sapatos, acessórios e outros produtos de moda e beleza.

### DICA

QUER SABER COMO VENDER ARTIGOS DE MODA NO MARKETPLACE E ESTREITAR O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES? CONFIRA [ESTE ARTIGO!](#)



O [IRX](#) é um evento focado na troca de experiências e insights entre grande sellers que acontece em Birmingham, no Reino Unido. Em 2021, as discussões terão como foco as mudanças e os hábitos de consumo no “novo normal”.



Reunir pessoas e empresas e discutir o comportamento dos consumidores são os principais objetivos do [Shoptalk](#). O evento acontece desde 2015, em Las Vegas, e está marcado para os dias 21, 22, 23 e 24 de março de 2021.

# ABRIL

SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM
29	30	31	01	02	03	04
05	06	07	08	09	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	01	02
03	04	05	06	07	08	09

## DICA DO MÊS

O mês mais doce do ano é excelente para os setores alimentício, de entretenimento e turismo. Além da Páscoa, que movimentava consideravelmente o varejo, abril reserva dois feriados: a Sexta-feira Santa e o dia de Tiradentes.

Outro destaque é o aniversário dos marketplaces Centauro e Novo Mundo, que prometem trazer descontos e promoções.

**MÊS DE ANIVERSÁRIO  
CENTAURO, NOVO MUNDO.**

## DICA KONCILI

Você sabia que após 90 dias não é possível abrir chamados solicitando ressarcimento ou questionando valores? **Concilie com antecedência.**

-  **DATAS IMPORTANTES**
-  **EVENTO**
-  **PLANEJAMENTO**

### DATAS FIXAS DE CONCILIAÇÃO

<b>01 e 15</b> B2W MARKETPLACE	<b>05, 10 e 20</b> via varejo	<b>05 e 20</b> NETSHOES
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------

### DATAS QUE O KONCILI RECOMENDA:

Conciliação todas as sextas-feiras

Avaliar a rentabilidade do mês anterior toda primeira semana do mês

Validar condições especiais 1 semana antes de qualquer campanha.

## 02 PAIXÃO DE CRISTO

O feriado acontece durante a Semana Santa e é uma oportunidade de ouro para e-commerces de artigos religiosos. A única ressalva fica para a logística e os prazos de entrega dos produtos.

## 04 PÁSCOA

A Páscoa de 2020 registrou um aumento de 66% nas vendas em comparação ao ano anterior. Conforme o Webshoppers, a pandemia impulsionou ainda mais as compras online do período.

Utensílios de cozinha, chocolates, doces e outros produtos similares são ótimos para oferecer na data. Alguns marketplaces criam promoções especiais para a Páscoa, mesmo que em categorias mais gerais. Vale ficar de olho!

## 06 A 08 AUTOCOM 2021

A Feira Internacional de Automação para o Comércio acontece entre os dias 06/04 e 08/04. O evento é palco de lançamentos em tecnologia e recebe um público altamente qualificado, com propensão para geração de leads e fechamento de negócios.

## 09 PLANEJAMENTO PARA O DIA DAS MÃES

Seu e-commerce precisa começar a se preparar para o Dia das Mães com, pelo menos, um mês de antecedência. A data é muito significativa para as vendas online, já que pelo menos 33% da população brasileira é composta por mães.

13

## Adobe SUMMIT

A conferência digital recebe os principais líderes da Adobe em mais de 100 workshops. O tema para 2021 é inovação, englobando publicidade, comércio B2B, conteúdo, jornada do cliente e dados e insights inovadores.

18

## DIA NACIONAL DO LIVRO INFANTIL

A data estimula a literatura voltada às crianças e é um gatilho de venda para o segmento de livros. O tema também pode ser explorado na produção de conteúdo para outros tipos de e-commerces.

28

## DIA DO FRETE GRÁTIS

Uma pesquisa realizada pela E-bit em julho de 2020 destaca o frete grátis como a promoção preferida dos usuários. Mais de 40% optaram por frete grátis em sua última compra, mesmo que isso tenha postergado a entrega do produto.

Se você não sente que é o momento ideal para aplicar o frete grátis geral, trabalhe com a gratuidade a partir de um valor mínimo de compra ou com descontos escalados (quanto maior o valor, mais desconto no frete).

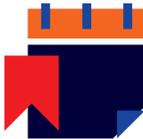
# MAIO

SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM
27	28	29	30	31	 01	02
03	 04	05	06	07	 08	 09
 10	11	12	 13	 14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	 25	26	27	28	29	30
 31	01	02	03	04	05	06

## DICA DO MÊS

O ano já está praticamente na metade! É o momento de avaliar se o planejamento está tomando o rumo certo e o que pode ser aprimorado. O mês também representa o pico de vendas nos marketplaces do Grupo Via Varejo.

Não esqueça do Dia das Mães, uma das maiores datas de vendas do ano. Depois desse período, as próximas grandes oportunidades acontecem no Dia dos Pais, para quem atende o nicho, e na Black Friday.



**MÊS DO DIAS DAS MÃES**

## DICA KONCILI

Você sabia que após 90 dias não é possível abrir chamados solicitando ressarcimento ou questionando valores? **Concilie com antecedência.**

-  DATAS IMPORTANTES
-  EVENTO
-  PLANEJAMENTO

### DATAS FIXAS DE CONCILIAÇÃO

<b>01 e 15</b> B2W MARKETPLACE	<b>05, 10 e 20</b> via varejo	<b>05 e 20</b> NETSHOES
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------

### DATAS QUE O KONCILI RECOMENDA:

Conciliação todas as sextas-feiras

Avaliar a rentabilidade do mês anterior toda primeira semana do mês

Validar condições especiais 1 semana antes de qualquer campanha.

## 01 DIA DO TRABALHO

O feriado de Dia do Trabalho é oportuno para quem vende materiais eletrônicos e de escritório, mas também para ações que valorizem o profissional, garantindo seu bem-estar e cuidado pessoal.

## 08 DIA NACIONAL DO TURISMO

É hora de reforçar produtos estratégicos para quem vai viajar nos próximos meses, especialmente os produtos que possuem conexão com os meses mais frios do ano. Apoie-se nas promoções das grandes agências de turismo.

## 04 DIA STAR WARS

May the 4th Be With You! A data dedicada à franquia de Star Wars movimenta a internet e as mídias sociais, abrindo espaço para a atração e fidelização do público nerd.

### DICA

[SAIBA MAIS SOBRE A FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES EM LOJAS VIRTUAIS NESTE ARTIGO.](#)

## 09 DIA DAS MÃES

O Dia das Mães representa a data mais importante do comércio eletrônico no 1º semestre. Embora tenha um apelo emocional e familiar, movimentando lojas físicas e virtuais, precisa ser olhado com atenção.

As campanhas devem adequar-se aos padrões de comportamento atuais e levar em consideração as tendências de consumo do público em questão. Pesquisas dos últimos anos apontam, por exemplo, um aumento expressivo na procura por celulares e smartphones.

