



Guia de planejamento para a

black friday 2020



INTRODUÇÃO



Com a Black Friday chegando, este é o momento ideal de se planejar e fazer mudanças para aumentar suas vendas utilizando o Instagram Marketing para converter clientes. E, apesar do impacto da pandemia do Covid-19 na economia mundial, as previsões para a Black Friday 2020 são animadoras para as empresas, sobretudo aquelas que vendem online.

Segundo [levantamento](#) da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), o faturamento no período promocional esse ano deve ser **77% maior** do que o ano passado, quando bateu recorde de vendas online.

Um dos principais motivos apontados pra esse crescimento é o isolamento causado pela pandemia, que fez o consumidor aderir ainda mais às compras virtuais. Além disso, como muitas pessoas ainda estão trabalhando de casa, elas tendem a passar mais tempo conectadas e expostas a ofertas online e, portanto, pesquisarem mais sobre preços, produtos e promoções.

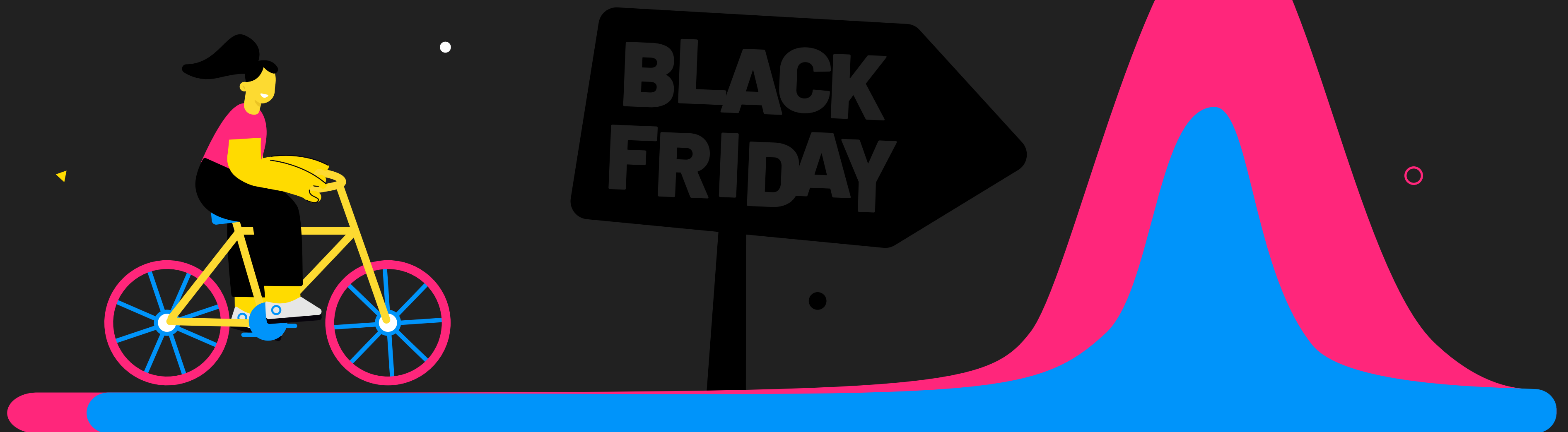
Se está precisando de dicas ou insights pra te guiar na construção da campanha da Black Friday pra sua marca este ano, continue lendo esse material e você irá encontrar:

- ◆ Estudos recentes com dados relevantes pra levar em consideração nesta Black Friday
- ◆ Um checklist completo pra se preparar pra temporada de ofertas
- ◆ Insights para incluir o Instagram na sua estratégia
- ◆ E dicas extras para evitar aperreios ou perrengues durante a campanha

DADOS E INSIGHTS

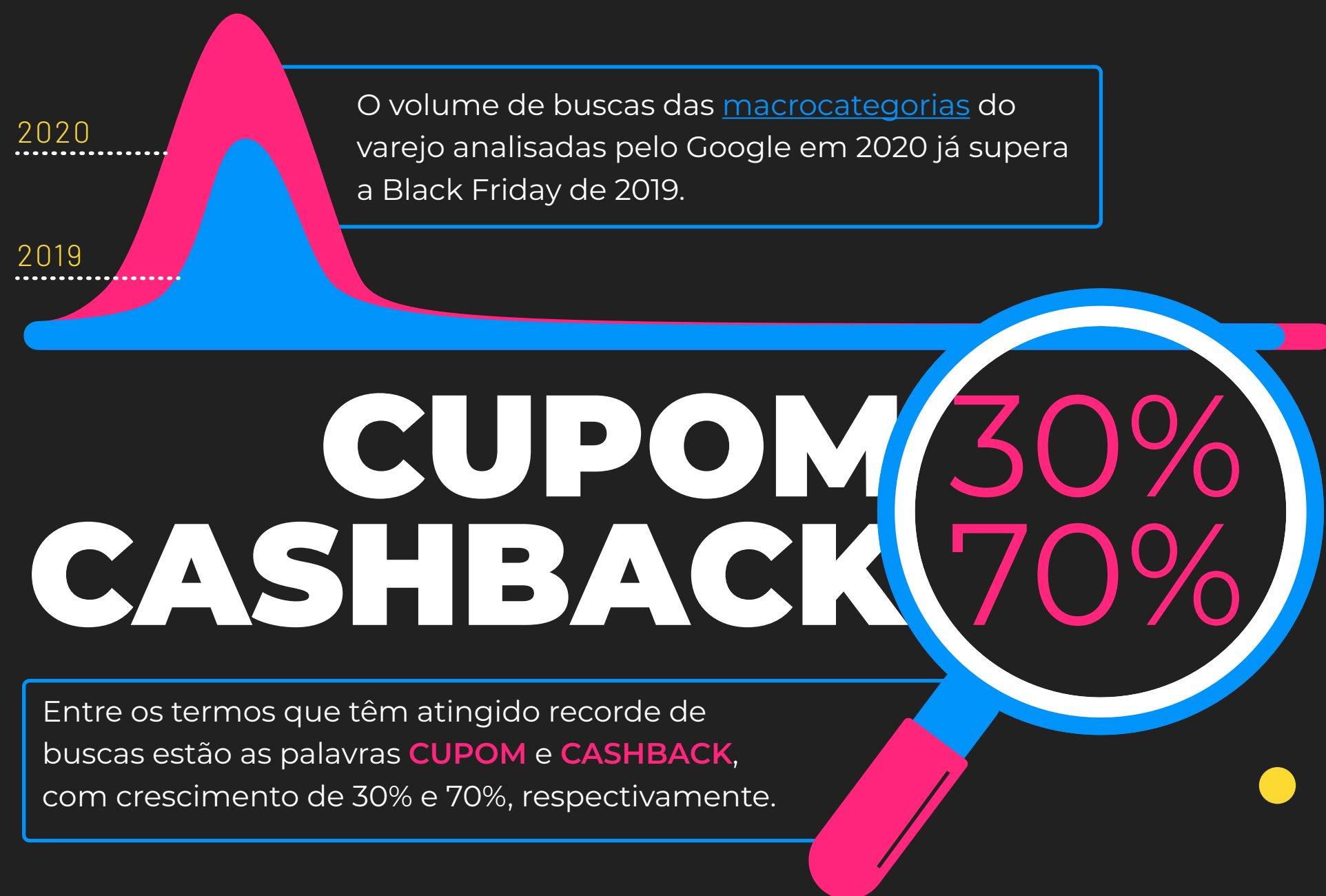
Atenção ao que vamos trazer a seguir! Esta seção do material vai ser super importante pra você entender de que maneiras você pode planejar sua campanha, montar seu conteúdo e usar o Instagram da melhor forma pra vender mais na Black Friday.

