



Guia Técnico-Estratégico Black Friday 2026

mais entrega • mais confiança • mais qualidade • mais agilidade •
mais compromisso • mais facilidade • mais proximidade

Sumário

Guia técnico-estratégico para preparar sua operação

ESTRATÉGIA E PREPARAÇÃO

- 00 Introdução
- 01 Defina seus objetivos
- 02 Analise a concorrência
- 03 Correios: parceria além da logística para o seu e-commerce
- 04 Atualize seu estoque
- 05 Correios Log+: fulfillment para apoiar o crescimento da sua operação
- 06 Prepare sua infraestrutura
- 07 Apresente ofertas atrativas
- 08 Invista em estratégias de tráfego qualificado
- 09 Personalize a experiência do cliente

EXPERIÊNCIA, LOGÍSTICA E RESULTADOS

- 10 Inteligência artificial e as novas formas de busca
- 11 Ofereça suporte ao cliente
- 12 Informação da compra
- 13 Segmentação geográfica integrada à estratégia de frete
- 14 Correios como parceiro na distribuição dos pedidos
- 15 Logística reversa, trocas e reembolsos
- 16 Prepare-se para o pós Black Friday
- 17 Dados e aprendizados para aprimorar a operação

R\$ 259,8 bilhões

*projeção para o e-commerce brasileiro em 2026

quase 97 milhões

de consumidores online

A Black Friday é um dos períodos mais estratégicos do e-commerce. Em 2026, o setor deve movimentar cerca de R\$ 259,8 bilhões, impulsionado por aproximadamente 97 milhões de consumidores online.

Nesse cenário, vender mais depende de muito mais do que oferecer descontos. Estoque, experiência de compra, prazo de entrega e eficiência logística podem ser decisivos para conquistar ou perder clientes.

Neste material, você descobrirá como preparar sua operação, evitar os principais desafios da temporada e transformar o aumento da demanda em oportunidades de crescimento.

Com os Correios como parceiro logístico, sua empresa conta com soluções integradas para armazenagem, envios, entregas e logística reversa, garantindo mais eficiência durante toda a jornada de vendas.

Construa sua estratégia logística com os Correios

Avalie, com o apoio dos Correios, as soluções logísticas mais adequadas ao perfil da sua operação.

Procure seu consultor, sua agência de postagem ou escreva para comercioeletronico@correios.com.br.

01

Defina seus objetivos

A Black com os Correios é mais.



01 Defina seus objetivos

Comece definindo o resultado que deseja conquistar. Quanto sua empresa quer vender? Quantos novos clientes pretende atrair? Quais produtos têm maior potencial para gerar receita, aumentar o ticket médio ou abrir novas oportunidades de mercado?

Uma campanha bem direcionada pode gerar muito mais do que faturamento. Ela pode acelerar a renovação do estoque, ampliar o alcance da marca, elevar a conversão e criar oportunidades de recompra ao longo do ano.

Transforme objetivos em metas claras

- Defina indicadores mensuráveis e um período de acompanhamento.
- Estabeleça metas realistas com base no histórico da loja.
- Determine a margem mínima de cada oferta.
- Distribua responsabilidades entre marketing, vendas, atendimento e logística.
- Crie um plano de resposta para cenários de demanda acima ou abaixo do previsto.

DICA

Acompanhe os resultados durante toda a campanha. Assim, sua equipe poderá corrigir rapidamente anúncios, ofertas, estoque e atendimento.

02

Analise a concorrência

A Black com os Correios é mais.



02 Analise a concorrência

Conhecer a atuação dos concorrentes ajuda sua empresa a encontrar espaços para se diferenciar. Mais do que acompanhar preços, observe como outras lojas comunicam benefícios, apresentam condições de entrega e reduzem dúvidas durante a compra.