### DICA

[LEIA ESTE ARTIGO SOBRE O COMPORTAMENTO DE COMPRA DAS MÃES E ENTENDA MELHOR O ASSUNTO.](#)

10

## PLANEJAMENTO PARA O DIA DOS NAMORADOS

Mais uma vez, destacamos a importância de planejar as campanhas e antecipar uma data com grande potencial de vendas. Para o Dia dos Namorados, você pode começar avaliando os interesses dos consumidores e selecionando produtos que podem atraí-los.

13

## DIA DO CHEFE DE COZINHA

A data pode ser trabalhada por lojas virtuais que atendem os nichos de bebidas e alimentos, valorizando os profissionais e sugerindo produtos e seleções especiais.

13

## DIA DO AUTOMÓVEL

A venda de automóveis e autopeças ganha cada vez mais força no varejo brasileiro. Uma das principais vantagens do segmento é o ticket médio, que costuma ser alto, já que as chances do consumidor comprar mais de uma peça são grandes.

Na hora de preparar os anúncios e engajar os usuários online, liste e detalhe todas as informações necessárias para visualizar as peças e acessórios.

09

## INÍCIO DO PLANEJAMENTO PARA A BLACK FRIDAY

Sim, você precisa de alguns meses para preparar-se para a Black Friday! Além de selecionar o mix de produtos e planejar as campanhas, é indispensável que o seu e-commerce suporte o tráfego do período, sem sobrecarregar a plataforma ou fazer o usuário esperar demais.

25

## DIA DO ORGULHO NERD

Também conhecido como Dia da Toalha, em referência a trilogia de Douglas Adams, é uma data voltada aos públicos geek e nerd. Canecas, camisetas, revistas em quadrinhos, bonecos, eletrônicos e itens decorativos costumam ter boa saída.

31



O evento acontece anualmente em São Paulo e está entre os maiores encontros de negócios digitais do mundo. Em 2021, o VTEX Day contará com palestrantes internacionalmente reconhecidos e um amplo leque de empresas e soluções de inovação digital.

# JUNHO

SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM
31	01	02	<b>03</b>	04	05	<b>06</b>
<b>07</b>	<b>08</b>	09	10	11	<b>12</b>	13
14	15	16	17	18	19	20
<b>21</b>	22	23	24	25	26	27
<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>01</b>	02	03	04
05	06	07	08	09	10	11

## DICA DO MÊS

O mês de junho é marcado pela chegada do inverno, pelas festas juninas e pelo Dia dos Namorados. As datas trazem gatilhos de vendas para diversos segmentos: turismo, moda, alimentação, casa, decoração e até supermercados online.

**MÊS DO DIA DOS NAMORADOS**

## DICA KONCILI

Você sabia que após 90 dias não é possível abrir chamados solicitando ressarcimento ou questionando valores? **Concilie com antecedência.**

-  **DATAS IMPORTANTES**
-  **EVENTO**
-  **PLANEJAMENTO**

### DATAS FIXAS DE CONCILIAÇÃO

<b>01 e 15</b> B2W MARKETPLACE	<b>05, 10 e 20</b> via varejo	<b>05 e 20</b> NETSHOES
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------

### DATAS QUE O KONCILI RECOMENDA:

Conciliação todas as sextas-feiras

Avaliar a rentabilidade do mês anterior toda primeira semana do mês

Validar condições especiais 1 semana antes de qualquer campanha.



## 03 DIA MUNDIAL DA BICICLETA

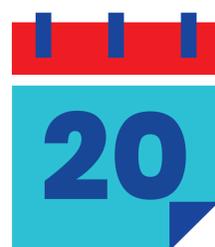
A preocupação com o meio ambiente e a pauta da mobilidade urbana não devem ser ignoradas. É inegável o crescimento da bicicleta como meio de transporte alternativo e ferramenta para praticar esportes.

O Dia Mundial da Bicicleta pode ajudar a reforçar um posicionamento de marca, conscientizar sobre os benefícios sociais da bicicleta como meio de transporte e até mesmo fortalecer a venda de produtos. É uma data excepcional para as lojas do segmento!



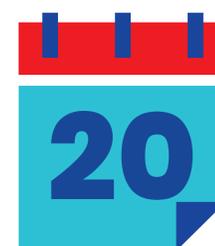
## 06

Em razão das medidas de proteção pessoal e do distanciamento social, o NRF 2021 contará com uma versão online, realizada em janeiro, e outra presencial, com data marcada para junho. A segunda metade do evento acontece em Nova Iorque e promete gerar insights incríveis para o varejo.



## 20 DIA DO ORGULHO LGBT

O engajamento com a causa LGBT pode fortalecer a relação entre a marca e seus consumidores, mas as ações devem ser feitas com cautela e sem oportunismos. Além disso, é fundamental que as estratégias sejam validadas com pessoas envolvidas na causa.



## 20 DIA DOS NAMORADOS

A data mais romântica do ano pode ser amplamente explorada por floriculturas, lojas de roupas, calçados, lingerie, relojarias, restaurantes, cinemas e muitos outros setores.

O segredo para conseguir bons resultados é utilizar gatilhos que despertem a emoção e o romantismo dos consumidores, seja por meio de temas e produtos especiais ou pela distribuição de conteúdo.

### DICA

[CONFIRA ESTE ARTIGO E SAIBA MAIS SOBRE O DIA DOS NAMORADOS NO E-COMMERCE](#)

**21** INÍCIO DO  
INVERNO

Além do clássico aumento nas vendas de agasalhos e itens de cama, mesa e banho, outro seller que pode perceber um pico no faturamento é o que possui e-commerce de farmácia, cosméticos ou alimentação. Para competir com os estabelecimentos físicos, a dica é apostar em entrega rápida e preços competitivos.

**21** DIA MUNDIAL  
DO SKATE

O skate tem se popularizado cada vez mais, principalmente após tornar-se um esporte olímpico. Entretanto, o dia não se restringe ao skate: também pode ser utilizado para promover a prática esportiva e anunciar produtos relacionados, como bebidas e alimentos energéticos.

**28**  **MWC™**  
Barcelona

A feira MWC Barcelona é uma das mais influentes na indústria da tecnologia. Em 2021, o evento acontece entre os dias 28/06 e 01/07 e promete reunir empresários e palestrantes do mundo todo.

# JULHO

SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM
27	28	29	01	02	03	04
05	06	07	08	09	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	01
02	03	04	05	06	07	08

## DICA DO MÊS

O 2º semestre do ano começa com datas importantes e que podem gerar um bom volume de vendas para os e-commerces de entretenimento, moda e alimentação.

No segmento dos marketplaces, vale ficar de olho nas promoções do mês de aniversário do Buscapé, do Fast Shop, da Vivo e da Wish.