Por aqui, vamos trazer três pesquisas gerais que apontam as principais tendências, comportamentos e expectativas dos consumidores para a temporada de promoções de 2020, um ano ainda marcado pelo isolamento social e por novos hábitos de consumo nascidos a partir disso.

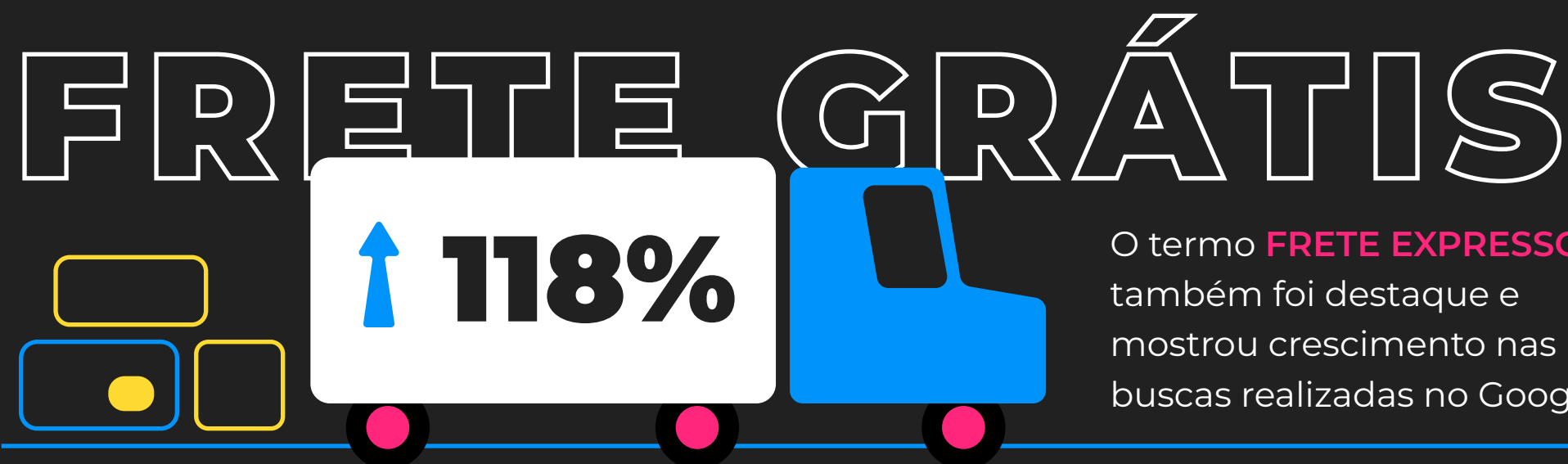


Agora, vamos aos números ►►►

01 Termos mais pesquisados no Google indicam o que os consumidores querem das marcas



A busca por **FRETE GRÁTIS** também foi destacada pela empresa, visto que o termo teve uma procura 118% maior em julho deste ano em relação ao mesmo período de 2019.



Fonte

Buscas recentes feitas no Google também contribuem pra alta expectativa pra Black Friday em 2020. E, segundo a diretora de negócios para o varejo da Google Brasil, Gleidys Salvanha:

“Uma nova relação com o digital, somada às mudanças de comportamento e o cenário atual, fizeram o consumidor estar mais consciente de suas prioridades e mais planejado. Para ele, a Black Friday de 2020 será menos sobre comprar somente o que está com um superdesconto e mais sobre fazer bons negócios”.

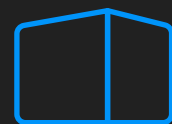
Segundo Gleidys, as promoções ainda são o principal atrativo para o consumidor, mas elas agora ganham conceitos mais amplos e podem vir de diferentes formas, como através de propostas de cashback, cupons e outras vantagens na hora da compra ou forma de pagamento.

