



Dia
das
Mães

UMA
ESPERANÇA
PARA A
RETOMADA

GUIA DE DIA DAS MÃES 2021



“ Preparamos este Guia com o propósito de auxiliar lojistas e empresários do varejo, comércio e serviços a melhor desempenhar suas vendas neste Dia das Mães.

Sabemos que em 2020, o mês de maio já apresentava um cenário de muitas incertezas e medos. Pouco antes, foram iniciadas as medidas de distanciamento social, as pessoas deixaram de circular nas ruas, grande parte passou a trabalhar em casa, o comércio ficou fechado por um longo período e muitas lojas tiveram que encerrar suas operações.

Um ano se passou e ainda existe um contexto bastante desafiador. A pandemia permanece como uma realidade no mundo todo, mas é possível visualizar uma luz no fim do túnel. Pessoas dos grupos de risco estão sendo vacinadas e um futuro otimista parece estar mais próximo. Agora sabemos que a crise do coronavírus não durará para sempre e aprendemos alguns mecanismos de defesa e operação para nos mantermos ativos.

Temos certeza de que a vida ainda não está normal. Precisamos ter todos os cuidados e seguir os protocolos de saúde e sanitários. Mas, ao se aproximar o Dia das Mães, uma das datas mais importantes no calendário comercial, percebemos que o momento é de Esperança. Esperança de que, em breve, poderemos comemorar de forma presencial com as pessoas que amamos, trabalhar com previsibilidade e segurança, e celebrar a superação de uma das situações mais difíceis que essa geração já enfrentou nos negócios e na vida. ”

Irio Piva
Presidente da CDL POA

O Dia das Mães oferece um otimismo ao varejo e traz boas perspectivas de vendas. Afinal, essa é a primeira grande data comemorativa do ano a ser celebrada com essa dose extra de esperança.

Com o aumento da confiança em um cenário de retomada, o consumidor parece estar mais inclinado a realizar compras e encontrar formas de demonstrar seu afeto.

E, neste novo contexto de um futuro otimista, como é o comportamento do consumidor? Quais são seus hábitos de consumo? Quais são seus pensamentos e sentimentos? Como atingi-lo para que compre de sua empresa?

Descubra o que a esperança pode representar para o varejo e para as vendas de Dia das Mães deste ano.



ESPERANÇA

substantivo feminino,
sentimento de quem vê
como possível a realização
daquilo que deseja;
confiança em coisa boa; fé

A figura materna desperta um lado afetivo muito forte nas pessoas. Por isso, neste momento, o Dia das Mães impulsiona bons sentimentos e otimismo, gerando a confiança de que o mundo poderá voltar à normalidade, mesmo que com algumas mudanças, e assim as pessoas poderão retomar os hábitos de consumo com tranquilidade.

O círculo virtuoso da esperança é capaz de impulsionar a retomada das atividades comerciais, o otimismo do consumidor, a economia local e a vida para um próximo normal.



01

ESPERANÇA DE RETOMADA DA 'NORMALIDADE'

Aos poucos, a vida retoma seus fluxos, mesmo que com algumas mudanças e mais cuidados.

A vacinação está avançando e, assim, cresce também a sensação de segurança nas pessoas.

Em breve, poderão abraçar suas mães para demonstrar todo seu amor.

65%

dizem que o coronavírus estará sob controle quando estivermos vacinados e, assim, se sentirão seguros de retomar as atividades.

(Fonte: Boston Consulting Group)

COMO ESTÁ O COMPORTAMENTO DAS PESSOAS HOJE?

As pessoas reorganizaram suas prioridades e adquiriram novos hábitos ao longo da pandemia. Esses comportamentos devem refletir na retomada da "normalidade".

O consumidor está mais consciente, reflexivo, seletivo, atento à saúde, preocupado com as finanças e com amplo domínio do varejo online. (Estudo "2021: e agora" da CDL POA)

WGSN traçou três perfis de consumidores após a retomada:

ESTABILIZADORES: estão cansados do excesso de informação e de conteúdo. Para eles, menos é mais

COMUNITÁRIOS: esperam uma integração maior das empresas às comunidades onde vivem, com foco na economia circular e no ativismo social.

NOVOS OTIMISTAS: buscam uma relação mais leve com as empresas, esperando delas soluções de vendas tecnológicas.

COMO VAI SER A RETOMADA DA ROTINA "NORMAL"?

Os jovens estão mais ansiosos para se reconectar com as pessoas e querem retornar às rotinas diárias e compromissos sociais. É o "reverso do confinamento".

Pessoas mais velhas, entretanto, podem demorar mais para voltar ao antigo normal para minimizar os riscos.

Together again

Assim que forem vacinados, as pessoas planejam ir a diversos locais, mais do que foram durante a pandemia.

Eventos de esportes (estádios)



Museus e galerias



Parques



Cinemas



Academias



Restaurantes e bares



COMO AS PESSOAS ENXERGAM A COMEMORAÇÃO DO DIA DAS MÃES?

As comemorações de Dia das Mães ainda deverão contar com todos os cuidados e respeito às medidas de segurança. E os consumidores já têm procurado ideias para a data no Google.

"Dia das mães quarentena", "mensagem dia das mães na quarentena" e "presente dia das mães quarentena" são assuntos que estão em alta atualmente.

Como você pode aproximar o seu negócio de clientes em potencial nesse cenário?

