



Black Friday

1. Erros 2022

- 1.1. Capacidade de atendimento
- 1.2. Site desorganizado
- 1.3. Estoque preparado
- 1.4. Perdemos força na semana do dia 25

2. Acertos 2022

- 2.1. Curva ABC
 - 2.1.1. Curva A
 - 2.1.1.1. É importante ter alguns (até 10% off) para trazer volume
 - 2.1.2. Curva B
 - 2.1.2.1. Podemos ou não liquidar (vai depender da estratégia do mês de dezembro)
 - 2.1.3. Curva C
 - 2.1.3.1. Deve ser liquidado, aqui que estarão os produtos com descontos mais agressivos
- 2.2. Melhoria da gestão
 - 2.2.1. Acompanhamento de métricas
 - 2.2.2. Organização do time
 - 2.2.3. Direção para o time
- 2.3. Canais orgânicos
 - 2.3.1. Redes sociais
 - 2.3.1.1. Criação de conteúdo
 - 2.3.2. Vendedoras WhatsApp
 - 2.3.2.1. Funil de vendas
 - 2.3.3. Estratégias CRM
 - 2.3.3.1. Captação de leads
 - 2.3.3.2. Grupos
 - 2.3.3.3. Prospecção de clientes e leads
- 2.4. Agrupamento de produtos
 - 2.4.1. Black Days
 - 2.4.2. Blackout
 - 2.4.3. Black VIP

3. Principais erros

- 3.1. Não fazer separação correta de produtos
- 3.2. Não ter boas ofertas
- 3.3. Não preparar audiência
- 3.4. Promoções confusas