**MÊS DE ANIVERSÁRIO BUSCAPÉ, FAST SHOP, VIVO e WISH.**

## DICA KONCILI

Você sabia que após 90 dias não é possível abrir chamados solicitando ressarcimento ou questionando valores? **Concilie com antecedência.**

-  DATAS IMPORTANTES
-  EVENTO
-  PLANEJAMENTO

### DATAS FIXAS DE CONCILIAÇÃO

<b>01 e 15</b> B2W MARKETPLACE	<b>05, 10 e 20</b> via varejo	<b>05 e 20</b> NETSHOES
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------

### DATAS QUE O KONCILI RECOMENDA:

Conciliação todas as sextas-feiras

Avaliar a rentabilidade do mês anterior toda primeira semana do mês

Validar condições especiais 1 semana antes de qualquer campanha.

03

## PLANEJAMENTO DE ESTOQUE, PRECIFICAÇÃO E PROMOÇÕES PARA A BLACK FRIDAY

Após o planejamento geral, dedique um tempo para estruturar os detalhes da sua campanha de Black Friday. Pense nos descontos, nas condições de pagamento, nos produtos anunciados, nos canais utilizados para divulgação, entre outros.

09

## PLANEJAMENTO PARA O DIA DOS PAIS

Em 2020, segundo o Think With Google, 84% das pessoas planejavam comemorar o Dia dos Pais em casa, e é bastante provável que esse comportamento se mantenha. Aproveite para associar a sua marca aos momentos em família, criando uma conexão significativa entre o produto e o cliente.

07

## DIA MUNDIAL DO CHOCOLATE

Outro momento favorável para supermercados e e-commerces de alimentação. Adote uma linguagem alegre e estratégica e não esqueça das promoções dos marketplaces.

10

## DIA DA PIZZA

O Dia da Pizza pode ser usado estrategicamente pelos setores de alimentos e bebidas, seja para ofertar ingredientes e produtos ou sugerir combinações e seleções de pratos.

13

## DIA MUNDIAL DO ROCK

Engana-se quem pensa que o Dia do Rock favorece apenas os e-commerces de instrumentos musicais. Roupas, sapatos e acessórios inspirados no estilo, presentes personalizados, livros e itens de decoração são alguns dos produtos que podem gerar ações de venda.

15

## DIA INTERNACIONAL DO HOMEM

O Dia Internacional do Homem foi criado pela ONU para celebrar papéis masculinos positivos e preservar a saúde do homem. Para atingir os consumidores, é necessário abandonar conceitos antiquados de masculinidade e apostar em itens e dicas de beleza e cuidado pessoal, por exemplo.

## 19 DIA NACIONAL DO FUTEBOL

Se você trabalha com produtos de times, artigos esportivos ou roupas e sapatos especializados em futebol, é uma ótima oportunidade para potencializar o faturamento do mês.

## 25 DIA DO ESCRITOR

A data permite a oferta de livros, artigos de papelaria, itens de decoração, roupas e uma infinidade de produtos relacionados.

## 26 DIA DOS AVÓS

Oportunidade para estreitar laços com os clientes e vender produtos de segmentos diversos, desde medicamentos a smartphones.

### DICA

NÃO SABE SE COMUNICAR COM O PÚBLICO MAIS VELHO? CONFIRA ESTE ARTIGO SOBRE O TEMA.

## 27 DIA DO MOTOCICLISTA

A data favorece a venda de peças e acessórios para motocicletas, roupas, uniformes e óculos escuros. Invista em entregas rápidas e matéria-prima de qualidade.

## 28 A 30 FÓRUM 2021 e-commerce brasil | Global Edition

Trata-se do principal evento de e-commerce da América Latina e o terceiro maior do mundo. Na edição passada, o fórum aconteceu na modalidade virtual e contou com mais de 30 mil congressistas em conexão real.

O evento representa uma nova forma de fazer negócios online. Se você quer trocar experiências, absorver conteúdo e gerar vendas, é a oportunidade ideal. Em razão do cenário mundial, a data da edição de 2021 ainda será confirmada.

\* As datas são do evento de 2020 e estão sujeitas a mudanças para 2021.

## 30 DIA INTERNACIONAL DA AMIZADE

Finalizando o mês de agosto, o Dia Internacional da Amizade é o melhor momento para utilizar estratégias de indicação, em que um amigo indica o outro e ambos ganham vantagens.

# AGOSTO

SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM
26	27	28	29	30	31	01
02	03	04	05	06	07	08
09	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	01	02	03	04	05

## DICA DO MÊS

Além do Dia dos Pais, agosto é o mês de aniversário de alguns dos principais marketplaces do país: Americanas, Mercado Livre, Leroy Merlin e MadeiraMadeira.

Use o período para cadastrar produtos em novas categorias, aumentar os canais de venda e fortalecer suas estratégias digitais.



MÊS DO DIA DOS PAIS

## DICA KONCILI

Você sabia que após 90 dias não é possível abrir chamados solicitando ressarcimento ou questionando valores? **Concilie com antecedência.**

- DATAS IMPORTANTES
- EVENTO
- PLANEJAMENTO

### DATAS FIXAS DE CONCILIAÇÃO

<b>01 e 15</b> B2W MARKETPLACE	<b>05, 10 e 20</b> via varejo	<b>05 e 20</b> NETSHOES
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------

### DATAS QUE O KONCILI RECOMENDA:

Conciliação todas as sextas-feiras

Avaliar a rentabilidade do mês anterior toda primeira semana do mês

Validar condições especiais 1 semana antes de qualquer campanha.

## 05 PLANEJAMENTO PARA O DIA DO CLIENTE

Também chamado de Dia do Consumidor, é uma data que não pode ficar de fora do calendário do seu e-commerce! De acordo com o [Think With Google](#), a comemoração tem ganhado importância desde 2018 e, hoje, já pode ser considerada uma nova Black Friday.

## 05 DIA NACIONAL DA FARMÁCIA

A ocasião é excelente para farmácias e drogarias que possuem e-commerce. Ofereça descontos em produtos, promova dicas de saúde e bem-estar e fidelize seus clientes.

## 08 DIA DOS PAIS

Além de ser uma das datas mais expressivas do semestre, o Dia dos Pais apresenta um comportamento de compra particular: a maioria das pessoas deixam para escolher o presente de última hora, geralmente no dia anterior.

Tendo isso em vista, prazos de entrega mais rápidos são um grande diferencial. Invista nas redes sociais para estimular o engajamento e mostrar seus produtos. Itens de pesca, moda e acessórios, perfumes e cosméticos estão entre os mais procurados.

## 15 DIA DA INFORMÁTICA

Você não precisa esperar a Black Friday para oferecer condições diferenciadas na compra de equipamentos de informática, smartphones e aparelhos eletrônicos em geral.

## 15 DIA DOS SOLTEIROS

O Dia dos Solteiros favorece a venda de bebidas, as casas noturnas e os restaurantes. Promoções para presentear a si mesmo e ações descontraídas nas redes sociais podem ser boas estratégias.