Como realizar uma análise prática

- Liste as lojas que oferecem produtos ou serviços semelhantes aos seus.
- Compare preços, condições de pagamento, políticas de frete, prazos e benefícios.
- Observe como os concorrentes apresentam produtos, promoções e diferenciais.
- Acompanhe lojas virtuais, redes sociais, marketplaces e sites de comparação.
- Converse com clientes para entender expectativas, dificuldades e critérios de escolha.

Transforme essas informações em decisões comerciais. Destaque benefícios relevantes para seu público, preserve a identidade da marca e construa ofertas compatíveis com sua margem, seu estoque e sua capacidade de atendimento.

03

Correios: parceria além da logística para o seu e-commerce

A Black com os Correios é mais.



03 Correios: parceria além da logística para o seu e-commerce

Durante a Black Friday, o aumento dos pedidos exige uma operação sincronizada do estoque à entrega.

Com os Correios, sua empresa conta com soluções que vão da contratação digital à logística reversa, incluindo integração tecnológica, fulfillment e distribuição. Assim, você pode focar nas vendas enquanto um único parceiro apoia toda a movimentação dos pedidos.

Como a parceria com os Correios apoia sua operação

- Contratação totalmente digital.
- Tabelas comerciais regionalizadas.



Black Correios 2026: Bateu, Ganhou

- Melhor previsibilidade financeira, conforme as condições do contrato.
- Ferramentas gratuitas para apoiar a preparação e o acompanhamento das postagens.
- APIs para integração com plataformas e sistemas.
- Logística reversa integrada.
- Consultoria especializada para apoiar a expansão do e-commerce.
- Possibilidade de escalar as operações sem aumentar desnecessariamente a complexidade logística.

A ação promocional Black Correios 2026 é destinada a clientes elegíveis do pacote Platinum que atendam, de forma cumulativa, aos critérios previstos no regulamento, como contrato ativo, adimplência, movimentação contratual compatível e aceite formal dentro do período de vigência.

Durante a ação, os participantes podem ter acesso a redutores de preços de 15% a 35%, conforme as faixas de faturamento personalizadas do cliente e a aferição realizada em cada ciclo. Os redutores se aplicam aos serviços SEDEX, SEDEX 10/12, SEDEX Hoje, SEDEX Reverso, PAC, PAC Reverso e Mini Envios.

As condições, faixas de faturamento, datas de aferição e períodos de aplicação variam conforme o contrato e o ciclo de faturamento. Consulte o regulamento recebido e os canais oficiais dos Correios antes de planejar sua campanha.

IMPORTANTE

A adesão depende de aceite formal e os benefícios não são cumulativos com outras ações promocionais, salvo previsão expressa dos Correios.

04

Atualize seu estoque

A Black com os Correios é mais.



04 Atualize seu estoque

Estoque disponível significa oportunidade de venda. Antecipe a negociação com fornecedores, confirme prazos de reposição e concentre esforços nos produtos com maior potencial de saída e rentabilidade.

Antes de anunciar, confirme o saldo e as condições dos produtos. Isso protege a promessa feita ao cliente, reduz cancelamentos e ajuda sua empresa a converter a campanha em receita e confiança.

Considere o perfil logístico de cada categoria

Tecnologia, moda, saúde e beleza, casa e decoração, automotivo e produtos pet apresentam características distintas de peso, dimensão, valor, frequência de compra e possibilidade de devolução. Avalie essas diferenças ao definir estoque, embalagem, separação, modalidade de envio e política de troca.

Use dados para planejar

- Consulte o histórico de vendas e as campanhas anteriores.
- Identifique produtos de maior giro e itens sazonais.
- Defina estoque de segurança para ofertas prioritárias.
- Integre, sempre que possível, o estoque dos diferentes canais de venda.
- Suspenda rapidamente anúncios de itens indisponíveis.

05

Correios Log+: fulfillment para apoiar o crescimento da sua operação

A Black com os Correios é mais.



