



COMO VENDER MAIS NO DIA DOS PAIS

Guia prático para transformar
intenção em compra

CAMPANHAS ACIF 2026

Compre nos associados ACIF.

1. PREPARAÇÃO DA CAMPANHA



Antes da data, organize:

- Produtos foco;
- Combinações estratégicas;
- Comunicação da campanha;
- Decoração da loja.

O cliente precisa perceber rapidamente que sua loja entrou no clima do Dia dos Pais.





2. VITRINE E EXPERIÊNCIA

No Dia dos Pais, a experiência influencia diretamente na compra.

Sugestões:

- Use uma comunicação mais afetiva;
- Destaque produtos específicos;
- Evite excesso de informação;
- Crie uma vitrine mais objetiva;
- Utilize frases inspiradoras na loja.

3. KITS E COMBINAÇÕES

Kits ajudam o cliente a decidir mais rápido.

Exemplos:

- Presente até determinado valor;
- Kit autocuidado;
- Kit Kit acessórios;
- Kit experiência.
- Combinações prontas para presentear.

O importante é facilitar a escolha.





4. REDES SOCIAIS QUE VENDEM

Durante o Dia dos Pais, mostre:

- Sugestões de presente;
- Combinações prontas;
- Embalagens;
- Bastidores;
- Últimas unidades.

A comunicação precisa gerar desejo e praticidade.

5. VENDA MAIS NA ÚLTIMA SEMANA

Quem deixa para comprar perto da data busca:

- Rapidez;
- Praticidade;
- Facilidade.

Por isso:

- Destaque produtos disponíveis;
- Mostre opções prontas para presentear;
- Use comunicação de urgência;
- Reforce atendimento rápido.





6. PÓS-VENDA E RELACIONAMENTO

O Dia dos Pais também pode gerar relacionamento futuro.

Sugestões:

- Mensagem de agradecimento;
- Convite para próximas campanhas;
- Captação de contatos para novas ações.

CHECKLIST RÁPIDO DE IMPLEMENTAÇÃO



15 dias antes

- ☐ Defina produtos foco
- ☐ Prepare kits
- ☐ Organize comunicação visual
- ☐ Planeje campanhas digitais

7 dias antes

- ☐ Atualize vitrines
- ☐ Reforce postagens
- ☐ Treine equipe
- ☐ Organize estoque

Últimos dias

- ☐ Trabalhe urgência
- ☐ Destaque últimas unidades
- ☐ Facilite decisão de compra
- ☐ Reforce atendimento rápido

O Dia dos Pais vai muito além do produto.

Quem facilita a escolha, cria valor e melhora a experiência de compra, vende mais.

Pequenos detalhes podem transformar intenção em compra e fazer sua marca ser lembrada mesmo depois da data.