### DICA

[APRENDA A UTILIZAR AS REDES SOCIAIS PARA FORTALECER O SEU E-COMMERCE](#)



## DIA MUNDIAL DA **FOTOGRAFIA**

A data costuma movimentar as mídias sociais com concursos, homenagens e dicas de fotografia e edição. Lojas que comercializam artigos relacionados ao tema também podem se beneficiar, desde equipamentos profissionais a painéis decorativos para fotos.



## DIA INTERNACIONAL DO **GAMER**

A data é marcada por grandes lançamentos e ofertas de jogos eletrônicos, PCs gamers, processadores e acessórios para facilitar o momento do jogo. Alguns marketplaces também promovem campanhas com descontos variados.



O objetivo do Fire Festival é promover encontros entre os principais empreendedores, criadores, pensadores e artistas do momento. O evento acontece em Belo Horizonte e é indicado para profissionais que querem conhecer novas perspectivas.

# SETEMBRO

SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM
30	31	01	02	03	04	05
06	07	08	09	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	01	02	03
04	05	06	07	08	09	10

## DICA DO MÊS

Apesar de ser um mês de baixa demanda, as semanas de setembro são decisivas para estruturar as próximas jogadas do e-commerce, como as campanhas para o Dia das Crianças e para a Black Friday.

A Semana do Brasil, criada pelo Governo Federal para incentivar o consumo e melhorar o faturamento do período, pode ser uma boa saída para oferecer descontos e aquecer a economia.

**MÊS DE ANIVERSÁRIO**  
**CAMICADO, CARREFOUR, EFÁCIL, EXTRA.COM, MAGAZINE LUIZA, MARABRAZ, PONTO FRIO, POSTHAUS e SARAIVA.**

## DICA KONCILI

Você sabia que após 90 dias não é possível abrir chamados solicitando ressarcimento ou questionando valores? **Concilie com antecedência.**

-  **DATAS IMPORTANTES**
-  **EVENTO**
-  **PLANEJAMENTO**

### DATAS FIXAS DE CONCILIAÇÃO

<b>01 e 15</b> B2W MARKETPLACE	<b>05, 10 e 20</b> via varejo	<b>05 e 20</b> NETSHOES
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------

### DATAS QUE O KONCILI RECOMENDA:

Conciliação todas as sextas-feiras

Avaliar a rentabilidade do mês anterior toda primeira semana do mês

Validar condições especiais 1 semana antes de qualquer campanha.

02

## PLANEJAMENTO PARA O DIA DAS CRIANÇAS

O mercado infantil pode trazer excelentes números para o faturamento, mas é importante cuidar do estoque e desenvolver boas condições de frete para não perder oportunidades de venda.

03

## ALTERAÇÃO DE PRAZOS E PRODUTOS PARA A BLACK FRIDAY

A essa altura, a Black Friday do seu e-commerce já deve estar bem encaminhada. Atente-se aos ajustes de estoque, aos contratos com os fornecedores e, se possível, defina um cronograma de ações bem estruturado.

05

## DIA DO IRMÃO

Uma das possíveis estratégias é enviar um cupom de desconto para quem comprar múltiplos produtos na sua loja virtual. A data permite uma comunicação mais leve e descontraída, que engaja e diverte os usuários.

07

## DIA DA INDEPENDÊNCIA DO BRASIL

O feriado nacional pode servir para desencalhar produtos que restaram do Dia do Torcedor, como bandeiras e camisetas. Se fizer sentido para a identidade da sua marca, produza conteúdos que abordem o orgulho de ser brasileiro.

## 15 DIA DO CLIENTE

Além de oferecer descontos e brindes, é necessário adotar estratégias que aproximem o consumidor da sua marca. Uma ideia interessante é realizar pesquisas de satisfação para entender o que os usuários pensam sobre o seu e-commerce, seus serviços e o atendimento oferecido.

### DICA

O DIA DO CLIENTE TAMBÉM PODE SER UM AQUECIMENTO PARA A BLACK FRIDAY: BASTA OFERECER UM CUPOM DE SEGUNDA COMPRA PARA SER USADO NA DATA.

## 22 INÍCIO DA PRIMAVERA

A mudança de estação traz inúmeras possibilidades para e-commerces de roupas, sapatos, acessórios, beleza, cuidados pessoais, alimentação e turismo. Com a volta das atividades ao ar livre, as lojas virtuais de produtos para pets também podem ser favorecidas.

## 29 E 30 ECOMMERCE EXPO

O evento é direcionado para diretores e criativos envolvidos com e-commerce B2B e B2C. Embora tenha Londres como sede oficial, a edição de 2021 será online.

# OUTUBRO

SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM
28	29	30	31	01	02	03
04	05	06	07	08	09	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
01	02	03	04	05	06	07

## DICA DO MÊS

O segmento de brinquedos, roupas, sapatos e outros produtos infantis ganha destaque no mês de Outubro. Também é o momento ideal para finalizar o planejamento da Black Friday, organizar a Cyber Monday e preparar o e-commerce para o fim de ano.

Se você trabalha com móveis e decoração, não deixe os aniversários da Mobly e da Ricardo Eletro passarem despercebidos. O mesmo vale para o nicho de produtos para animais, que pode se beneficiar com o aniversário da Cobasi e fazer a diferença no faturamento mensal.

**MÊS DE ANIVERSÁRIO**  
**MOBLY, RICARDO ELETRO**  
**e COBASI.**

## DICA KONCILI

Você sabia que após 90 dias não é possível abrir chamados solicitando ressarcimento ou questionando valores? **Concilie com antecedência.**

- DATAS IMPORTANTES
- EVENTO
- PLANEJAMENTO

### DATAS FIXAS DE CONCILIAÇÃO

<b>01 e 15</b> B2W MARKETPLACE	<b>05, 10 e 20</b> via varejo	<b>05 e 20</b> NETSHOES
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------

## DATAS QUE O KONCILI RECOMENDA:

- Conciliação todas as sextas-feiras
- Avaliar a rentabilidade do mês anterior toda primeira semana do mês
- Validar condições especiais 1 semana antes de qualquer campanha.

## 01 FINALIZAÇÃO DO PLANEJAMENTO PARA A **BLACK FRIDAY**

Chegou a hora de fazer os últimos ajustes para a data mais importante do e-commerce! Algumas empresas escolhem soltar os descontos já no começo do mês ou durante toda a última semana, estratégia conhecida como Black Monday.

## 12 DIA DAS CRIANÇAS

A data é útil para diversos segmentos: brinquedos, livrarias, produtos esportivos, e-commerces de moda, papelarias e outros. Apesar de ser um período sensacional para as vendas, o planejamento exige alguns cuidados.

### DICA

LEMBRE-SE DE DIRECIONAR A COMUNICAÇÃO PARA OS PAIS E, EM CASO DE DÚVIDAS, CONSULTE A LEGISLAÇÃO ATUAL PARA PUBLICIDADE INFANTIL.

## 04 DIA MUNDIAL DOS ANIMAIS

O Dia dos Animais reforça a venda de produtos e cuidados com os pets. O cenário atual é ainda mais favorável, já que muitas pessoas adotaram bichinhos após a pandemia.