05 Correios Log+: fulfillment para apoiar o crescimento da sua operação

Crescer sem sobrecarregar a equipe é um dos principais desafios da Black Friday. Com o Correios Log+, etapas como recebimento, armazenagem, separação, preparação e expedição podem ser conduzidas em uma operação especializada. A solução aproxima o fulfillment dos serviços de distribuição e logística reversa dos Correios, apoiando empresas que precisam de escala e integração logística.

Os Correios contam com estruturas de fulfillment distribuídas estrategicamente pelo país.

São 16 Centros de Logística Integrada (CLI) nas diretorias do Distrito Federal, São Paulo Metropolitana, Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro, Bahia, Ceará, Pernambuco, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Amazonas, Goiás, Espírito Santo, São Paulo Interior, Piauí e Pará. Consulte a disponibilidade e a abrangência atualizadas para sua operação.



Fulfillment como apoio à escala

O fulfillment deve ser avaliado como parte da estratégia de crescimento, e não apenas como armazenagem. Ao integrar estoque, separação, preparação dos pedidos e distribuição, a solução pode apoiar operações que precisam absorver picos de demanda sem ampliar, na mesma proporção, a estrutura interna.

Benefícios do fulfillment para a operação

- Redução dos prazos de entrega.
- Diminuição dos custos logísticos.
- Melhoria dos indicadores de satisfação.
- Escalabilidade para picos de demanda.
- Maior foco da equipe nas vendas e no atendimento.

O Correios Log+ apoia operações de comércio eletrônico com armazenagem, atendimento de pedidos e integração aos serviços de entrega e logística reversa. A contratação e a operação dependem de análise das localidades, condições comerciais e integração tecnológica aplicáveis ao negócio.

06

Prepare sua infraestrutura

A Black com os Correios é mais.



06 Prepare sua infraestrutura

Cada segundo conta quando o cliente está pronto para comprar. Prepare sua infraestrutura para manter a loja rápida, estável, segura e fácil de usar mesmo com o aumento de acessos, consultas e pedidos.

Prepare cenários de demanda

Trabalhe com uma previsão principal e estabeleça respostas para volumes acima ou abaixo do esperado. Defina previamente como ajustar mídia, estoque, equipe, capacidade de separação e frequência das postagens. Essa preparação reduz decisões improvisadas durante a campanha.



- Ajuste a capacidade do servidor e monitore o desempenho.
- Melhore a velocidade de carregamento das páginas.
- Teste o site, os meios de pagamento e o cálculo de frete.
- Garanta uma experiência responsiva em celulares.
- Revise integrações com estoque, ERP, marketplaces e transportadoras.
- Evite atualizações de grande impacto próximo à campanha.
- Prepare cópias de segurança e um plano para indisponibilidades.
- Analise os indicadores das campanhas anteriores.

DICA

Faça um teste completo. Simule a compra como se fosse um cliente: pesquise um produto, aplique um cupom, calcule o frete, conclua o pagamento e verifique as comunicações enviadas após o pedido.

07

Apresente ofertas atrativas

A Black com os Correios é mais.



07 Apresente ofertas atrativas

Uma oferta comercialmente forte combina atratividade para o cliente e resultado para a empresa. Antes de divulgar cada condição, considere margem, estoque, mídia, embalagem, impostos, pagamento e logística.

Estratégias que podem aumentar a atratividade

- Frete grátis, frete expresso gratuito ou descontos no frete para condições específicas.
- Cupons para novos clientes, clientes recorrentes ou compras acima de determinado valor.
- Brindes relacionados ao produto ou ao valor da compra.
- Kits de produtos com preço diferenciado.
- Lista VIP com acesso antecipado ou condições exclusivas.
- Promoções destinadas à renovação de estoque.

Venda mais, mas venda bem. Descontos sem análise podem aumentar o volume e reduzir o resultado. Priorize ofertas que gerem percepção de valor, protejam a margem e possam ser atendidas com qualidade.

08

Invista em estratégias de tráfego qualificado

A Black com os Correios é mais.



