

# BLACK FRIDAY

GUIA PARA O SEU RESTAURANTE VENDER MAIS



## **BLACK FRIDAY: GUIA PARA O SEU RESTAURANTE VENDER MAIS.**

01

A Black Friday é um dos eventos mais aguardados no calendário do varejo mundial. Sendo uma grande oportunidade para proprietários de restaurantes e estabelecimento food de capturar clientes, aumentar vendas e estabelecer uma clientela fiel para os meses seguintes.

Parece interessante? Então saiba que já é o momento para começar a organizar a administração do seu restaurante para a Black Friday! Confira algumas dicas que irão ajudar a alavancar o faturamento do seu negócio.

## O QUE É A BLACK FRIDAY?

A Black Friday, originária nos Estados Unidos, é o dia seguinte ao Dia de Ação de Graças americano. Marcando, o começo da temporada de compras de Natal para os consumidores, em que varejistas costumam anunciar suas lojas e baixar os preços com o objetivo de atrair compradores para seus produtos e serviços.

Os preços são geralmente mais baixos durante os quatro dias inteiros. Algumas empresas disponibilizam diferentes descontos ou ofertas da Black Friday para cada dia.

Mas não há regras para os quatro dias, portanto, sinta-se livre para promover sua Black Friday da forma que desejar para estimular as vendas.

A chegada da Black Friday ao Brasil, foi vista com certo receio, tanto pelo comércio, quanto pelo público consumidor. No entanto, com o tempo, mais e mais empresas aderiram à data. Como resultado, os descontos foram melhorando e consumidores se sentindo cada vez mais estimulados a ir às compras.

Vale ressaltar que os descontos não ocorrem apenas na sexta-feira: o mês de novembro é repleto de promoções *pré-Black Friday*, sobretudo na semana que antecede o evento, conhecida como a famosa Black Week.

## AÇÕES PARA O SEU RESTAURANTE VENDER MAIS NA BLACK FRIDAY

### 1. Crie Plano de marketing para a Black Friday

Planejar uma Black Friday eficaz pode levar tempo. Portanto, não espere até sexta-feira para começar suas promoções! Entre em ação agora e dê ao seu restaurante uma vantagem inicial na competição.

Um bom plano de marketing serve para traçar um caminho a seguir, e prever, na medida do possível, uma mudança de rumo se for necessário, de forma a evitar perdas a longo prazo.

*Por onde começar então?*

Um bom plano de marketing de restaurante deve começar com os seguintes elementos:

- Identifique o cliente ideal para o Black Friday;
- Analise a concorrência;
- Estabeleça metas;
- Analise os resultados.

### IDENTIFIQUE O SEU CLIENTE IDEAL PARA O BLACK FRIDAY

Identificar o cliente ideal para o restaurante ajuda a não desperdiçar energia e dinheiro.

Uma família com filhos, por exemplo, tem necessidades diferentes das do funcionário da hora do almoço, e se você não estabelecer quem é seu cliente, você corre o risco de ter clientes insatisfeitos com seu serviço e sua culinária.

## ANALISE A CONCORRÊNCIA

Uma análise da concorrência pode ajudá-lo em primeiro lugar a estabelecer os preços do seu restaurante, os pratos a oferecer, mas também como uma referência para diferenciar a sua oferta.

No entanto, lembre-se de analisar seus concorrentes não só offline, mas também online, para ter uma visão geral da estratégia implementada. Das páginas sociais à guia Google Meu Negócio, veja como seus concorrentes comunicam seus restaurantes.

## ESTABELEÇA AS METAS A SEREM ALCANÇADAS

04

Visibilidade, Aquisição, Lealdade. Esses são 3 objetivos essenciais em qualquer estratégia de marketing digital.

Vejamos cada uma delas:

- Visibilidade

Se você não estiver visível, ninguém saberá sobre o seu restaurante. Para ser visível é necessário dar voz ao seu negócio em todos os sentidos, torná-lo conhecido ao maior número de pessoas.

Promover sua marca é a chave para criar um posicionamento na mente do seu público e ser levado em consideração ao decidir onde comer.

- Aquisição

O objetivo principal de qualquer restaurante é a aquisição de clientes. Na verdade, um restaurante vazio não faz sentido existir, mas, para conquistar um novo cliente, você precisa se dar a conhecer.

Seus investimentos de tempo e dinheiro devem se concentrar na criação de uma estratégia de aquisição de clientes em vários canais, do offline ao online.

- Lealdade

O terceiro objetivo essencial é a lealdade. Esse objetivo é de vital importância para o seu estabelecimento, pois sempre que você consegue fidelizar um cliente, está economizando para adquirir novos.