02 Os hábitos de pesquisa e compra mudaram, e o e-commerce está em alta

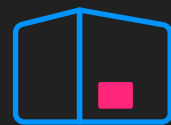
Segundo o Google:

54%

peças **estão comprando mais online** agora do que antes da Covid-19



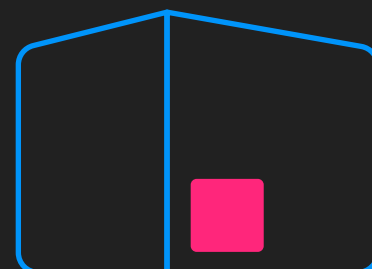
passaram a comprar online itens que normalmente compravam em lojas físicas



38%

56%

gostam de pesquisar e **descobrir novos itens online** ao invés de lojas físicas



Uma outra pesquisa apresentada pelo Google em evento especial para a Black Friday 2020 nos mostra, em números, de que formas o comportamento do consumidor mudou diante da pandemia e como o isolamento levou as pessoas a comprarem mais online.

E se antes a Black Friday era sobre queima e renovação de estoque, as tendências de pesquisa apontam que o consumidor agora espera **experimentar novos produtos e serviços**, o que indica uma boa oportunidade para as marcas realizarem **lançamentos** no mercado.

[Fonte](#)

03 O Instagram na jornada de compra

85%

dos entrevistados **descobrem** novos produtos e serviços no Instagram



Pesquisar...

84%

pesquisam por produtos e serviços no Instagram

83%

dizem que a rede social **influencia na decisão de compra**



COOL
COOL
COOL



61%

disseram que, mesmo que uma marca não seja sua favorita, **podem segui-la** no Instagram se acharem o **conteúdo interessante/relevante**

[Fonte](#)

O estudo "Como o Instagram está aproximando pessoas e marcas como nunca antes", realizado pelo próprio Instagram em parceria com a Ipsos, reforça a importância da rede social na jornada de compra com o consumidor e mostra de que maneiras os usuários interagem com as marcas, produtos e serviços que encontram através da plataforma.

Através da pesquisa, podemos perceber que criar conteúdo relevante, aproveitar as features do Instagram Business, como o **Instagram Shopping**, fazer parcerias e criar uma campanha especial na rede social durante a **Black Friday** podem ajudar sua empresa a prosperar online nos meses agitados que estão por vir.

Pra te ajudar nisso, na próxima seção deste material vamos te guiar pra aproveitar esse período de altas vendas com dicas, checklists e tutoriais dentro do Instagram.

CHECKLIST DE PLANEJAMENTO PARA A BLACK FRIDAY 2020

- ☐ Planejar campanha
- ☐ Definir promoções
- ☐ Preparar links para o aumento de acessos
- ☐ Definir data de início da sua divulgação da Black Friday

☐ Planejar campanha

Várias empresas adotam o visual do “pretinho básico” durante a Black Friday, mudando o ícone do perfil e até as peças do Feed. Pra captar o usuário através dessa identidade visual que já é tão marcante do período, você pode aderir ao preto de diferentes formas, como criar uma borda preta para o seu ícone, usar a foto do perfil do Instagram em preto e branco durante a campanha, criar uma borda ou identidade visual preta pras postagens ou um selo, por exemplo.

Só não vale fugir da sua linha editorial! Pense bem no que combina com a sua marca, a comunicação que ela já adota e que o público já conhece, pois é através dessa identidade já construída que os consumidores reconhecem a essência da sua comunicação.

Pra evitar cair em um estilo de campanha que fuja muito do branding da sua marca, o ideal é que você responda algumas das perguntas abaixo ao planejar sua campanha durante a Black Friday:

1. Qual é a ideia ou conceito por trás da campanha?

2. Qual é a estratégia promocional da campanha?

3. Como a campanha ajudará a atingir nossos objetivos de negócios?

4. Qual é o foco da sua campanha?

5. Em quais produtos ou serviços você se concentrará no marketing?

❑ Definir promoções

Em uma das pesquisas que trouxemos, você viu que o principal fator de atração para os consumidores na Black Friday ainda são as promoções, mas lembre que elas podem ganhar um conceito mais amplo em 2020 que vai além dos “% de desconto”.

Selecione os produtos e/ou serviços que vão receber essas ofertas e pense de que maneiras você pode trabalhá-las além do desconto percentual. Tente investir também em **facilidades de pagamento**, **frete grátis** em condições especiais (como, por exemplo, pra compras acima de tal valor) ou **cashback** para produtos selecionados ou para quem indicar algum amigo para comprar seus produtos também.

Aproveite e use o Instagram para fazer seus consumidores se sentirem envolvidos na campanha e ouvidos pela marca. Você pode realizar [enquetes nos Stories](#) exibindo alguns dos produtos que você está pensando em destacar na campanha para saber o que os seus seguidores mais estão esperando comprar na Black Friday. Segundo pesquisa do Facebook, **68%** das pessoas ficam **mais interessadas** em uma marca ou produto depois de vê-lo num Story.

Se você precisar de uma ajudinha para criar Stories criativos, temos o [Curso de Stories](#) no **Postgrain Academy**. Por lá, te ensinamos de maneira prática a dominar técnicas, aplicativos e ferramentas que ajudam a criar uma comunicação efetiva e só sua.

❑ Preparar links para o aumento de acessos

Se você pretende direcionar as pessoas do Instagram para finalizar a compra no site da empresa, tenha certeza que a sua landing page está segura e preparada para os aumentos de acessos. Confira se o site tem todos os certificados de segurança, incluindo o SSL, além de checar o tempo de carregamento da página de compras.

Caso queira direcionar os usuários pra páginas específicas dos produtos ou serviços que você optou por colocar na promoção, você pode utilizar na sua bio um agregador de links, como o [Linklist](#), que é totalmente gratuito, para organizar todos seus links mais importantes em um só lugar e de fácil acesso pra todos os usuários.

❑ Definir data de início da sua divulgação da Black Friday

O dia oficial da Black Friday no Brasil é 27 de novembro, mas você deve considerar começar sua campanha promocional antes. Por exemplo, planeje suas postagens pra começar a entrar na semana anterior da Black Friday. Você pode começar com teasers para seus seguidores, dando aquele “gostinho” do que vem por aí e ativando o gatilho mental da antecipação sobre que ofertas especiais sua marca pretende trazer.