08 Investa em estratégias de tráfego qualificado

Oferta boa precisa de visibilidade. Combine canais próprios, mídia paga, parceiros e conteúdo para alcançar pessoas com maior potencial de compra e manter uma mensagem clara em todos os pontos de contato.

Ações recomendadas

- Divulgue a campanha nas redes sociais, no site, por e-mail e em canais de relacionamento autorizados.
- Crie conteúdos úteis, claros e alinhados às dúvidas do público.
- Prepare banners, vitrines, páginas de campanha e mensagens com identidade consistente.
- Faça parcerias com lojas, criadores de conteúdo ou canais complementares ao seu negócio.
- Organize um calendário de comunicação para o aquecimento da campanha, a semana da Black Friday e o relacionamento após a compra.

Tráfego pago: acelere suas vendas

Na Black Friday, atenção é um ativo valioso. Campanhas de tráfego pago podem colocar suas ofertas diante de públicos com maior potencial de compra, acelerar visitas à loja e apoiar a geração de vendas.

Como utilizar a mídia paga

- Google Ads para capturar intenção de compra.
- Meta Ads para geração de demanda.
- Remarketing para recuperar visitantes.
- Campanhas específicas para carrinhos abandonados.
- Segmentação por localização, faixa etária, interesses e comportamento de compra, respeitando as regras das plataformas e a legislação aplicável.

08 Invista em estratégias de tráfego qualificado

Pesquise anúncios ativos

Biblioteca de Anúncios da Meta:

<https://pt-br.facebook.com/ads/library/>

Central de Transparência de Anúncios do Google:

[https://adstransparency.google.com/
?region=BR](https://adstransparency.google.com/?region=BR)



DICA

As empresas com melhor desempenho não começam a investir apenas durante a campanha. Use o período anterior para atrair visitantes, construir audiências qualificadas, testar criativos e otimizar campanhas. Assim, sua loja chega à Black Friday com mais informações para decidir onde investir.

09

Personalize a experiência do cliente

A Black com os Correios é mais.



09 Personalize a experiência do cliente

Durante a Black Friday, o consumidor compara preços, condições e experiências antes de decidir onde comprar. Para destacar sua loja em um ambiente tão competitivo, ofereça uma jornada simples, relevante e alinhada às necessidades do seu público. Quanto mais facilidade o cliente encontrar para descobrir produtos, esclarecer dúvidas e concluir o pedido, maiores serão as oportunidades de conversão.

Recomende produtos relevantes

Utilize canais autorizados, como e-mail e WhatsApp, para apresentar ofertas e produtos relacionados aos interesses do cliente. Na loja virtual, organize vitrines e banners personalizados com base nas buscas, compras anteriores e comportamento de navegação.

Facilite a busca por produtos

Disponibilize campos de busca eficientes, filtros objetivos e categorias bem organizadas. Destaque informações importantes, como preço, disponibilidade, condições de pagamento, prazo e opções de entrega, para ajudar o cliente a tomar uma decisão com mais segurança.

Simplifique a conclusão da compra

Mantenha o checkout rápido, intuitivo e seguro, eliminando etapas desnecessárias e mensagens confusas. Ofereça formas de pagamento e modalidades de entrega compatíveis com o perfil do público, incluindo opções mais rápidas quando disponíveis.

10

Inteligência artificial e as novas formas de busca

A Black com os Correios é mais.



10 Inteligência artificial e as novas formas de busca

O consumidor já descobre produtos de novas maneiras. Além dos buscadores tradicionais, ferramentas de inteligência artificial, assistentes virtuais, busca por voz e busca por imagem passaram a apoiar pesquisas, comparações e decisões de compra.

Quanto mais claras e organizadas forem as informações da sua loja, maiores serão as possibilidades de seus produtos serem encontrados e considerados nesses novos canais.

O que merece atenção

- Inteligência artificial para recomendação de produtos.
- Chatbots para atendimento rápido e automatizado.
- Busca por voz em celulares e assistentes virtuais.
- Busca conversacional em plataformas de inteligência artificial.
- Busca por imagem, como o Google Lens.
- Personalização da experiência de compra.

