



# Resumo

# FRENET

## Friday

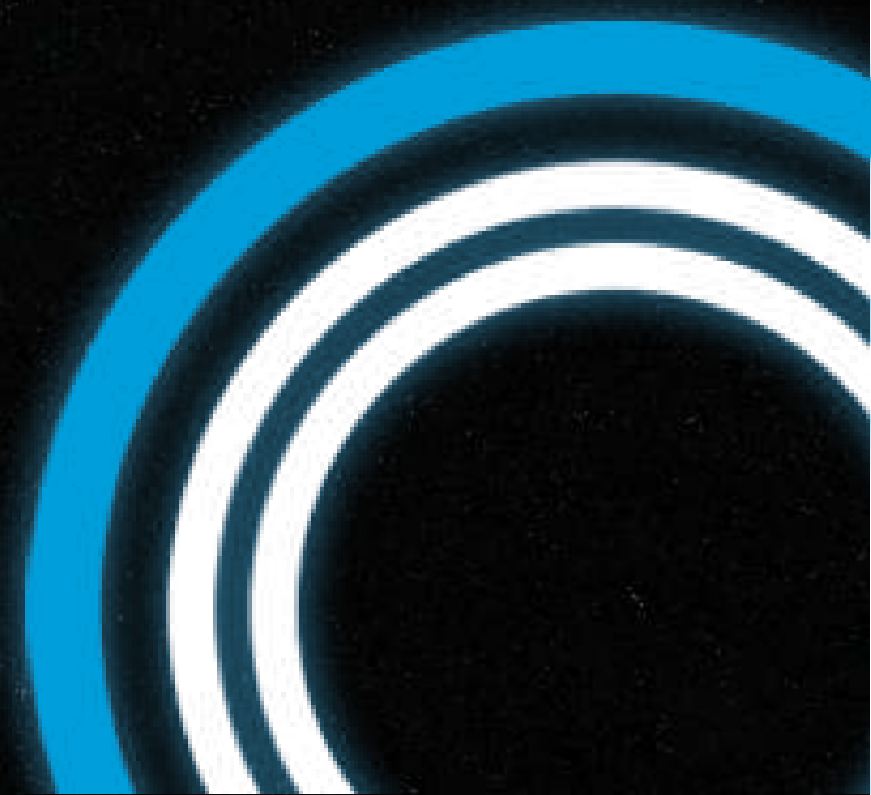
## Semana do frete barato





# Sumário

Introdução.....	3
Live 1: Como preparar a sua loja virtual para a Black Friday.....	5
Live 2: O frete é o vilão ou o herói do seu e-commerce?.....	9
Agradecimentos.....	13





# Introdução

## A Semana do Frete Barato foi repleta de conhecimento!



Olá!

Nos dias 25 e 26 de Outubro realizamos um evento online ao vivo como parte da nossa programação da **Frenet Friday**, a “**Semana do Frete Barato**”.

O nosso objetivo era ajudar você, lojista, trazendo informações relevantes sobre **como vender mais Black Friday e gestão de frete**.

No dia 25, tivemos a primeira live com o tema “**Como preparar a sua loja virtual para a Black Friday**”, apresentada pela Karina Kotake.

E no dia 26, tivemos a segunda live com o tema “**O frete é o vilão ou o herói do seu e-commerce?**”, apresentada pelo Marcos Hubner, nosso Analista de Customer Success.





Se você estava no evento, esperamos que esse material reforce ainda mais o conteúdo! Se não estava, aproveite para ler e se aprofundar. As lives estão salvas no nosso canal do YouTube [aqui](#) e [aqui](#).

Neste documento, preparado com muito carinho, você poderá ler um pequeno resumo de cada live e saber mais sobre como foi esse evento.

Esperamos que goste! 



## **Karina Kotake**

Head of Performance  
& Strategy



## **Marcos Hubner**

Analista de Customer  
Success na Frenet





# Live 1: Como preparar a sua loja virtual para a **Black Friday**

Estratégias para alavancar as vendas na Black Friday e depois.

Data: 25 de Outubro de 2022

**Palestrante:** Karina Kotake (Head of Performance & Strategy). Doze anos de experiência em marketing digital com foco em performance. Atua em projetos de e-commerce: Dafiti, Renner, Grupo Arezzo, Grupo Inbrands, Grupo Scalina, Britvic, B.Blend, Diageo, Fini, Cepêra, Americanas Mercado, entre outros.