Gere curiosidade e puxe o engajamento das pessoas. Compartilhe os produtos e/ou serviços que devem ser contemplados com descontos, além de detalhes das pechinchas antes do dia. Pode ser até 3 dias antes. Assim, seus seguidores estarão preparados e prontos para comprar durante a promoção. Lembre de reforçar as principais vantagens de comprar da sua marca no período.



APROVEITE O MELHOR DO INSTAGRAM PRA SUA CAMPANHA DA BLACK FRIDAY



Compartilhe conteúdo gerado pelo usuário

O [conteúdo gerado pelo usuário](#), também conhecido como UGC, pode ser qualquer tipo de mídia que um seguidor produziu espontaneamente para a sua marca. Também pode ser em qualquer formato: vídeo, imagem e até mesmo aquele comentário que aquece nosso coração.

Durante a Black Friday, compartilhe os conteúdos gerados pelos seguidores de seus produtos mais populares. O **UGC** possui vários benefícios, como te poupar tempo e ainda garantir um bom volume de conteúdos pra Black Friday, além de ser a chave para aumentar o engajamento da sua conta e passar mais confiança para os novos usuários que terão o primeiro contato com a sua marca ao longo da campanha.

Crie um código promocional especial para o Instagram

Criar um código promocional na Black Friday para os seguidores do Instagram pode gerar um engajamento legal com a sua base. Você pode também incentivar seus seguidores a recomendarem um código para os amigos e ganharem um acréscimo de X% de desconto no código deles, por exemplo.

Além de incentivar esses usuários que já te acompanham a comprar da sua marca, você ainda passa pra eles a sensação de estarem sendo **recompensados** e conquista novos seguidores. Afinal, quem não adora compartilhar dicas boas com os amigos?

Mas lembre-se: sua equipe do SAC 2.0 deve estar preparada para resolver qualquer problema ou dúvida sobre o código no seu site.



Use hashtags a seu favor

Várias marcas e empresas usam a clássica hashtag **#blackfriday** para divulgar seus produtos, ultrapassando mais de [12 milhões de postagens](#) no Instagram com a tag. Por um lado, isso vai ser ótimo pra sua marca pois ela pode ser encontrada por ainda mais usuários que talvez nem a conhecem ainda.

Por outro lado, no meio de tantos posts, pode ser que seu conteúdo não se destaque ou se perca com o tempo. Então nossa sugestão é: não dependa só dessas hashtags mais populares pra promover sua campanha. Crie uma hashtag **personalizada** para a sua marca no período de descontos.

Um exemplo de marca que criou uma hashtag especial foi a C&A com a **#liquidablack**, e a ideia super pegou entre os consumidores, ficando marcada até hoje nas campanhas da loja.



Busque parcerias com influenciadores

Os Influenciadores Digitais são pessoas das mais diversas áreas de atuação que têm um grande número de seguidores nas redes sociais. Esses perfis usam sua influência para construir opiniões e impactar a opinião de sua base num momento de compra.

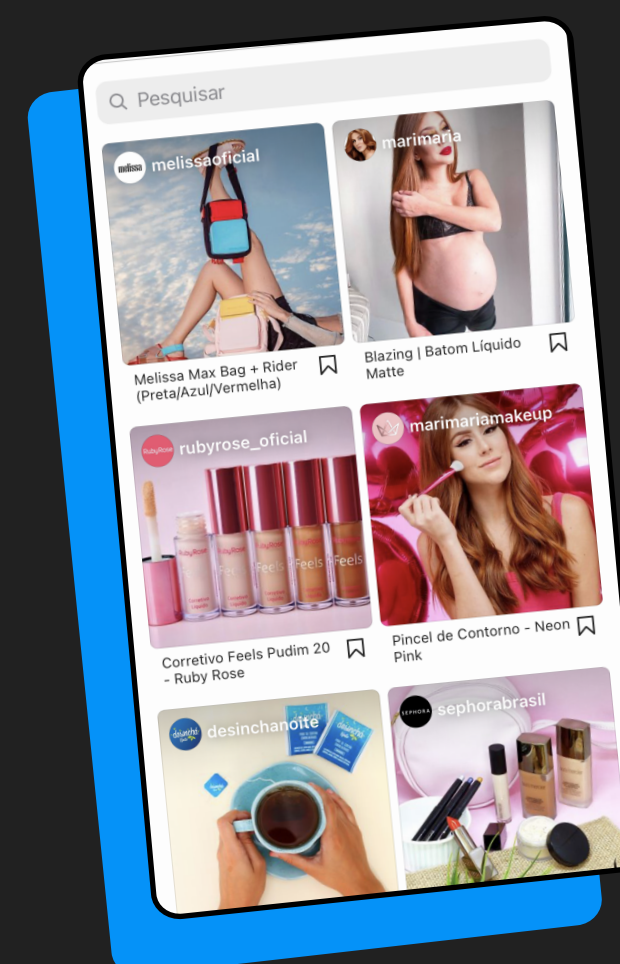
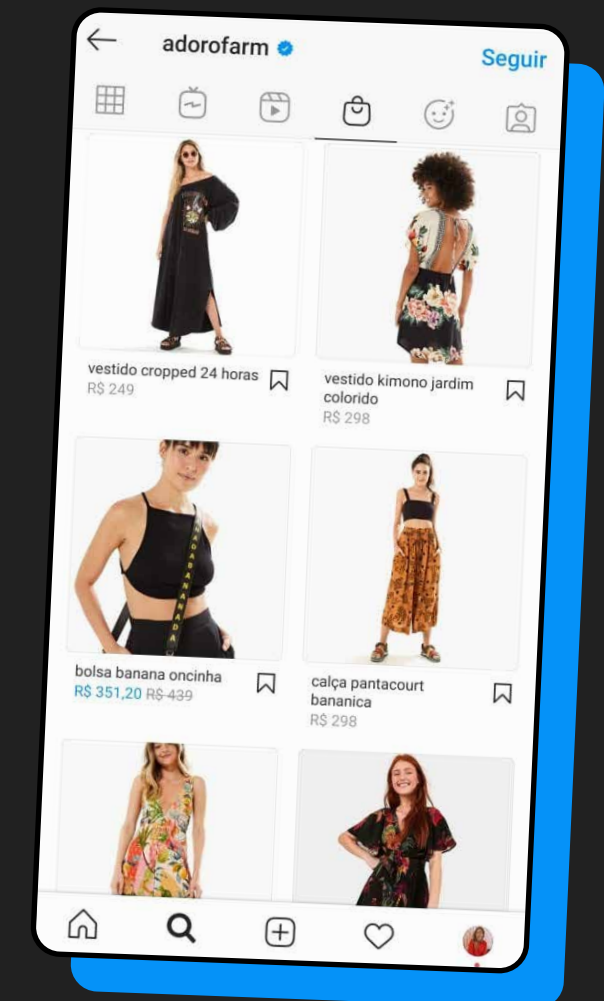
Por possuir grande capacidade de **mobilização** com o público, o uso de influenciadores digitais que têm match com sua marca pode ser a chave de virada para uma campanha de Black Friday de sucesso.