AIO, AEO e GEO: sua loja pronta para novas buscas

AIO, ou AI Optimization, é a organização do conteúdo e das informações da loja para facilitar a compreensão dos produtos por sistemas de inteligência artificial.

AEO, ou Answer Engine Optimization, é a estruturação das informações para responder com clareza às dúvidas dos consumidores em buscadores, assistentes virtuais e plataformas de perguntas e respostas.

10 Inteligência artificial e as novas formas de busca

GEO, ou Generative Engine Optimization, reúne práticas para tornar conteúdos, produtos e informações mais compreensíveis e úteis em plataformas de inteligência artificial generativa, como ChatGPT, Copilot e Gemini.

Como aumentar suas chances de ser encontrado

- Crie descrições completas e objetivas dos produtos.
- Utilize imagens de alta qualidade.
- Informe corretamente preço, estoque e prazo de entrega.
- Organize categorias, marcas, medidas e demais atributos.
- Responda às principais dúvidas dos clientes.
- Mantenha as informações atualizadas em todos os canais de venda.



DICA

Para a Black Friday, informações claras, imagens de qualidade e condições de entrega bem definidas ajudam consumidores e ferramentas digitais a compreender melhor suas ofertas. Ser encontrado nas novas formas de busca é tão importante quanto ter uma operação preparada para entregar as vendas realizadas.

11

Ofereça suporte ao cliente

A Black com os Correios é mais.



11 Ofereça suporte ao cliente

Atendimento também vende. Em períodos de alta demanda, respostas rápidas e claras ajudam a remover barreiras, recuperar oportunidades e transmitir segurança antes e depois da compra.

- Reforce a equipe ou organize uma escala especial.
- Ofereça atendimento nos canais mais utilizados pelo público.
- Prepare respostas para dúvidas sobre ofertas, pagamentos, prazos, trocas e devoluções.
- Compartilhe com a equipe as regras das promoções e os produtos participantes.
- Defina prioridades e responsáveis para situações críticas.
- Registre os principais contatos para identificar problemas recorrentes.

Mesmo em momentos de alta demanda, mantenha uma comunicação respeitosa, objetiva e transparente. Quando não houver solução imediata, informe o prazo e o próximo passo.

12

Informação da compra

A Black com os Correios é mais.



12 Informação da compra

Informação clara reduz dúvidas e aumenta a confiança. Mostre as condições da oferta, facilite a conclusão do pedido e permita que o cliente acompanhe a entrega sem dificuldade.

Mantenha o consumidor informado

- Confirme o pedido e o pagamento.
- Informe o código e o canal de rastreamento.
- Comunique alterações relevantes no prazo ou na entrega.
- Disponibilize histórico e orientações de suporte.
- Explique de forma simples os procedimentos de troca e devolução.

Os Correios disponibilizam recursos tecnológicos para integração com operações de clientes, incluindo documentação de APIs. Essas integrações podem automatizar consultas e etapas do fluxo logístico, conforme os serviços contratados e os requisitos técnicos aplicáveis.

Fonte oficial: Correios, área de atendimento a desenvolvedores.

13

Segmentação geográfica integrada à estratégia de frete

A Black com os Correios é mais.



13 Segmentação geográfica integrada à estratégia de frete

Direcionar a oferta para as regiões certas pode melhorar a eficiência da campanha.

A segmentação geográfica permite combinar potencial de mercado, estoque disponível e capacidade logística para criar condições mais competitivas.

Observe mercados em expansão

O comércio eletrônico avança em regiões que anteriormente tinham menor participação nas vendas digitais. Ao planejar suas campanhas, analise o potencial de diferentes localidades e avalie, com o apoio dos Correios, as opções logísticas disponíveis para ampliar o alcance da sua loja.

