

FOLIA
DOS LEADS


**Dados e insights que vão
potencializar suas estratégias
para o Carnaval de 2024**



Aumento de 400% nas vendas on-line no carnaval de 2023

Prepare as suas estratégias para acompanhar
esse crescimento





Veja como foram as vendas no Carnaval de 2023

O período pós-pandêmico retomou a força de uma das datas comemorativas mais importantes para o varejo. A folia do Carnaval e a sua agitação aos finais de semana — que já começam muito antes da data oficial — geram uma oportunidade de faturamento em diversos setores do mercado.

Uma pesquisa realizada pela Nuvemshop mostrou que as lojas on-line venderam **mais de 6,5 mil produtos** relacionados ou cadastrados com a palavra-chave “carnaval” no período de 1 de janeiro a 8 de fevereiro de 2023, representando um **aumento de 400%** em relação ao ano anterior.



Anota aí a dica



Decore a sua loja com a temática de Carnaval!

Crie uma categoria ou separe um espaço com os produtos direcionados ao evento, monte kits e relacione os produtos com a temática.

Os produtos foliões de vendas

Conheça os produtos relacionados ao Carnaval que mais venderam no final de 2022 e nos primeiros meses de 2023.



¹ Dezembro de 2022. [Dados da Magis5](#)

² De 18 a 22 de fevereiro de 2023. [Dados da Linx](#)

Bloquinho do PIX

As transações via PIX tiveram um crescimento de 202% no Carnaval de 2023, de acordo com dados de Pay Hub da Linx.





Anota aí a dica



Crie promoções de acordo com a forma de pagamento e gatilhos de retenção dentro da sua loja virtual.

[Clique aqui e veja como](#)

A photograph of a young man and woman smiling and posing for a photo. The woman is wearing sunglasses and has her arm around the man's shoulder. The man is also wearing sunglasses and has a peace sign on his hand. They are both wearing colorful accessories like bracelets and face paint.

Tem folia para todos

O pico de vendas será inevitável para os setores que estão **diretamente ligados ao Carnaval, como decoração; calçados; roupas e acessórios; beleza e cuidados pessoais; e bebidas**. Mas vale ressaltar que o período pode ser muito positivo mesmo para os setores que não estão interligados com a data.

No período entre 10 a 13 de fevereiro de 2024, em todo o país, **milhares de brasileiros passarão mais tempo em casa ou viajando**. Use esse fato a favor das suas vendas, impactando cada público de forma personalizada e inteligente.



Anota aí a dica



Expanda o alcance das suas campanhas de branding

É de extrema importância trabalhar a sua marca na mente dos consumidores sempre que possível. São muitos os benefícios dessa prática, como aponta [este artigo do Sebrae](#).

Preparativos para a festa

Na euforia do Carnaval, as pesquisas do Think With Google apontaram que os **consumidores estavam 18% mais animados e 17% mais cautelosos** em relação aos gastos em 2023.

Com o que pretendiam gastar?

 Hospedagem **23%**

 Restaurantes **22%**

 Bebidas **21%**

 Festas/Blocos **16%**

 Passagens **15%**

 Fantasia/Adereços **9%**



Clima festivo e propício para as vendas

Datas comemorativas são sempre relevantes para o varejo de forma geral, tanto no **ambiente físico quanto no on-line**. Isso acontece porque os usuários entram no clima de festa e aproveitam para conferir e garimpar os produtos desejados.

Analisando os hábitos de consumo, **é muito comum termos um pico de acessos** dentro dos sites e mais visitas em lojas físicas nesses períodos. Assim, é possível gerar mais vendas e recuperar um pouco da queda habitual de janeiro, como mencionado pela Concil.



Anota aí a dica



Analise os acessos neste período e obtenha insights para campanhas e promoções pós-evento.

Aproveite para criar uma comunicação via CRM e manter a sua base aquecida.

Onde estão os foliões

Quando falamos de Carnaval, **os assuntos mais procurados em 2023 foram "alegria", "felicidade" e "descanso"**, de acordo com uma pesquisa feita pelo Google Survey. Segundo o levantamento, 33% dos entrevistados pretendiam ficar em casa no período e 10% queriam viajar.

Outra pesquisa realizada pela mesma empresa mostrou que o **público entre 18 e 34 anos normalmente gosta de curtir o Carnaval nos bloquinhos** de rua, assim como as pessoas com **mais de 65 anos**.

Já a faixa etária entre os 35 e 64 anos prefere realizar pequenos encontros em casa e curtir o Carnaval de uma forma mais leve.