Os influenciadores têm um público segmentado, resultados mensuráveis e o custo da ação pode ser negociável. E vale destacar que não necessariamente aqueles que têm mais seguidores serão os melhores pra sua campanha. Pesquise os que têm um bom match com a cultura, proposta e identidade da marca, além de um bom alcance e engajamento com um público alvo semelhante ao seu, e proponha uma **parceria criativa** para a Black Friday.

Configure sua loja no Instagram

Em alguns dos dados que trouxemos lá no começo do material, você viu que o e-commerce está em alta e até mesmo consumidores que antes compravam em lojas físicas estão optando pelas compras online diante da pandemia de COVID-19.

Por isso, configurar uma loja no Instagram pode te ajudar a se conectar com seus clientes existentes e **aumentar o número de vendas durante a Black Friday**. Com essa ferramenta, você consegue criar postagens, inserir preço nos produtos e adicionar links que encaminham o usuário direto para a sua loja. Também é possível visualizar um resumo das atividades de vendas, catálogo, problemas a serem corrigidos e ações sugeridas. Tudo isso sem precisar pagar nada a mais.



Além de criar uma vitrine digital dos seus produtos, você ainda pode compartilhar as promoções com anúncios no feed ou nos Stories, aumentando o alcance das suas postagens. E não precisa usar o Instagram no celular pra fazer isso. Com o Postgrain, você pode marcar produtos direto pelo desktop.

O passo a passo completo de como configurar sua loja você pode conferir [clicando aqui](#).