Para identificar localidades com condições de preço ou prazo mais competitivas para o seu projeto, entre em contato com seu consultor, com a agência de postagem ou envie um e-mail para comercioeletronico@correios.com.br.

Exemplos de segmentação

- Campanhas locais.
- Campanhas estaduais.
- Campanhas regionais.
- Localidades com condições semelhantes de preço e prazo.

Utilize informações de prazo de entrega para criar ofertas exclusivas para regiões atendidas por modalidades expressas ou por estruturas logísticas mais próximas. Antes de divulgar a condição, valide a abrangência, o serviço disponível e a capacidade de atendimento da operação.

14

Correios como parceiro na distribuição dos pedidos

A Black com os Correios é mais.



14 Correios como parceiro na distribuição dos pedidos

A venda só se completa quando o pedido chega ao cliente conforme a condição informada na compra. Como parceiro na distribuição, os Correios permitem avaliar serviços e modalidades de acordo com origem, destino, prazo, características do objeto e condições contratuais. Essa escolha ajuda a alinhar a promessa comercial à capacidade real de entrega.

A logística também ajuda a vender

Para o consumidor, a experiência de compra não termina no pagamento. Prazo, rastreamento, opções de recebimento, confiança na entrega e facilidade para devolver um produto influenciam a decisão de compra. Por isso, a escolha do parceiro logístico deve fazer parte da estratégia comercial da Black Friday.

Prepare a operação

- Defina horários de corte para separação e postagem.
- Organize embalagens, etiquetas e documentos.
- Apresente opções de entrega e prazos antes do pagamento.
- Monitore as postagens e trate rapidamente as ocorrências.
- Comunique o cliente sempre que houver uma atualização relevante.
- Valide previamente a disponibilidade de serviços e modalidades para cada localidade.

Os serviços e soluções disponíveis podem variar conforme origem, destino, contrato, pacote e condições operacionais. Consulte os canais oficiais dos Correios para verificar preços, prazos, abrangência e requisitos atualizados.

15

Logística reversa, trocas e reembolsos

A Black com os Correios é mais.



15 Logística reversa, trocas e reembolsos

A oportunidade de relacionamento continua depois da entrega. Trocas, devoluções e reembolsos bem conduzidos preservam a confiança e podem transformar uma situação delicada em motivo para o cliente voltar a comprar.

Um processo simples, transparente e ágil fortalece a reputação da marca e aumenta as chances de recompra. Quando o cliente percebe que contará com suporte, a decisão de compra se torna mais segura.

A política de devolução também gera confiança antes da compra

Uma política clara de troca e devolução não atua apenas depois da entrega. Ela também transmite segurança antes da compra. Apresente as condições de forma simples, mantenha o procedimento fácil de localizar e estruture a logística reversa antes do início da campanha.

Boas práticas para o período

- Disponibilize políticas de troca e devolução claras e fáceis de encontrar.
- Simplifique a solicitação do cliente.
- Mantenha comunicação durante todo o processo.
- Realize reembolsos dentro dos prazos informados.
- Monitore os principais motivos de devolução.
- Dimensione a equipe e os processos para o aumento das solicitações após a compra.

Correios como parceiro na logística reversa

Na logística reversa, os Correios apoiam o fluxo de troca ou devolução entre o consumidor e a empresa contratante. A partir da autorização emitida pelo vendedor, a mercadoria pode ser postada em agência ou coletada, quando essa opção estiver prevista. Integrar esse processo ao parceiro logístico facilita o acompanhamento e reduz rupturas na experiência após a compra.

INSIGHT

A venda não termina quando o pedido é entregue. Uma experiência positiva de troca ou devolução pode ser decisiva para que o cliente volte a comprar da sua marca.

16

Prepare-se para o pós-Black Friday

A Black com os Correios é mais.



16 Prepare-se para o pós-Black Friday

A Black Friday pode abrir portas para vendas futuras. Mantenha o cliente informado, resolva solicitações com agilidade e use os dados da campanha para criar comunicações, ofertas e melhorias mais relevantes.