## Resumo:

Na apresentação, Karina sugeriu um passo a passo para preparar uma loja virtual para a Black Friday:

1. Analisar o seu negócio
2. Entender o contexto atual
3. Planejar sua campanha de Marketing
4. Fidelizar o seu cliente

Na **análise do negócio**, alguns pontos se destacaram:

- É importante garantir que a loja esteja preparada para os picos de acesso, com uma **infraestrutura de qualidade**, segurança antifraude e uma excelente usabilidade, principalmente no mobile. **Quanto menos cliques, melhor.**



- Quanto à tecnologia, é essencial controlar bem o estoque para que não haja vendas de produtos que estejam esgotados. E também vale ressaltar as vantagens de **automatizar os processos** de antemão, como e-mails, etiquetas, faturas, etc.
- Analisar os resultados de períodos de Black Friday anteriores irá gerar insights importantes, principalmente ao usar ferramentas como o **Google Analytics**.
- Incluir o pix nas formas de pagamento, considerando o contexto atual e o uso disseminado do pix.
- Definir bem os elementos de diferenciação da sua loja para a Black Friday: preços baixos, cupons, **custo do frete**, qualidade dos produtos, confiança na loja/site.
- Não esquecer da **importância do frete** para a finalização da compra.
- Entender a dor do seu cliente para criar conteúdos e estratégias mais assertivas (usando ferramentas como o **Google Trends**).

Para **entender o contexto atual**, destaca-se:

- A importância da **Copa do Mundo** que irá acontecer no mesmo período.
- Com a **queda econômica**, as pessoas tendem a esperar mais pela Black Friday para comprar produtos. E também estão mais seletivas.
- **Multitelas**: pessoas assistem esportes enquanto mexem no celular. Importância da versão mobile do site.
- Aumentar os **anúncios online** nos dias que antecedem a Copa do Mundo, pois os picos de acessos nas redes sociais tendem a aumentar.



Para **planejar sua campanha de marketing**, podemos falar em:

- Planejamento **separado por períodos**: antes do lançamento, período antes da ação e data comemorativa.
- Antes do lançamento, focar em ações que gerem **descoberta** e em uma identidade visual forte, usando blog + SEO e redes sociais.
- Antes da ação, focar em **consideração e geração de demanda**, usando CRM, landing pages, remarketing e prova social.
- Durante a data, focar nas conversões, focando no catálogo, CRM e remarketing.
- Investir no **TikTok**, pois o poder dessa rede está cada vez maior.
- Estar dentro de marketplaces como Americanas, Magalu, Amazon e etc.

Para **fidelizar o cliente**, considere:

- Não vender produtos esgotados e oferecer **boas opções de frete**.
- Crie **promoções reais**, que atraiam o cliente (não crie uma “black fraude”).
- Invista no **unboxing** e tenha transparência na política de troca e devolução.
- Prepare o seu time para o **pós-venda** que virá em decorrência da Black Friday.



- Pense em brindes, cupons de próxima compra e conteúdos relevantes.
- Trabalhe sua reputação no **Reclame Aqui**, pois ele é um portal que gera maior credibilidade para o lojista e mais confiança para o cliente.

Passar por todos esses pontos garante uma melhor execução e **melhores resultados** nas ações dos e-commerces para a Black Friday.





# Live 2: O frete é o vilão ou o herói do seu e-commerce?

Aprenda a usar estratégias de frete para não perder vendas na Black Friday.

**Data:** 26 de Outubro de 2022

**Palestrante:** Marcos Hubner (Analista de Customer Success na Frenet). Formado em Engenharia Civil. Com mais de 2 anos atuando na área de tecnologia de frete para e-commerce, possui cursos em Customer Success, Customer Experience, Gestão de Resultados, Resolução de Problemas, Argumentação Persuasiva e Desenvolvimento de Liderança.

## Resumo:

Na apresentação, Marcos reforçou a **importância** do frete e sugeriu um passo a passo para transformar o frete no herói da sua loja.