Anuncie com o Instagram Ads

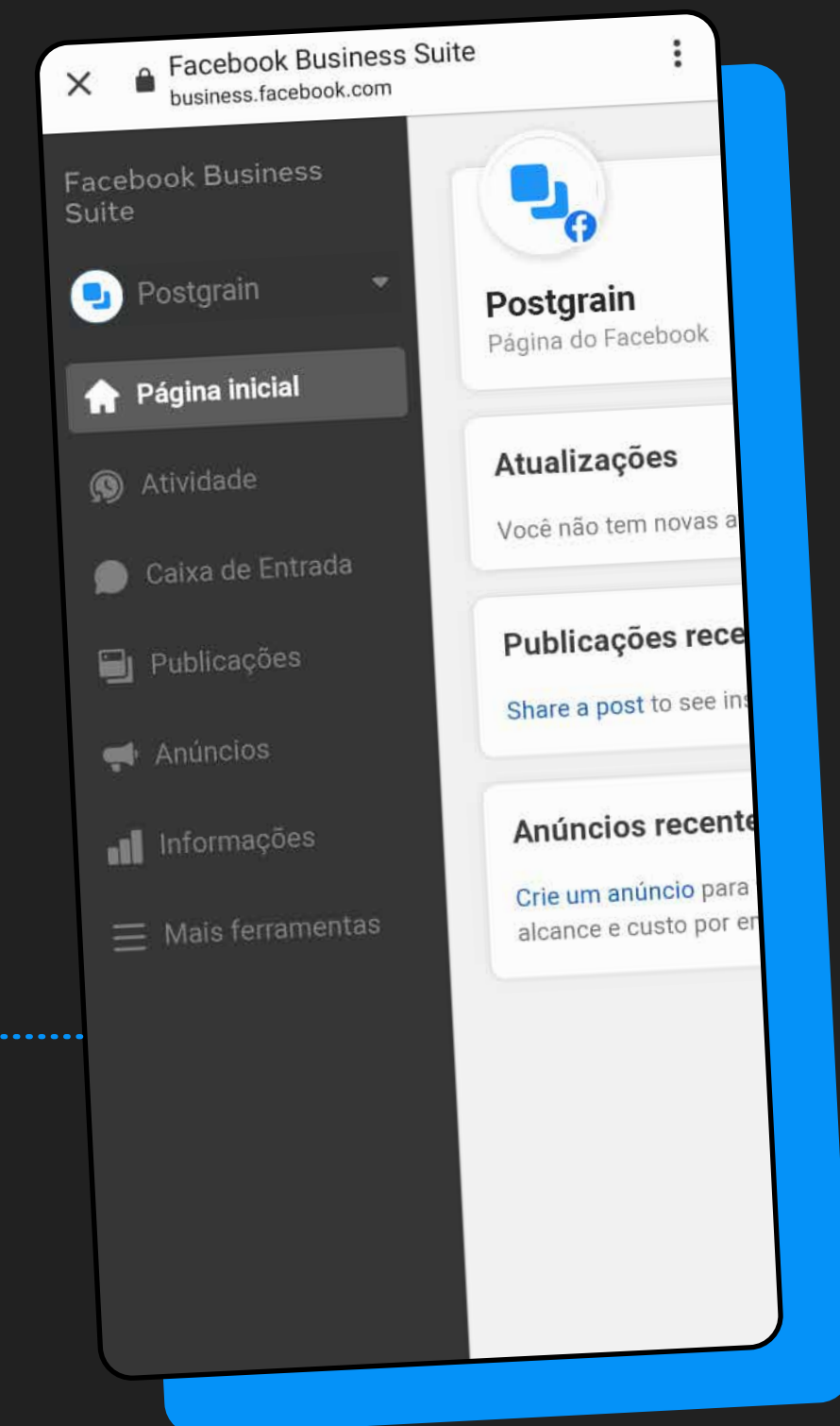
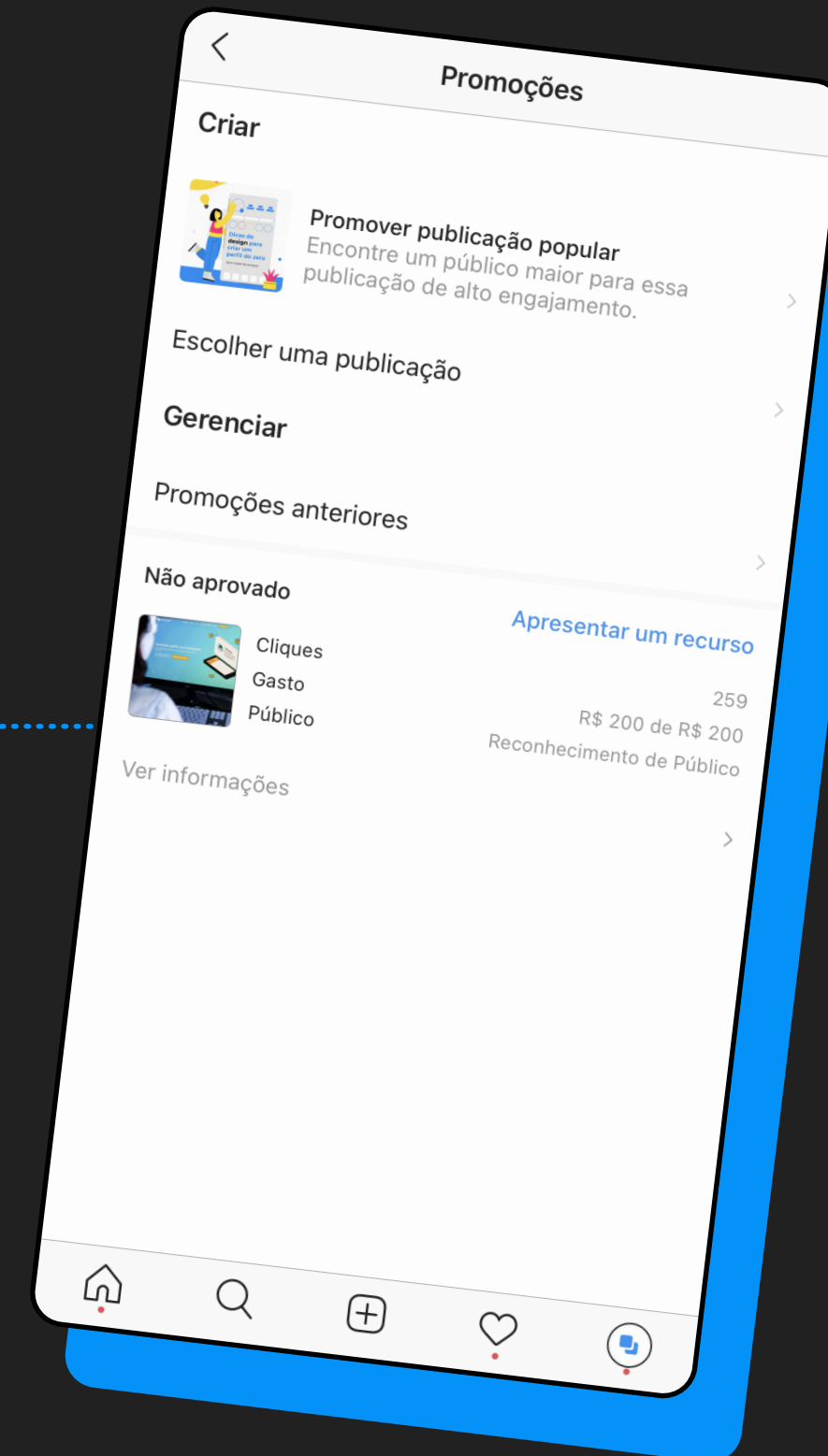
Pra ampliar ainda mais seus resultados e atrair novos consumidores pra sua marca, você pode investir em **anúncios** para atingir mais usuários e ganhar seguidores que serão seus potenciais clientes.

Existem duas formas de criar anúncios para o Instagram, sendo a primeira pelo próprio aplicativo, e a segunda pelo **Gerenciador de Anúncios** do Facebook. A diferença entre os dois é a limitação de informações.

Dentro do aplicativo do Instagram, você consegue patrocinar suas postagens, mas os dados fornecidos são mais básicos e sem relatórios disponíveis para baixar.

Se você decidir migrar um dia para o Gerenciador de Anúncios, vai encontrar todos os anúncios e suas informações, mas eles não estarão organizados e você provavelmente vai gastar um bom tempo procurando os dados que precisa.

Com o Gerenciador, é possível organizar conjuntos de anúncios com os mesmos objetivos, acessar informações, baixar relatórios e analisar outras métricas sempre que precisar. Basta escolher a informação que você busca para começar a analisar. Se essa for sua primeira vez trabalhando com o Instagram Ads, temos um material gratuito com o passo a passo completo para começar uma campanha de sucesso. Você pode conferir o material e baixar gratuitamente [clikando aqui](#).