Fidelização

- Envie mensagens de agradecimento e comunicações relevantes.
- Crie benefícios coerentes para estimular novas compras.
- Segmente o relacionamento de acordo com o histórico e o interesse do cliente.
- Mantenha informações claras sobre entrega, troca e devolução.

Análise de desempenho

Ao unir relacionamento e análise, sua empresa transforma as interações após a compra em informações para decisões futuras. Os dados de atendimento, entrega, troca e devolução ajudam a ajustar processos e a alinhar a operação comercial à capacidade logística.

- Produtos mais vendidos.
- Regiões com maior conversão.
- Canais com melhor ROAS.
- Percentual de entregas no prazo.
- Índice de recompra.
- Principais motivos de devolução.

17

Dados e aprendizados para aprimorar a operação

A Black com os Correios é mais.



17 Dados e aprendizados para aprimorar a operação

Cada pedido gera informações sobre produtos, clientes, canais, regiões e desempenho logístico. Ao analisar esses dados em conjunto com os resultados de entrega e atendimento, sua empresa pode repetir acertos, corrigir falhas e aprimorar a parceria logística para os próximos ciclos de venda.

Vá além do faturamento. Compare o desempenho de vendas, mídia, atendimento, logística, trocas, devoluções e recompra para descobrir onde investir, o que ajustar e como crescer de forma sustentável.



Integre dados comerciais e logísticos

Reúna, sempre que possível, informações de vendas, estoque, atendimento e logística. Essa visão ajuda a identificar produtos com maior saída, regiões com aumento da demanda, gargalos de separação e oportunidades de ajuste nas opções de entrega.

Vendas e marketing

- Faturamento total da campanha.
- Taxa de conversão.
- Ticket médio.
- Custo de Aquisição de Cliente, o CAC.
- Retorno sobre investimento em mídia, o ROAS.
- Produtos mais vendidos.
- Categorias com maior crescimento.

A Black com os Correios é mais.

17 Dados e aprendizados para aprimorar a operação

Experiência do cliente

- Canais que mais geraram vendas.
- Nível de satisfação.
- NPS, quando utilizado pela empresa.
- Tempo médio de resposta no atendimento.
- Taxa de abandono de carrinho.
- Quantidade de reclamações e principais motivos.

Logística e operação

- Prazo médio de entrega.
- Percentual de entregas realizadas no prazo.
- Investimento logístico por pedido.
- Regiões com maior volume de vendas.
- Regiões com melhor desempenho logístico.
- Índice de extravios, avarias ou ocorrências.

17 Dados e aprendizados para aprimorar a operação

Relacionamento após a compra

- Taxa de devolução.
- Taxa de troca.
- Tempo médio para conclusão de reembolsos.
- Principais motivos de devolução.
- Taxa de recompra após a campanha.



Transforme dados em decisões

- Quais produtos merecem maior estoque?
- Quais regiões apresentam maior potencial?
- Quais canais geraram os melhores resultados?
- O prazo de entrega atendeu às expectativas?
- Quais foram os principais gargalos operacionais?
- Como reduzir devoluções e melhorar a experiência?

DICA

Crie um relatório consolidado com indicadores, aprendizados, causas dos principais problemas e oportunidades. Esse documento ajudará sua empresa a tomar decisões melhores e conquistar resultados ainda maiores na próxima Black Friday.



 correiosoficial
 correios
 correiosbr
 correios



correios.com.br



Soluções para o seu negócio.
Informações sobre os nossos serviços, produtos e
atendimento comercial.
4020 8040 - Capitais e Regiões Metropolitanas.

SAC - Serviço de Atendimento dos Correios
Informações sobre produtos e serviços, sugestão,
elogio, reclamação e denúncia.
3003 0100 - Capitais e Regiões Metropolitanas.
0800 725 7282 - Demais regiões.
0800 725 0100 - Todo Brasil.



A Black com os
Correios é mais