## 22 SEEN experience

O Seen Experience é o maior evento de marketing e negócios do Rio Grande do Sul. A próxima edição será em Passo Fundo e promete trazer discussões relevantes e atuais, contando com mais de 40 palestrantes nacionais e internacionais.

**29** DIA NACIONAL DO **LIVRO**

Os livros estão entre os produtos mais pedidos no e-commerce, por isso, essa data é de extrema relevância para o calendário do varejo. Oferecer opções de embalagens, brindes e marca-páginas personalizados agrega ainda mais valor ao produto.

**30** PLANEJAMENTO PARA A **CYBER MONDAY**

Como o nome já diz, a Cyber Monday acontece na segunda-feira (após a Black Friday) e promove produtos de tecnologia. A data é reservada aos e-commerces e merece um planejamento minucioso.

**31** **HALLOWEEN**

Aproveite o momento para promover fantasias, itens de decoração, livros, roupas temáticas e comida. O Halloween é uma data que permite o envio de brindes simples, porém divertidos, e que podem render fidelização.

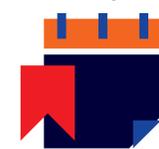
# NOVEMBRO

SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM
 01	 02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
 15	16	17	18	19	20	21
 22	23	24	25	 26	27	28
 29	30	01	02	03	04	05
06	07	08	09	10	11	12

## DICA DO MÊS

Chegou o mês da tão esperada Black Friday! Com as ações prontas e a logística devidamente testada, é o momento de soltar as campanhas e colher os resultados.

Novembro também marca as comemorações de aniversário das Casas Bahia e do Estante Virtual, e o Mês de Bricolagem da Leroy Merlin, cujo objetivo é oferecer cursos e estimular o movimento de “faça você mesmo”.



**MÊS DE ANIVERSÁRIO**  
CASAS BAHIA, ESTANTE VIRTUAL  
e BRICOLAGEM LEROY MERLIN

## DICA KONCILI



Você sabia que após 90 dias não é possível abrir chamados solicitando ressarcimento ou questionando valores? **Concilie com antecedência.**

-  DATAS IMPORTANTES
-  EVENTO
-  PLANEJAMENTO

### DATAS FIXAS DE CONCILIAÇÃO

<b>01 e 15</b> B2W MARKETPLACE	<b>05, 10 e 20</b> via varejo	<b>05 e 20</b> NETSHOES
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------

### DATAS QUE O KONCILI RECOMENDA:

Conciliação todas as sextas-feiras

Avaliar a rentabilidade do mês anterior toda primeira semana do mês

Validar condições especiais 1 semana antes de qualquer campanha.

# 01 PLANEJAMENTO PARA O NATAL

De acordo com a [Holiday Outlook](#), as vendas online já superaram as lojas físicas nas compras de Natal. Comece a estruturar suas ações com antecedência e aproveite o mês de dezembro para promover os produtos do seu catálogo.

# 15 PROCLAMAÇÃO DA REPÚBLICA

Em 2021, o feriado em comemoração a Proclamação da República cai em uma quarta-feira. A data pode ser uma oportunidade extra para engajar o público e gerar mais vendas.

# 02 DIA DE FINADOS

O Dia de Finados é uma celebração presente em diversas religiões, especialmente na católica, que busca manter viva a memória daqueles que já partiram. Por ser um feriado nacional, é comum que as pessoas aproveitem para viajar, abrindo espaço para os e-commerces de viagens e turismo.

# RDSUMMIT\*

O [RD Summit](#) é, sem dúvidas, o maior evento de marketing digital e vendas da América Latina. São três dias de palestras, mesas redondas, conversas e muito networking.

\* As datas são do evento de 2020 e estão sujeitas a mudanças para 2021.

## 22 DIA DO MÚSICO

O Dia do Músico é outra data reservada para valorizar e alcançar profissionais de um determinado segmento. Mesmo que você não trabalhe com instrumentos, pode oferecer conteúdos divertidos e associar grandes músicos e/ou gêneros musicais aos produtos da sua loja.

## 26 BLACK FRIDAY

A 4ª sexta-feira do mês de novembro é reservada para a festa mundial da internet! O impacto da data no faturamento dos e-commerces é enorme, já que a maioria dos consumidores espera a Black Friday para comprar produtos mais caros.

É importante ter em mente que o consumidor não se impressiona mais com ofertas tradicionais, como é o caso do famoso “compre 2 e leve 3”. Invista em descontos verdadeiros e agressivos.

Todas as atenções da sua operação devem ser voltadas ao sucesso da Black Friday, até mesmo o discurso adotado nas redes sociais. Elabore campanhas especiais, agende conteúdos temáticos e reforce o cuidado no atendimento ao cliente, inclusive no pós-compra.

### DICA

[CONFIRA MAIS DICAS E ESTRATÉGIAS PARA VENDER NA BLACK FRIDAY.](#)

## 29 CYBER MONDAY

A segunda-feira depois da Black Friday também impulsiona consideravelmente o comércio eletrônico. A data é exclusiva para e-commerces e pode ser utilizada para dar continuidade nas vendas e esvaziar o estoque.

Os produtos mais vendidos, segundo dados divulgados pelo [Adobe Analytics](#), são notebooks, TVs, smartphones, brinquedos de animação, bonecas, videogames e presentes de Natal em geral.

# DEZEMBRO

SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM
30	31	<b>01</b>	02	03	04	05
06	07	08	09	10	11	<b>12</b>
13	14	15	16	17	18	19
20	<b>21</b>	22	23	24	<b>25</b>	<b>26</b>
27	28	29	30	<b>31</b>	01	02
03	04	05	06	07	08	09

## DICA DO MÊS

O último mês do ano é marcado pela chegada do verão, das férias escolares e do recebimento do 13º salário. Com o aumento no poder de compra dos consumidores, o ticket médio do período tende a ser mais alto.

A procura por presentes de Natal também movimenta o mercado no final do ano. Bebidas, itens de moda, smartphones e viagens estão no topo dos interesses dos clientes.



## DICA KONCILI

Você sabia que após 90 dias não é possível abrir chamados solicitando ressarcimento ou questionando valores? **Concilie com antecedência.**

-  **DATAS IMPORTANTES**
-  **EVENTO**
-  **PLANEJAMENTO**

### DATAS FIXAS DE CONCILIAÇÃO

<b>01 e 15</b> B2W MARKETPLACE	<b>05, 10 e 20</b> via varejo	<b>05 e 20</b> NETSHOES
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------

### DATAS QUE O KONCILI RECOMENDA:

Conciliação todas as sextas-feiras

Avaliar a rentabilidade do mês anterior toda primeira semana do mês

Validar condições especiais 1 semana antes de qualquer campanha.