DICAS EXTRAS PARA UMA BLACK FRIDAY TRANQUILA

Diante do volume de promoções disponíveis no mercado e da ansiedade dos consumidores pra aproveitar as ofertas, a última coisa que você precisa é se estressar e perder um tempão lidando com pequenas coisas que já podiam ter sido prevenidas, né? Por isso, o conselho é: esteja pronto pra qualquer eventualidade! Nesta seção, separamos algumas dicas de como você pode se preparar pra evitar as dores de cabeça no período.

1. Agende suas postagens antecipadamente

Nada de perder o timing durante a Black Friday ou ficar se preocupando com que post precisa entrar em que dia. Prepare previamente um calendário de postagem com todos os conteúdos que você pretende trabalhar durante a campanha e agende seus posts nos melhores horários indicados pelo Instagram Analytics. Você pode usar a plataforma do [Postgrain](#) para agendar seus posts do Feed, Stories, e IGTV, além de compartilhar conteúdos no Facebook e Twitter também.

Se você ainda não é assinante, pode aproveitar o período pra testar nosso gerenciador gratuitamente e facilitar sua gestão de redes sociais na Black Friday. É só clicar no botão abaixo e aproveitar:

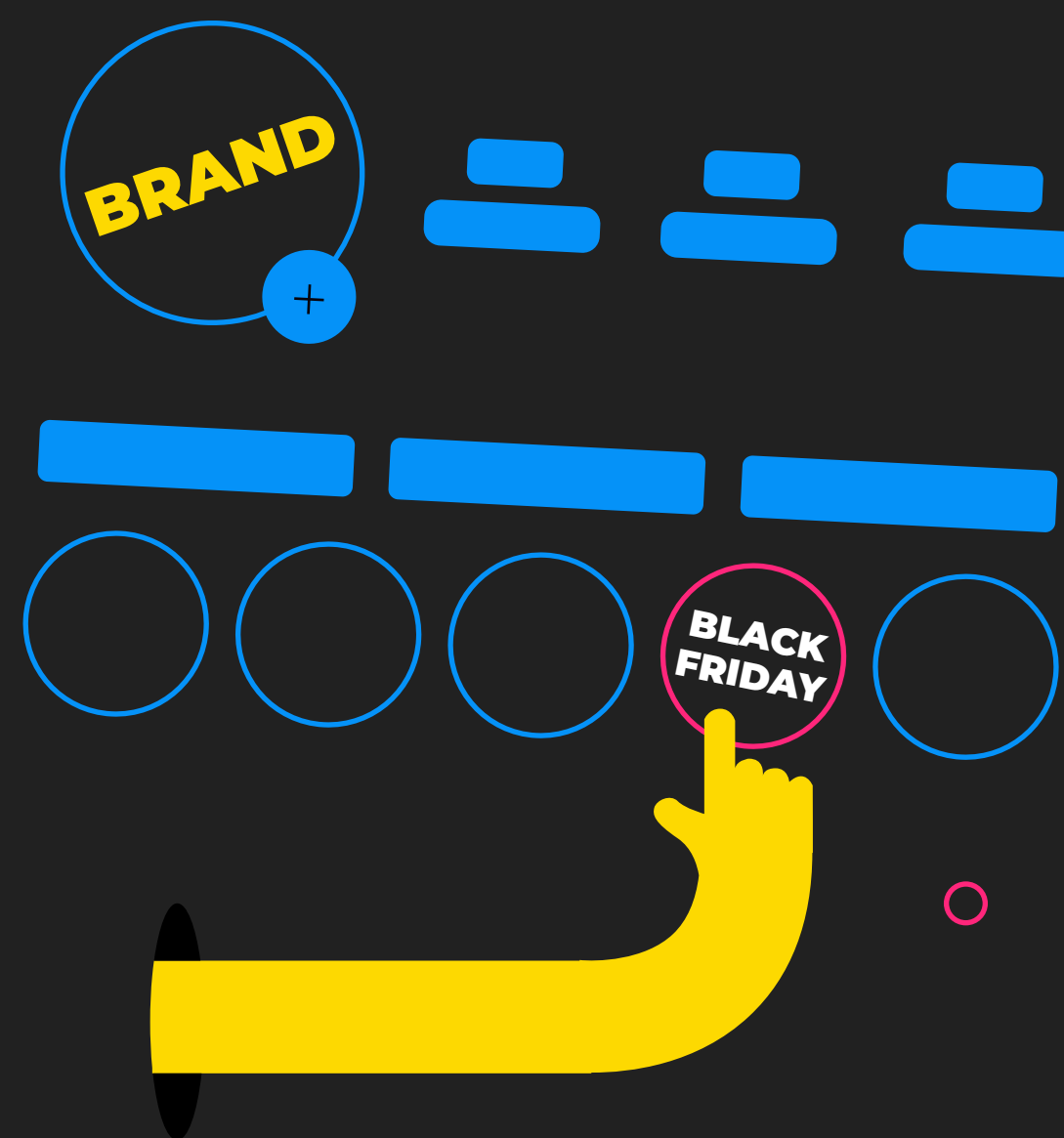
[Clique para saber mais](#)

2. Disponibilize todas as informações importantes

Ao planejar seu conteúdo, certifique-se de que todas as informações mais importantes e necessárias para os consumidores se sentirem atraídos e não terem dúvidas sobre as suas ofertas estarão bem visíveis no seu perfil do Instagram, tanto para os seus seguidores quanto novos usuários que te encontrarem.

Afinal, como vimos, é através da rede social que muitas pessoas fazem suas pesquisas de compra e, se não acharem logo de cara o que precisam saber, pode ser que você os perca para a concorrência.

Trabalhe com os melhores argumentos de desconto e facilidade de compra e deixe eles bem à mostra para que qualquer novo usuário que visite seu perfil encontre com facilidade as informações que precisa pra ser convencido a comprar **da sua marca**. Vale criar um [Destaque personalizado](#) com as principais promoções, produtos e/ou serviços disponíveis e dúvidas dos consumidores, ou também você pode criar um post em formato de Carrossel no Feed.

