

22

Calendário Comercial Para o E-commerce



Por que planejar com um calendário comercial?

O e-commerce brasileiro segue em crescimento acelerado — e as datas sazonais são um dos principais motores desse avanço. Segundo a ABIACOMM (Associação Brasileira de Inteligência Artificial e E-commerce), em 2025 o comércio eletrônico faturou R\$ 235,5 bilhões, e a estimativa para 2026 é de R\$ 259 bilhões. A Associação também estima que as datas sazonais podem representar até 30% do faturamento anual de um pequeno negócio.

Eventos como a Black Friday e outras ocasiões promocionais são excelentes oportunidades para impulsionar a receita, porém, é necessário planejar com antecedência, para maximizar os resultados nesses períodos de pico.

Além das datas tradicionais, as datas duplas (como 02/02, 03/03, 04/04), vêm ganhando força no e-commerce. Plataformas como Shopee usam essas datas para criar campanhas com cupons, descontos e ações interativas, atraindo clientes com a ideia de “dia perfeito para comprar”. Essa estratégia gera engajamento e ajuda a manter vendas em períodos menos movimentados.

Por que isso é importante para você?

Cada data — tradicional ou dupla — pode se transformar em uma campanha poderosa para:

Aumentar faturamento.

Gerar fluxo de caixa.

Renovar estoque e reduzir produtos parados.

Fortalecer a marca e fidelizar clientes.

💡 Dica Correios

Inclua as datas duplas no seu calendário promocional e crie ações criativas, como cupons exclusivos, kits temáticos e frete grátis, para aproveitar o apelo dessas ocasiões.

1) Planejamento e Sazonalidade: onde está o pico de demanda

Datas comemorativas e promocionais concentram os maiores índices de sazonalidade. Estruture um calendário de campanhas em etapas: trabalhe pré-esquenta, pico e pós-venda em todas as sazonalidades do ano.

- ✓ Pré-esquenta → aqueça a base com listas VIP, acesso antecipado e cupons escalonados.
- ✓ Pico → comunique “compre agora, receba até X” (defina prazos claros).
- ✓ Pós-venda → facilite trocas com Logística Reversa e incentive recompra (cupom/benefício).

Ação: Defina metas para cada etapa da campanha (60, 30 e 7 dias antes da data e 7 dias depois): Estabeleça objetivos para valor total de vendas, quantidade de pedidos, ticket médio (valor médio por compra), taxa de conversão (visitantes que compram), CAC (custo para conquistar cada cliente) e recompra (clientes que voltam a comprar).

💡 Dica Correios

Os Correios oferecem consultoria de e-commerce, como benefício, para clientes com contrato comercial, ajudando na integração de preços e prazos, estratégias de frete e análise da loja virtual. Isso pode te ajudar a melhorar sua logística, reduzir abandono de carrinho e aumentar vendas em datas sazonais.

2) Mix e Categorias: Venda o que o público procura

Em 2025, o comércio eletrônico brasileiro cresceu 15,3%. Esse crescimento foi impulsionado principalmente pela categoria de Eletrodomésticos, seguida por Telefonia e Casa&Decoração.

Nas datas comemorativas, os consumidores demonstram intenção de comprar produtos de maior valor, como Eletrônicos e Eletrodomésticos, mas na prática, muitas compras acabam sendo de itens de consumo recorrente (como cosméticos, alimentos e produtos para pets). Por isso, é importante ajustar seu mix de produtos e estoque para atender a esse comportamento.

Como aproveitar isso?

Além das datas tradicionais (Dia das Mães, Black Friday, etc.), use também datas de nicho do calendário, como: Dia de Star Wars (04/05), Dia do Orgulho Nerd (25/05), Dia do Gamer (29/08). Essas datas são ótimas para criar curadorias temáticas e kits especiais, que aumentam o valor médio da compra (ticket médio).

Ação prática

Para cada campanha, crie duas frentes de produtos:

- ✓ Produtos de desejo e alto impacto: Crie ofertas exclusivas, destaque segurança e ofereça entrega expressa.
- ✓ Produtos de consumo recorrente: Ofereça assinaturas, kits promocionais e descontos progressivos para incentivar compras maiores e fidelização.

💡 Dica Correios

Use o Valor Declarado em produtos de maior valor ou em campanhas sazonais para garantir que sua operação continue lucrativa mesmo diante de imprevistos. Consulte [aqui](#) valor máximo de declaração para cada serviço.