## 2. Esteja presente nas redes sociais

Como vimos, para quaisquer ofertas especiais da Black Friday ou feriados especiais que você deseja promover, é preciso fazer um planejamento para divulgar os preços do seu restaurante ou estabelecimento food.

Se você tem parceria com outro estabelecimento, interaja com ele nas redes sociais também. Marcar e mencionar um ao outro dará a ambas as empresas um alcance de público mais amplo e alguns novos clientes em potencial.

## 3. Crie um minisite para promoção Black Friday

Um minisite pode ser extremamente eficaz para destacar uma campanha promocional específica e, para um evento tão grande como a Black Friday, isso pode ser um investimento que vale a pena.

Com um minisite, você pode aumentar o envolvimento do cliente, alcançar novos públicos e gerar entusiasmo sobre sua marca. Mas aqui está um pequeno truque - seja criativo, mas certifique-se de fornecer a seus clientes ampla informação sobre a campanha, termos de participação e elegibilidade

O Burger King usou essa ferramenta com eficácia ao criar o site Whopper-shopper.com, que permitia aos clientes fazer compras em mais de 1.000 marcas e obter um voucher gratuito do Whopper com suas compras.

#### 4. Invista em E-mail marketing

O e-mail marketing é um ótimo canal promocional para atrair

o público para o seu restaurante. E quando se trata de marketing por e-mail para a Black Friday, existem duas abordagens.

06

- Clientes atuais. Entre em contato com seus clientes e ofereça a eles um código de desconto VIP especial. Como eles já conhecem o seu restaurante ou estabelecimento food será fácil atraí-los com as ofertas.
- Clientes em potenciais. Ao capturar leads do seu público-alvo, envie-lhes por e-mail as ofertas que você disponibilizará nos dias de Black Friday. Caso planeje promover itens específicos do menu, certifique-se de que suas imagens sejam clicáveis para que as pessoas possam ir diretamente às páginas para realizar a compra. Certifique-se de prestar atenção às linhas de assunto do seu e-mail. Se parecerem muito promocionais, podem acabar nas pastas de spam de seus assinantes.

Se você não tiver uma lista de e-mail, convém veicular alguns anúncios para construir sua lista antes da Black Friday, para que possa enviá-los por e-mail antes do evento começar.

#### 5. Ofereça descontos no programa de fidelidade

Esta é uma boa época do ano para promover o programa de fidelidade do seu restaurante, que não só resultará em um impulso imediato para os negócios, mas também garantirá clientes fiéis no futuro.

Você pode oferecer um desconto ainda maior para os clientes que comprarem programas de fidelidade durante a Black Friday.

Por outro lado, incentive os clientes existentes a indicar familiares e amigos para se inscreverem no programa, oferecendo pontos de bônus ou uma pequena cortesia,

como uma sobremesa grátis em todos os pedidos no fim de semana, por exemplo.

#### 6. Disponibilize um combo para crianças

Enquanto os adultos já se deliciam com o menu do seu restaurante, por que não criar uma oferta que agrade exclusivamente às crianças?

Pense em oferecer uma refeição infantil com um bom desconto, na compra de uma entrada para adultos, por exemplo. Saiba que este pequeno detalhe pode trazer bons resultados para o seu negócio.

#### 7. Ofereça o serviço de delivery

Delivery é uma palavra de origem da língua inglesa, que se traduz em português como *entrega*. E pedir comida a



domicílio já é um hábito comum dos brasileiros, que vem sendo reforçado pela quarentena.

Portanto, criar promoções específicas para delivery no Black Friday é uma aposta certa para aumentar vendas e alcançar novos clientes. Para isso, planeje com antecedência para manter o estoque atualizado, incluindo ingredientes e embalagens de entregas.

A Black Friday é o momento ideal para o seu restaurante para ganhar novos clientes, portanto garanta o mesmo sabor, qualidade e apresentação dos pratos no delivery.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

De maneira geral, o objetivo das promoções de restaurantes ou estabelecimento food na Black Friday é estreitar o relacionamento entre a empresa e o consumidor

para o próximo ano.

Quaisquer que sejam as ideias de marketing que você decidir, certifique-se de que elas atendam à sua base de clientes e reflitam a identidade da marca do seu restaurante. Boas Vendas!

*Então, gostou do post de hoje: BLACK FRIDAY: Guia para o seu Restaurante vender mais? E se você tiver alguma dúvida, sugestão ou quiser compartilhar sua experiência deixe nos comentários abaixo para eu saber. A sua opinião é muito importante para nós.*

*E não se esqueça de compartilhar este post em suas redes sociais, hein! Até a próxima.*



[www.tdp.com.br](http://www.tdp.com.br)



@tdpsistemas



[tdp@tdp.com.br](mailto:tdp@tdp.com.br)



TDP Sistemas de Informações



TDP Sistemas de Informações



(14)3652.1880