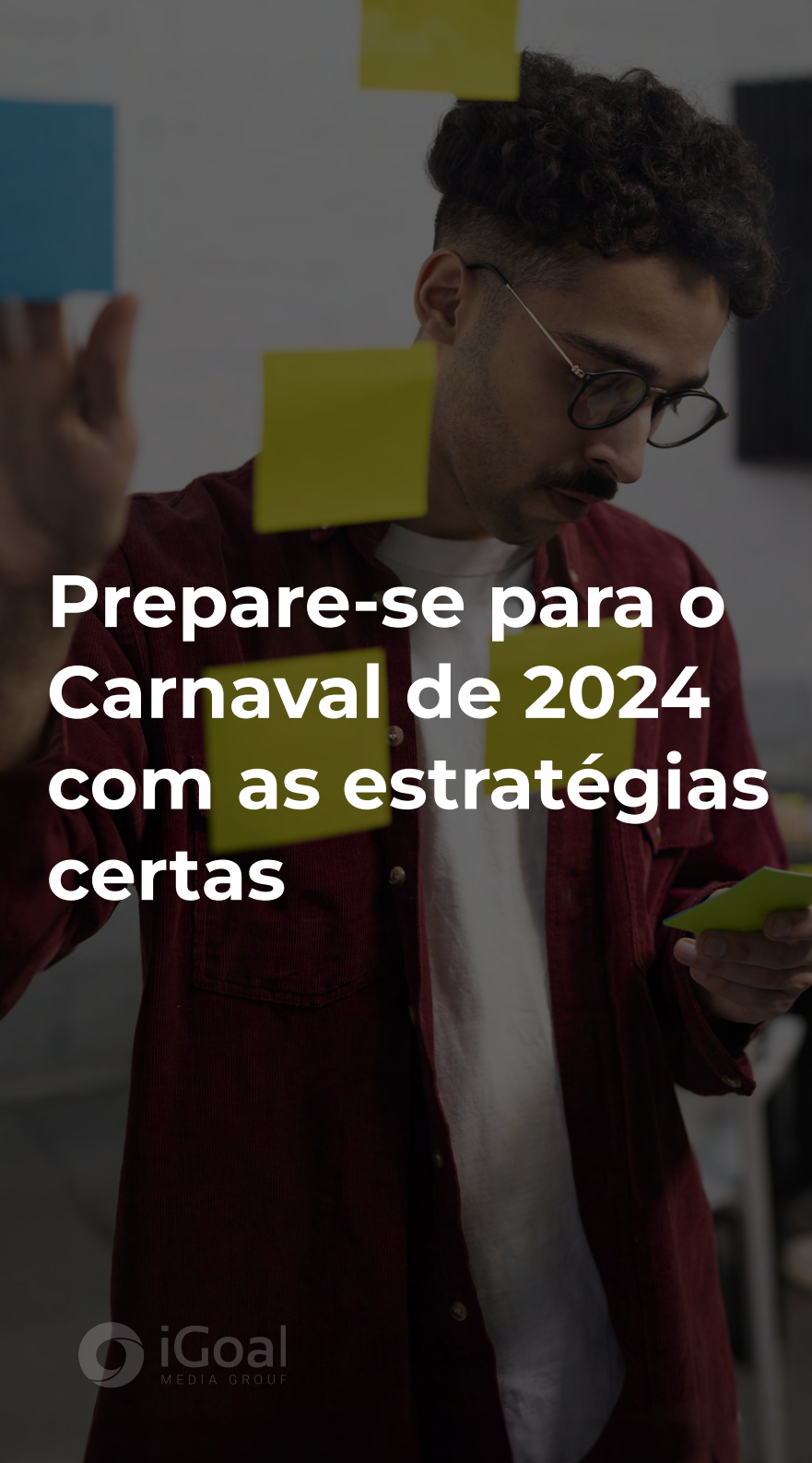
Anota aí a dica



Na rua, em casa ou em uma viagem, impacte as pessoas com a sua marca!

Fale agora com o nosso especialista e veja como a iGoal poderá ajudar na sua estratégia de performance.

[Clique aqui para falar com um especialista](#)



Prepare-se para o Carnaval de 2024 com as estratégias certas

Como mencionado anteriormente, houve um aumento de 400% nas vendas on-line no Carnaval em 2023, em comparação com o ano anterior, segundo a Nuvemshop. No entanto, embora os períodos festivos sejam historicamente propícios para as vendas, notamos uma **queda nessa tendência no final de 2023**.

Na Black Friday e no Natal, por exemplo, os resultados não foram de acordo com o esperado.

Na **Black Friday**, o faturamento total do comércio eletrônico foi 14,6% menor que no ano anterior. Já no **Natal**, as vendas on-line durante os sete dias que antecederam a data tiveram um aumento tímido de 2,4% em comparação com o mesmo período em 2022, e de apenas 1% no varejo físico, segundo a Cielo.

Outra pesquisa, no entanto, revelou **queda de 1,4%** nas vendas físicas no Natal e **queda de 10,7%** no final de semana anterior à data, em comparação com os mesmos períodos no ano anterior.

Diante desse cenário, para ter uma boa **performance em vendas no período de Carnaval** é necessário se preparar e pensar em estratégias robustas e assertivas, já que a expectativa é baixa de forma geral.



Anota aí a dica



Utilize a mídia programática para campanhas de topo de funil e desenvolva estratégias de retenção para atrair novos usuários.

A combinação dessas abordagens impulsionará o crescimento e a fidelidade do público-alvo.

Faça a recomendação de produtos e marketing de afiliados.



**Obtenha resultados
baseados em performance**



A **iGoal Media Group** é um **hub focado em performance** e um dos principais grupos empresariais de mídia e tecnologia do Brasil. É uma empresa especializada em impulsionar campanhas digitais, gerar receita e oferecer soluções personalizadas para anunciantes e publishers.

Através de 4 verticais, **atua em todo o funil de aquisição** dos negócios com soluções em em marketing de afiliados; influenciadores; mídia programática; e tecnologia de otimização de conversão para empresas, marcas, agências de publicidade e lojas virtuais.





Amplie as suas estratégias para o Carnaval,
entre em contato com o nosso especialista

Acesse:    igoal.com.br