# 01 HOSTEL BY RD SUMMIT

O projeto tem os mesmos organizadores do RD Summit, reconhecido como o maior evento de marketing e vendas da América Latina. Ele acontece 100% online, por meio de uma plataforma de aprendizado contínuo, e promove o desenvolvimento de profissionais e empresas. Acompanhe o [site oficial](#) para saber a data do evento em 2021 e conferir todas as novidades em primeira mão.

## 21 DIA DO ATLETA

Mais uma data oportuna para e-commerces de artigos esportivos. Use a ocasião para homenagear heróis olímpicos nas redes sociais e ofereça vantagens na loja virtual e nos marketplaces.

## 12 DIA DA BÍBLIA

Oportunidade para oferecer descontos e condições especiais para quem procura produtos religiosos na internet. Para atrair e fidelizar esse público, a comunicação deve ser cautelosa e bem planejada.

## 21 INÍCIO DO VERÃO

A chegada do verão traz um alto potencial de lucro para o comércio eletrônico. Além de ser a última troca de coleção de vestuário do ano, ela aumenta a procura por viagens, trajes de banho, óculos de sol, protetores solares e diversos outros itens sazonais.

## 25 NATAL

Quase metade das pessoas adquire os presentes de Natal na semana que antecede a data, aponta o [Think With Google](#). Os e-commerces são um dos canais preferidos dos consumidores, que buscam comodidade e não querem enfrentar as longas filas das lojas físicas.

Diversos são os segmentos favorecidos pelo Natal: lojas de roupas e sapatos, brinquedos e produtos infantis, perfumes e cosméticos, livros, chocolates, flores, vinhos, produtos eletrônicos, entre outros.

## 26 BOXING DAY

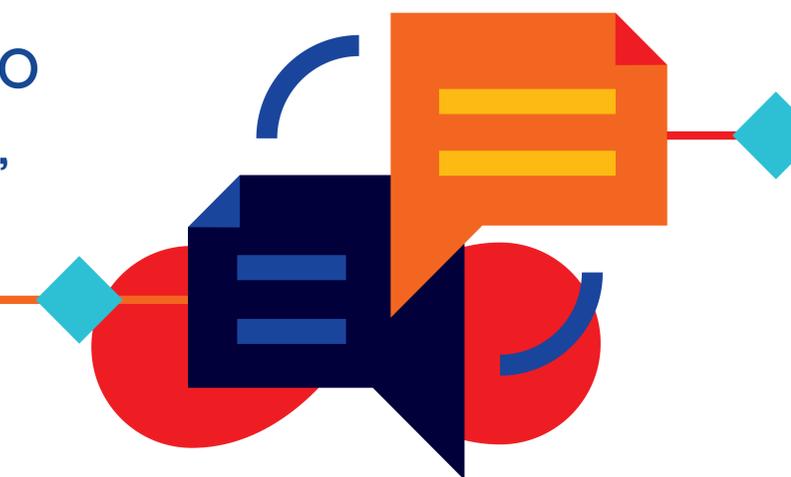
O 1º dia útil após o Natal está virando uma tradição de vendas no Brasil, inspirada no modelo do Reino Unido. Em razão dos feriados, é importante que os prazos sejam estabelecidos com transparência, além do cuidado extra no gerenciamento de fornecedores e transportadoras.

## 31 VÉSPERA DE ANO NOVO

Ações voltadas ao Réveillon podem colaborar para alavancar as vendas e fechar o ano com sucesso. Afinal, as pessoas ainda continuam procurando por alimentos, bebidas, roupas e passeios para celebrar a passagem do ano.

# CONTEÚDOS BÔNUS

Confira a seguir os bônus que preparamos para você começar 2021 ainda mais afiado. Veja o que a liveSEO preparou sobre SEO para Black Friday, e também nossos hacks.





## SEO PARA BLACK FRIDAY + DATAS SAZONAIS

Mais importante do que divulgar as ações promocionais da Black Friday é ter o E-Commerce preparado para receber muitos visitantes e garantir que os consumidores consigam efetuar a compra sem muitas dificuldades.

Com o intuito de ajudar os lojistas a otimizarem suas lojas virtuais e prepararem o terreno para fazer as vendas durante as datas mais importantes do comércio eletrônico, a liveSEO preparou um checklist básico de SEO para E-Commerce:

- Ser um e-commerce responsivo para mobile;
- Ter um servidor escalável;

- Conseguir escalar em logística ;
- Não ter problemas com o checkout de compras (simplifique a conversão sem pedir muitos dados);
- Ter SSL, requisito básico do SEO.

Com as otimizações técnicas realizadas garantindo uma boa experiência aos consumidores, partimos para a atração de tráfego utilizando as palavras-chave relacionadas à Black Friday.

Os resultados para o termo Black Friday acabam sendo dominados por sites informativos, noticiosos e grandes e-commerces de nichos horizontais, como grandes magazines e lojas de departamento.

Sendo assim, a estratégia indicada é que seu E-Commerce trabalhe com palavras-chave long tails! Faça isso por meio de landing pages em que seja possível unir o produto + marca e a palavra Black Friday.

Para finalizar, a sugestão é que seu E-Commerce tome cuidado com os URLs. A melhor estratégia de SEO é reutilizar os mesmos URLs para anos diferentes.

Fazendo isso, será possível garantir autoridade naquele endereço ao longo dos anos no pós Black Friday.

**Exemplo:**

**Bom:** <https://site.com.br/black-friday>

**Ruim:** <https://site.com.br/black-friday-2021>

Lembre-se de que as otimizações são visíveis a médio e longo prazo. Para ter uma Black Friday e CyberMonday de sucesso é preciso planejar o SEO com antecedência e se preparar com folga. Seguindo essas premissas você sairá na frente dos concorrentes e verá os seus resultados explodirem.

**TÉCNICAS DE SEO PARA A DESCRIÇÃO DE PRODUTOS NO E-COMMERCE**

A descrição de produtos é fundamental às conversões do site, pois quem está decidido a comprar quer saber exatamente o que está consumindo. Por isso, no momento de produzi-la devemos ter este objetivo em mente: antecipar e responder as dúvidas do cliente.

Nesse sentido, consideramos uma boa descrição de produto no E-Commerce aquela

que oferece o máximo de recursos que possam ajudar a gerar uma venda. Ou seja, deve ter como critérios:

### 1. SER UM CONTEÚDO AUTÊNTICO

O Google quer transmitir ao seu usuário conteúdos originais e de qualidade, onde a autenticidade seja um fator diferencial no posicionamento da página. Nunca copie a descrição do fabricante ou do concorrente.

### 2. RESPONDER ÀS DÚVIDAS DO USUÁRIO ANTECIPADAMENTE

Uma dica válida é especular as principais dúvidas que os usuários têm sobre o produto.

Acesse sites de concorrentes e marketplaces e leia os questionamentos frequentes.

### 3. POSSUIR UM BOM COPYWRITING

Copywriting é uma técnica de escrita cujo objetivo é criar textos persuasivos, que convencem e promovem engajamento para gerar uma ação. Ou seja, trata-se de uma “escrita persuasiva”.