3) Do App ao Checkout: Como Engajar e Vender Mais

Hoje, as lojas que atuam 100% online, estão crescendo muito, assim como os aplicativos de compra e entrega, que ganharam espaço no comportamento do consumidor. Isso significa que você precisa estar presente onde o cliente está: no **celular**.

O que fazer na prática?

- ✓ Priorize a experiência no celular (UX mobile): Tenha uma loja virtual rápida, fácil de navegar, com checkout simplificado (menos etapas para concluir a compra), meios de pagamento rápidos (Pix, carteiras digitais) e transparente, com políticas claras de entrega e trocas.
- ✓ Notificações inteligentes: Envie alertas via app, WhatsApp ou e-mail, para reforçar urgência e benefícios das ofertas.
- ✓ Invista em formatos que engajem: Faça lives de vendas (live commerce), vídeos curtos para redes sociais, cronograma com contagem regressiva e “últimas unidades”, especialmente antes das grandes datas (pré-esquenta).
- ✓ Campanhas mobile-first: Crie anúncios pensados para celular e segmente por comportamento do cliente.
- ✓ Crie páginas temáticas (landing pages) para cada data comemorativa.
- ✓ Teste e otimize: Use testes A/B para descobrir quais ofertas e layouts funcionam melhor.
- ✓ Ofereça listas VIP com acesso antecipado às promoções.
- ✓ Implemente programas de fidelidade, com cashback ou Frete Grátis, para incentivar compras recorrentes.

4) Logística e Frete: Sua Entrega, Seu Diferencial

Os clientes valorizam prazo rápido e conveniência, especialmente em datas de grande movimento. Para isso, é essencial preparar sua operação para os picos de demanda. Uma logística bem planejada evita atrasos, aumenta a confiança do cliente e pode ser usada como argumento de venda.

O que fazer na prática?

- ✓ Promessas de entrega realistas: Informe prazos que você pode cumprir e organize os chamados cutoffs (últimos dias para garantir entrega antes da data) por região.
- ✓ Ofereça frete atrativo: frete regionalizado, fixo ou grátis pode ser um gatilho para aumentar conversão.
- ✓ Estoque avançado: Planeje antecipadamente seu estoque para não perder vendas nos períodos de alta demanda.
- ✓ Curva ABC: classifique produtos por importância (A, B, C) para priorizar estoque, preço e destaque.
- ✓ Embalagens adequadas: Use materiais seguros e práticos para agilizar a preparação e evitar prejuízos.
- ✓ Plano de contingência para picos: reforço de atendimento e unidades extras para postagem.

💡 Dica Correios

Ofereça conveniência e segurança aos seus compradores, com estas soluções:

SEDEX Hoje* – entregas no mesmo dia para quem tem urgência

Clique e Retire - seus clientes podem receber as encomendas em qualquer uma das 6.000 agências dos Correios

Lockers - para retirada segura e prática em pontos estratégicos

Logística Reversa - para trocas ou devoluções

Correios Log+ - armazenagem, separação de pedidos e embalagens seguras, tudo integrado às entregas e logística reversa para reduzir custos e acelerar suas vendas.

*Verifique a disponibilidade do serviço para a sua cidade no site dos Correios.



5) Como saber se sua campanha deu certo

Depois da campanha: o que analisar e por quê

- ✓ Lucro obtido por campanha - Verifique quanto realmente sobrou depois de descontar custos (produtos, anúncios, frete). Isso mostra se a ação foi rentável.
- ✓ Recompra (clientes que voltaram a comprar) - Avalie quantos clientes fizeram uma nova compra após a campanha. Esse indicador mede fidelização e ajuda a planejar ações para manter esses clientes ativos.
- ✓ Satisfação do cliente (NPS) - NPS significa Net Promoter Score, uma pesquisa simples que pergunta: “De 0 a 10, qual a chance de você recomendar nossa loja?”. Essa métrica indica se a experiência foi positiva e se o cliente confia na sua marca.
- ✓ Relatório com aprendizados - Registre o que funcionou bem e o que pode melhorar (ex.: prazos, estoque, comunicação). Esse relatório será sua base para planejar campanhas futuras com mais eficiência.

💡 Dica Correios

Gerencie sua logística com agilidade usando o app Correios Empresas, que oferece rastreamento em tempo real, pré-postagem, coleta programada, simulação de preços e prazos, gestão financeira e embalagens digitais — tudo integrado à sua operação de e-commerce.