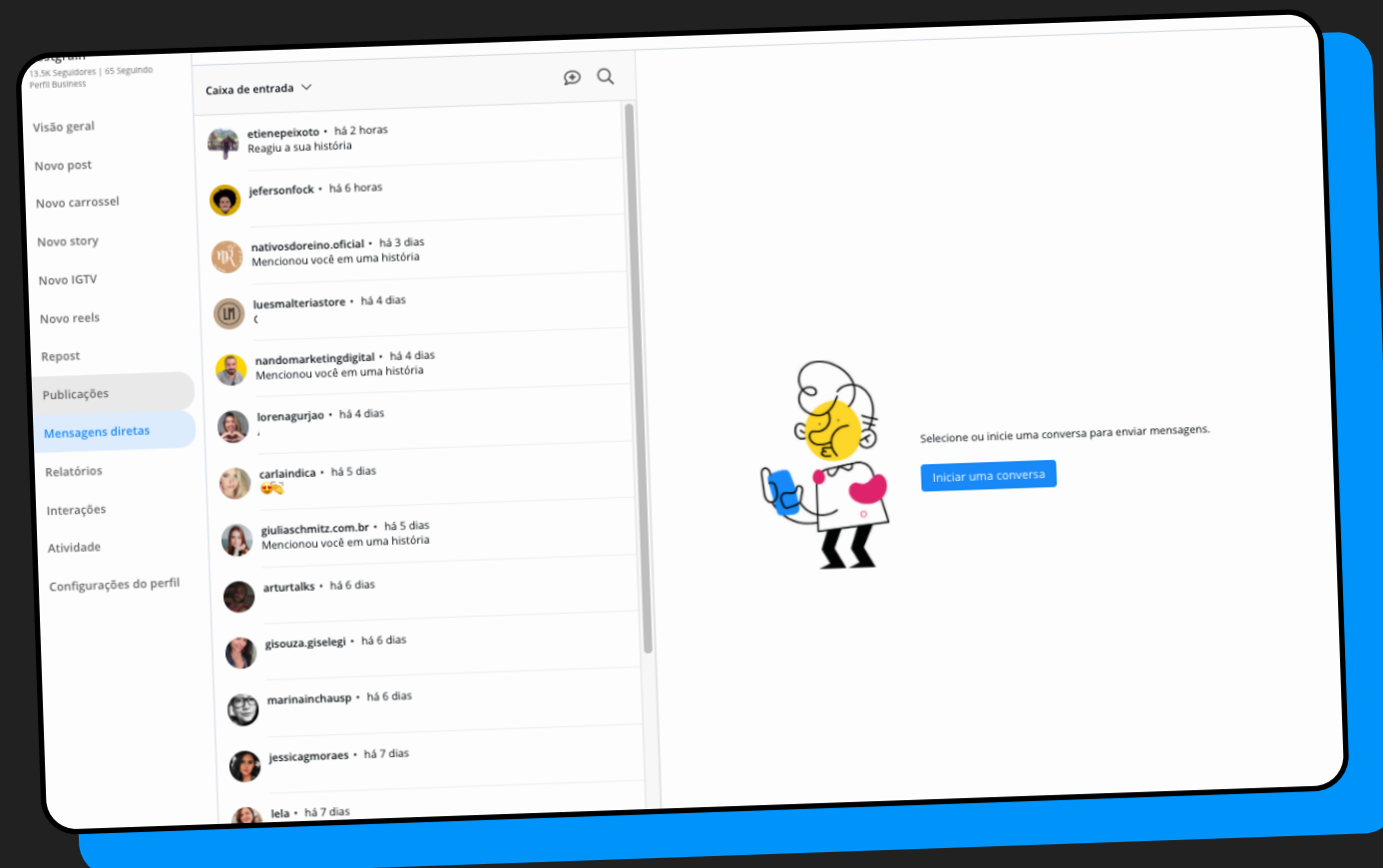


3. Reforço no SAC 2.0

Nossa dica anterior é justamente pra evitar um grande volume de Direct Messages (DM) pra você lidar durante a Black Friday, mas, verdade seja dita, o aumento no número de mensagens e interações nesse período é inevitável.

Então, mesmo com todas as informações mais importantes já estando disponibilizadas, esteja preparado para as eventuais perguntas que podem chegar na sua DM. Uma dica pra ganhar tempo é deixar pronto um FAQ interno com as mais frequentes que normalmente já chegam e todas as informações possíveis sobre seus produtos e/ou serviços, descontos e condições especiais da campanha. Só cuidado pra não soar como um bot, hein?

Pra te ajudar com isso, você pode usar o **Postgrain** para salvar respostas rápidas, organizar a caixa de mensagem por categorias e responder os consumidores através do desktop, sem precisar depender somente do celular em um momento que exige muita atenção e cautela das marcas.



As interações nos comentários também são importantes, por isso, esteja atento ao que os usuários estão comentando nas suas publicações e lembre de dar o máximo de atenção possível a todos durante a campanha, pra não perder nenhum potencial cliente.

CONCLUSÃO

O período da Black Friday pode ser um desafio para várias marcas, mas, se preparando com antecedência, fazendo um planejamento cauteloso das ofertas e investindo na sua estratégia de divulgação no Instagram, não tem erro. Pode confiar na gente que, com todas as dicas que te demos, sua campanha tem tudo pra ser um sucesso de vendas e ainda render ótimos frutos pro Instagram da sua marca, que tende a ganhar mais seguidores e potenciais clientes.

E se quiser se aprofundar ainda mais em estratégias de marketing digital para o Instagram e ficar por dentro das melhores dicas de como aproveitar a rede social pra crescer com a sua marca, é só acessar o [blog do Postgrain](#), onde postamos vários conteúdos sobre o tema, e ficar ligado nas nossas redes sociais: @postgrain e @postgrainacademy, que também têm sempre dicas e atualizações do mercado!





aproveite melhor o seu dia