O frete é fator decisivo para a finalização da compra, pois o abandono de carrinho é um dos principais problemas e desafios do e-commerce. A média mundial de abandono de carrinhos é de **74,5%**<sup>1</sup>.

Segundo uma pesquisa realizada neste ano pela Opinion Box<sup>2</sup>, **o frete é o motivo mais citado** pelos entrevistados, quando se pergunta: “Quais são os fatores que mais te levam a desistir da compra online quando os produtos já estão no carrinho?”



Em 5º lugar, está o **prazo de entrega**.

Quando seu cliente finalmente chega ao checkout, uma das maiores razões pelas quais ele não finaliza a compra é **porque o frete torna o custo total da compra muito alto**. É necessário ser atrativo em todas as etapas, desde o acesso ao site até a finalização da compra.

Assim, o que fazer para que o seu frete seja o herói da sua loja? Segue o passo a passo:

**1º passo:** Entender a sua necessidade em relação ao público e região atendida.

- Por exemplo, você define que irá atender **todo o Brasil**, não focando apenas em uma região. Então, **precisa ter uma transportadora** que atenda todas as regiões.
- Aqui já se inicia uma **visão estratégica de frete**. É importante ter uma transportadora que atenda todo o território nacional, pensando nas menores cidades do nosso país, mas é preciso também focar em regiões separadamente.
- Dessa forma, você consegue ser **competitivo** nas regiões que possuem mais fluxos de clientes.

**2º passo:** Buscar transportadoras especializadas no seu segmento de produto.

- O ponto chave é entender onde estou e para onde quero vender.
- É preciso buscar transportadoras que irão atender ao seu segmento de produto e as regiões em que elas possuem **os melhores preços**.





- Pois, **não adianta nada ter uma boa transportadora** se ela não consegue ser competitiva nas questões de **PREÇO** e **PRAZO**.
- Em uma pesquisa<sup>3</sup> realizada sobre a última Black Friday, **o custo do frete está em 3º lugar nos 3 critérios mais importantes.**

**3º passo:** Estratégias de frete e apresentação das opções de frete na sua loja.

- É de extrema importância **organizar a apresentação das opções de frete na loja.**
- Visualmente é **muito mais fácil** para o cliente e para o lojista.
- É possível, através da estratégia de **gerenciar os resultados na cotação**, ter um retorno financeiro, pois conseguimos **influenciar o cliente final** a escolher a opção de frete que desejamos que seja selecionada.
- A sua loja virtual deve oferecer, no mínimo, **duas opções de entrega na estratégia de frete:** frete econômico (menor preço, maior prazo de entrega) e frete expresso (custo mais alto, menor prazo de entrega).
- Planejar bem as campanhas de frete, como **campanhas de preço fixo, descontos progressivos** nos valores dos fretes sobre o valor gasto nas compras e, claro, **frete grátis.**





Ao final, foi discutido sobre como uma boa gestão de frete está à disposição **desde os pequenos até os grandes lojistas**, explicando melhor sobre as funcionalidades da Frenet e como é essencial ter uma ferramenta de tecnologia de frete que entregue resultado.

Referências:

<sup>1</sup>SaleCycle.

<sup>2</sup>Opinion Box: Pesquisa de Mercado Online

<sup>3</sup>Pesquisa Proprietária Google encomendada à Ipsos - Dez 2021, 1200 brasileiros | Base: 1000





# Agradecimentos

Obrigado por acreditar na Frenet Friday -  
Semana do Frete Barato!

Construir um evento é sempre desafiador, especialmente um evento com programação ao vivo. Porém, acreditamos que é importante manter esse contato com você, lojista, **criando conteúdo gratuito de qualidade** e possibilitando grandes momentos de difusão de conhecimento.

Esperamos que a Semana do Frete Barato tenha ajudado a esclarecer como realizar uma Black Friday da melhor forma possível, **encantando clientes e aumentando vendas**.

Sabemos da importância do frete para o sucesso de todos os e-commerces e, como sempre, nosso maior objetivo é **descomplicar o frete** para que você possa focar em todos os outros aspectos que fazem parte de uma gestão de sucesso.

Mais uma vez, **muito obrigado!** Que a gente se encontre em mais eventos assim no futuro.

Um grande abraço e até a próxima! 🚀







# FRENET

*Friday*

Semana do frete barato