Prepare-se para Vender Mais em 2026

As datas comemorativas e as datas duplas (como 02/02, 03/03, 04/04) não são apenas momentos festivos — juntas, elas representam grandes oportunidades para aumentar seu faturamento, conquistar novos clientes e fidelizar quem já compra com você. Essas ocasiões vêm ganhando força no e-commerce com campanhas criativas, cupons e ações interativas que geram engajamento e vendas extras. O segredo para aproveitar todo esse potencial está no planejamento: definir metas claras, organizar campanhas por etapas e oferecer uma experiência completa, do preço ao pós-venda.

O que você aprendeu neste guia?

- ✓ Como organizar campanhas em etapas (pré-esquenta, pico e pós-venda)
- ✓ A importância de combinar produtos de desejo com itens de consumo recorrente
- ✓ Estratégias para precificação, comunicação e experiência mobile
- ✓ Como usar a logística como diferencial competitivo, com soluções dos Correios que garantem rapidez, conveniência e segurança.

Agora é com você: coloque as estratégias em prática e transforme cada oportunidade em crescimento para o seu negócio!



Principais datas de 2026

JANEIRO

07/01 Dia do Leitor
18/01 Dia da Manicure e Esteticista
19/01 Dia do Cabeleireiro
25/01 Aniversário de São Paulo

FEVEREIRO

17/02 Carnaval
19/02 Dia do Esportista

MARÇO

08/03 Dia Internacional da Mulher
10/03 Dia Nacional de Combate ao Sedentarismo
15/03 Dia do Consumidor
15/03 Dia Nacional dos Animais
20/03 Início do Outono
21/03 Dia Internacional do Perfume
31/03 Dia da Saúde e Nutrição

ABRIL

02/04 Dia Internacional do Livro Infantil
05/04 Páscoa
13/04 Dia do Beijo
14/04 Dia Mundial do Café
23/04 Dia Mundial do Livro
24/04 Dia do Churrasco
28/04 Dia do Frete Grátis

MAIO

01/05 Dia do Trabalho
03/05 Dia do Sertanejo
08/05 Dia das Mães
13/05 Dia do Automóvel
24/05 Dia Nacional do Café
25/05 Dia do Orgulho Nerd ou Geek
30/05 Dia do Decorador

JUNHO

03/06 Dia Mundial da Bicicleta
04/06 Dia Mundial da Corrida
11/06 Copa do Mundo FIFA
12/06 Dia dos Namorados
21/06 Início do Inverno
28/06 Dia Internacional do Orgulho LGBTQIAPN+

JULHO

05/07 Dia Mundial do Biquíni
07/07 Dia Mundial do Chocolate
13/07 Dia do Rock
19/07 Dia do Futebol
24/07 Dia Internacional do Autocuidado
27/07 Dia do Motociclista
30/07 Dia Internacional da Amizade
30/07 Dia Mundial do Bordado
31/07 Dia do Orgasmo

AGOSTO

01/08 Dia Internacional da Cerveja
05/08 Dia Nacional da Saúde
09/08 Dia dos Pais
15/08 Dia da Informática
29/08 Dia Internacional do Gamer

SETEMBRO

06/09 Dia do Alfaiate, Dia do Sexo, Dia Mundial da Barba
07/09 Independência do Brasil
15/09 Dia do Cliente
20/09 Revolução Farroupilha (Dia do Gaúcho)
22/09 Início da Primavera

OUTUBRO

01/10 Dia Internacional do Café
04/10 Dia dos Animais, Dia do Cachorro
08/10 Dia dos Nordestinos
12/10 Dia das Crianças e Nossa Senhora Aparecida
15/10 Dia do Professor
21/10 Dia do Ecumenismo
22/10 Dia do Enólogo
28/10 Dia do Flamenguista
30/10 Dia da Decoração, Dia do Designer de Interiores
31/10 Halloween

NOVEMBRO

11/11 - Singles' Day
15/11 Dia do Joalheiro
22/11 Dia do Músico
27/11 Black Friday
30/11 Cyber Monday

DEZEMBRO

15/12 Dia do Jardineiro
20/12 Dia do Mecânico
21/12 Início do verão
25/12 Natal
26/12 Boxing Day

💡 Para saber mais, fale com seu Consultor de Negócios ou entre em contato pelo e-mail comercioeletronico@correios.com.br



aproxiME
PROGRAMA DE APOIO AO MICROEMPREENDEDOR.
APROXIMANDO OBJETIVOS E CONQUISTAS.