Para fazer um bom copywriting em seu produto, é necessário:

Considerar a persona, despertar emoções, focar no valor (não no preço) e contar histórias (storytelling).

#### 4. ESTAR DE ACORDO COM AS MELHORES PRÁTICAS DE SEO

Tão importante quanto transformar os acessos em conversões é fazer com que o produto chegue até as pessoas.

Conheça as melhores estratégias de otimização para o cadastro:

- Utilize palavras-chave adequadas (existem vários tipos de keywords, mas nesse contexto indicamos as long tails);
- Insira links internos (procure linkar mercadorias que estejam relacionadas ao produto em questão e tire proveito do anchor text);
- Estruture o texto em heading tags;
- Otimize o meta title e a meta description;

- Adicione Imagens (não esqueça do atributo alt e de renomear o arquivo com o nome e a marca do produto);
- Se possível, adicione vídeos (melhora a UX e aumenta a proximidade entre consumidor e produto).

Uma descrição otimizada ao SEO impacta positivamente no posicionamento do produto no Google, e especialmente, no comportamento do usuário. Por seu caráter relevante e persuasivo, aumenta as chances do usuário ficar mais tempo no site, navegar em outros produtos e finalizar a compra.

Ou seja, aumenta o tempo por sessão, as páginas navegadas e, principalmente, a taxa de conversão.



DICA  
BÔNUS

## 5 HACKS DE MARKETING DIGITAL PARA SEU E-COMMERCE EM 2021

Hacks são sempre bem-vindos, né?  
Estamos falando daquelas técnicas “ninjas”  
que trazem resultado visível para as suas  
vendas. O ANY separou para você 5 hacks  
totalmente úteis para seu e-commerce em  
2021. Como estamos falando de ser ninja,  
vamos direto ao ponto:

### 1 – CRIE UMA OBSESSÃO POR DADOS

Sabe o que é pior do que não saber porque  
está perdendo vendas? Simples: não saber  
porque está vendendo. Essa falta de visão te  
impede de identificar as oportunidades de  
crescimento e de escala. Por isso é importante

que você seja extremamente obcecado  
por dados.

Os dados vão te ajudar a identificar e criar  
caminhos estratégicos para basear decisões  
mais assertivas. Provavelmente você deve  
possuir um monte de dados ao seu alcance,  
certo? Mas os dados puros, por si só, não vão te  
ajudar e vão acabar não significando nada se  
você não os investigar mais a fundo.

Você precisa ter uma clareza sobre o seu  
mercado, seus comportamentos, insights de  
mercado e definir as KPIs principais do seu  
negócio. Se preocupar com métricas como  
número de pageviews, número de visitantes,  
número de fãs no Instagram é a famosa  
“métrica da vaidade” onde esses dados não  
significam absolutamente nada sem uma  
estratégia de conversão por trás.

# CONTEÚDOS BÔNUS

Apenas o Google Analytics hoje não será suficiente para monitorar os dados do seu negócio, é importante que dos dados extraídos de lá sejam cruzados com demais dados de outras ferramentas que você possui.

### Exemplo:

Ao identificar pelo Google Analytics que parte do abandono de carrinho veio de suas campanhas de e-mail, extraia de sua ferramenta de automação a base trackeada pelas páginas de visita ao checkout e faça um comparativo usando o e-mail como chave de identificação. Assim você terá, da sua base de e-mails, os consumidores que realizaram esse abandono.

Com isso você poderá focar em uma campanha específica de carrinho para clientes já antigos por meio dos e-mails de recuperação de carrinho ou realizar campanhas de remarketing com esse público com descontos mais agressivos. Atenção: Importante realizar o remarketing após término do fluxo de e-mails de abandono.

### Uma dica valiosa:

É extremamente importante ficar cada vez mais concentrado em seus principais indicadores de sucesso taxa de conversão de clientes (A taxa média do mercado de e-commerce é 1,5%) Custo de aquisição de clientes (CPA), e o tempo de vida de seus clientes no seu negócio (LTV).

É necessário que você entenda quem são os seus clientes e o que eles fazem no seu e-commerce.

Outras ferramentas que você pode usar são:

1. Supermetrics
2. Mixpanel
3. PowerBI

## 2 – AJUDE SUA BASE COM E-MAILS DE REABASTECIMENTO

Com o cenário do “Novo normal” muitas pessoas começaram a estender sua carga horária de trabalho, fazendo com que mesmo em casa possuam menos tempo para tarefas diárias. Nesse contexto, as marcas precisam se adaptar a este novo cenário, e se possível dar um “empurrãozinho” para que o seu consumo continue de forma constante.

Se seu e-commerce atua em um segmento onde seu produto necessita de uma reposição, ajude-os a lembrar através de mensagens quando esses itens estiverem perto de acabar. Isso trará uma estratégia de receita recorrente. São e-mails focados literalmente no comportamento do seu cliente e dos itens que você comercializa.

Alimentos para gatos é um ótimo exemplo. Quando o cliente realiza a compra da comida de gato, registre esse ciclo de compra, através de alguma CRM ou ferramenta de automação de marketing.

### Por exemplo:

- **Dia 1** – Cliente realiza compra comida de gato;
- **Dia 20** – A comida vai acabar. Lembre o cliente importância daquela reposição com um tom de ajuda e antecipação;

- **Dia 28** – Relembre o cliente para realizar a nova compra para que não fique sem o produto (Caso ele não tenha realizado na comunicação anterior), aqui também vale utilizar algum cupom de desconto, se preferir;
- **Dia 31** – Ciclo começa outra vez;

É estratégia bastante eficaz, porque você já conhece a necessidade do cliente. É uma forma fácil de aliviar essa dor e criar conexão com seu cliente.

Se seu e-commerce possui produtos com essas características de compras com frequência, não deixe de usar essa estratégia por meio de e-mails automáticos. Outro modelo de negócio interessante para esse tipo de estratégia é o de modelo de assinaturas.

Ter uma receita recorrente é o desafio de qualquer e-commerce, porque possui um menor esforço em rentabilizar um cliente existente na sua base do que adquirir um novo cliente.

### 3 – CUIDE DA VELOCIDADE DO SEU SITE

Apenas dois segundos.

Se o seu e-commerce leva mais de dois segundos para carregar, em média 53% dos consumidores perdem o interesse (segundo o próprio Google). Um resultado mínimo de atraso de um segundo já poderá acarretar uma possível perda de 7% nas conversões.

O e-commerce precisa de dinamismo, e não há nada mais frustrante nos dias de hoje do que aguardar um site lento carregar.

Algumas dicas que vão te ajudar a garantir que você não venha perder vendas devido o desempenho do seu e-commerce:

### 1. AVALIE A SUA VELOCIDADE

Utilize o Google PageSpeed ou o Lighthouse ambos oferecidos pelo Google para avaliar a velocidade atual do seu e-commerce.

Se você não procurar saber como está, não vai conseguir saber como melhorar.

### 2. CUIDE DO SEU PLANO DE HOSPEDAGEM

A maioria dos provedores de hospedagem possuem níveis de hospedagens diferenciadas, identifique se a sua está na

performance adequada, o indicado é sempre garantir um nível de alta performance.

Com o tempo do seu carregamento diminuindo e as conversões aumentando, principalmente nos dispositivos que você mais converte normalmente, o custo desse investimento vai valer a pena, correto?

### 3. TENHA UM E-COMMERCE RESPONSIVO

Na média os acessos no segmento de e-commerce e até as conversões, acontecem muito mais em dispositivos móveis.

Por isso, tenha um site responsivo. Garanta a melhor experiência ao seu usuário em todos as pontas de contato com a sua loja.

#### 4. MONITORE SEU CARRINHO ABANDONADO

É muito comum no segmento de e-commerce termos uma alta taxa de abandono de carrinhos, por isso é tão importante descobrir o motivo dessas vendas não terem sido concluídas.

Analise se o visual do seu e-commerce não está contribuindo em gerar esse abandono. Evite ao máximo distrações nas páginas de checkout, desvirtuando o usuário do objetivo final, que é realizar a compra. Além do design das páginas outra coisa bem simples como links externos em ambiente de compras pode ser responsável por esses abandonos.

Carrinhos abandonados possuem uma excelente oportunidade de conversão com a estratégia adequada, pois entende-se que

esses usuários passarão por toda jornada e possuem o interesse no seu produto/serviço. É importante descobrir qual foi o impeditivo nesse processo.

Na média, uma estratégia combinada a melhorias de processo de otimização, melhorias no design da página e checkout possuem um potencial de recuperar 35% dos produtos abandonados.

#### 5. OFEREÇA UMA EXPERIÊNCIA AGRADÁVEL

Ofereça ao seu usuário uma boa navegação. É importante que seus visitantes tenham uma experiência saudável e suave com seu e-commerce, e é extremamente importante que consigam encontrar o que estão buscando.

# CONTEÚDOS BÔNUS

Otimize a descrição dos seus produtos, torne-os fácil de achar e organize as categorias do seu site de forma a facilitar essa busca.

Sua barra de pesquisa deve estar destacada no seu e-commerce.

A função de busca do e-commerce, em média são utilizadas por 30% dos visitantes. Fazendo com que os visitantes se transformem em futuros consumidores, simplesmente por conseguirem encontrar o que estão buscando.

E sempre investigue seus dados de busca interna do e-commerce.

Esses dados, podem te trazer um padrão de comportamento importante de seus usuários, trazendo informações valiosas sobre os interesses e necessidades que seu usuário possui em seu e-commerce. Com isso, você não só vai conseguir fazer melhorias em buscas, como também testar esses resultados em campanhas de mídia e até na construção de conteúdo de valor.

E sempre, investigue seus dados de busca interna do e-commerce.

# CONCLUSÃO

A Agenda ANY é uma ferramenta útil para gestores e diretores de e-commerce de todos os segmentos. Com ela, é possível planejar as campanhas e estratégias do ano todo, além de acompanhar o desempenho da loja virtual ao longo dos meses.

Se você procura algo para turbinar o planejamento das datas e destacar a sua marca no mercado digital, existem algumas ferramentas que podem te ajudar. São plataformas que integram o seu e-commerce aos marketplaces e ampliam as vendas com total segurança e estabilidade!

O hub de integração do ANYMARKET, por exemplo, é uma plataforma que atende empresas com venda online que precisam

de uma operação simples, ágil e centralizada para atuar em marketplaces.

Os sistemas de conciliação, como o Koncili, também podem enriquecer a gestão financeira do e-commerce. O Koncili automatiza os pagamentos dos marketplaces, garante que todos os repasses estão sendo feitos e elimina as possíveis falhas no processo de conciliação.

Esperamos que o calendário de datas e eventos de e-commerce te ajude a expandir o seu negócio em 2021 e fortalecer sua presença no ambiente digital! Siga o ANYMARKET nas redes sociais para não perder de vista conteúdos como este.

Até a próxima!

Fale com a gente

# AS EMPRESAS



O ANYMARKET é uma plataforma de vendas em marketplaces criada e desenvolvida pelo DBI Group para atender ao universo e-commerce. Possui mais de 1.500 clientes ativos, entre eles Electrolux, Netshoes, Levi's, Reserva, Livraria Cultura, Saraiva, L'oréal, Technos, Lacoste, Pneustore, Marabraz, Angeloni e Acer.

Considerado o hub dos grandes players, a plataforma atende empresas com venda on-line que precisam de uma operação simples, ágil e centralizada para atuar em marketplaces, processando mais 2 bilhões de transações.

O ANYMARKET é uma solução que conecta empresas a mais de 30 marketplaces, como Amazon, Mercado Livre, Netshoes, Dafiti, Via Varejo, B2W, Magazine Luiza e Carrefour.

Mais informações: [anymarket.com.br](https://anymarket.com.br)



A liveSEO é uma agência especializada em SEO para E-Commerce. Fundada em 2016, na Espanha, e atualmente atuando no Brasil, a liveSEO vem realizando um trabalho consistente e bem direcionado no que diz respeito a otimização para motores de busca, ajudando e-commerces a crescerem o tráfego orgânico em seus sites.

Mais informações: [liveseo.com.br](https://liveseo.com.br)

# AS EMPRESAS

## « KONCILI

Criado e desenvolvido pelo DBI Group, o Koncilia foi o primeiro software de conciliação de pagamento dos marketplaces do mercado. Agora, em sua missão global, passa a se chamar Koncili, com expansão dos negócios para a Argentina e os Estados Unidos, levando o know-how já conquistado no e-commerce brasileiro.

Seu objetivo é oferecer inteligência financeira automatizada com análise individual dos pedidos em cada marketplace, conferência das comissões, demonstração de todas as despesas e avaliação do custo real de cada venda, garantindo mais saúde para as empresas de maneira automatizada, ágil e prática.

O Koncili já foi implementado por mais de 150 clientes, como Angeloni, Mega Store, Onofre Eletro, MixTel Distribuidora e São Paulo Autopeças. A plataforma faz a conciliação dos marketplaces Viavarejo, B2W, Magazine Luiza, Mercado Livre, Netshoes, entre outros. Também está preparada para realizar conciliações internacionais para marcas como Amazon, Walmart, Carrefour e Mercado Libre.

O Koncili está integrado à plataforma VTEX, além dos ERPs Bling, Eccosys, EIVE e e-Millennium, e nasceu com integração nativa com o ANYMARKET, uma plataforma de vendas em marketplaces também do DBI Group, além dos hubs Skyhub e IntegraCommerce. A plataforma já transaciona de R\$ 1,7 bi de GMV (Gross Merchandise Volume).

Mais informações: [www.koncili.com](http://www.koncili.com)





# AG EN DA A N Y

CALENDÁRIO PARA  
E-COMMERCE 2021