E o assunto relacionado ao Dia das Mães mais pesquisado é "Quarentena"

Consultas relacionadas		Em ascensão	↓	<>	↔
1	dia das maes quarentena	Aumento repentino	↑		
2	live roberto carlos dia das maes	Aumento repentino	↑		
3	mensagem dia das maes na quarentena	Aumento repentino	↑		
4	presente dia das maes quarentena	Aumento repentino	↑		
5	tele sena dia das maes 2020	Aumento repentino	↑		

< Mostrando 1 a 5 de 25 consultas >

Consultas relacionadas		Em ascensão	↓	<>	↔
6	feliz dia das mães 2020	Aumento repentino	↑		
7	almoco dia das maes 2020	Aumento repentino	↑		
8	caneca personalizada dia das maes	Aumento repentino	↑		
9	mensagem do dia das maes 2020	Aumento repentino	↑		
10	feliz dia das maes quarentena	Aumento repentino	↑		

Assuntos relacionados		Em ascensão	↓	<>	↔
1	Quarentena - Assunto	Aumento repentino	↑		

O QUE PENSAM OS CONSUMIDORES?

Consultamos consumidores do banco de dados CDL POA para entender seus sentimentos em relação ao novo cenário para o Dia das Mães, à reabertura do comércio, varejo e serviços, e sobre seus hábitos de consumo.

O que significa este Dia das Mães para você?

Momento de celebrar que minha mãe chegou até aqui com saúde e feliz por ver que em breve ela se vacinará. Assim, poderemos comemorar juntos essa data. (Homem, 30 anos)

Como você se sente frente à reabertura do comércio e do setor de serviços?

Acredito que aos poucos as coisas precisam sim voltarem. Claro que dependemos muito do bom sendo das pessoas, que por muitas vezes pecam nos cuidados básicos. Mas com todos os cuidados necessários, não vejo problema em abrirem. Seguro completamente não! Ninguém está seguro, pois o vírus ainda está aí. Mas se necessário frequento sim alguns locais para compras. (Mulher, 32 anos)

Como se sente agora, neste novo cenário, se comparado ao Dia das Mães de 2020?

Posso dizer que um pouco mais aliviada com a chegada da vacina. 2020, ainda todos muito assustados e receosos o medo tomou conta até pelo desconhecido. Esse novo cenário, ainda de cuidados, mas feliz por termos chegado até aqui. (Mulher, 63 anos)

Você se sente seguro para voltar a frequentar lugares de consumo?

Em alguns lugares, sim. Os shoppings são os mais confiáveis pra mim, sinto que são os mais cuidadosas com seus clientes. (Mulher, 63 anos)

Dependendo do lugar, sim. Algumas lojas não estão respeitando e, por isso, me sinto inseguro. Mas a maioria das lojas que vejo estão respeitando as regras. (Homem, 30 anos)

Sim, me sinto segura e quero retornar. (Mulher, 31 anos)

Como forma de demonstrar seu amor, as pessoas também passaram a pesquisar muito sobre "cartões festivos e de mensagens", sendo o "cartão dia das mães" o termo mais procurado nessa área nas últimas semanas.



Que tal elaborar cartões criativos para oferecer aos clientes na hora de comprarem os presentes? **É hora de entregar valor para os consumidores!**

02

ESPERANÇA DE RETOMADA DO CONSUMO

2020 trouxe muitas mudanças para os hábitos de consumo das pessoas. Os lojistas precisaram se reinventar e procurar meios de sobreviver em meio às restrições do comércio.



O COMÉRCIO ONLINE TEVE UMA ASCENSÃO SIGNIFICATIVA E PODERÁ IMPACTAR NAS VENDAS DO DIA DAS MÃES.

Dica

O WhatsApp é um dos canais favoritos dos clientes para tirar dúvidas sobre a empresa e, com a pandemia, também se tornou uma preferência na hora de efetuar compras. Durante o período de Dia das Mães, deixe uma pessoa dedicada a responder as mensagens, a divulgar as ofertas e a realizar as vendas pelo aplicativo.

59% de aumento no faturamento do comércio online em 2020.

Fonte: Think with Google

Dos 160 milhões de usuários do WhatsApp no Brasil, 83% utilizam o aplicativo para fazer compras online.

34% das vendas online são feitas pelas redes sociais.

Fonte: Nuvem Shop

Os negócios de pequeno e médio porte representam a principal força na comercialização pelo WhatsApp (cerca de 64%).

Fonte: Accenture

88% dos consumidores acreditam que os varejistas que usaram canais online para vendas devem continuar mesmo após as restrições acabarem.

Fonte: Ayden

"Os hábitos formados durante a pandemia da Covid-19 aumentaram as expectativas dos consumidores em relação ao envolvimento digital, especialmente em setores de serviços como varejo, viagens e transporte",
Jesus Mantas
sócio-gerente sênior da IBM
Global Business Services



MAS A MAIORIA DAS PESSOAS AINDA PREFERE REALIZAR COMPRAS EM LOJAS FÍSICAS...

64% preferem comprar de forma offline
36% gostam mais de comprar online



QUAL CANAL FAVORITO DE COMPRA PARA OS SEGUINTE PRODUTOS?

BELEZA, FASHION E ACESSÓRIOS

77% offline
23% online

VIAGEM E TURISMO

39% offline
61% online

PRODUTOS PARA CASA, SERVIÇOS E MÍDIA

58% offline
42% online

COMIDA E SAÚDE

80% offline
20% online

E O QUE ELES PENSAM SOBRE AS LOJAS FÍSICAS?

Segundo estudo da Ayden,
68% acreditam que o layout
da loja e a vitrine importam
muito.

68% querem lojas parecidas
com galerias de arte, em vez
de produtos empilhados.

74% se esforçariam para ir a
lojas que não tivessem filas ou
onde a experiência de
compra fosse mais prática.

73% dos consumidores que
costumavam visitar os
shoppings centers pretendem
voltar após serem vacinados.
(IBM)

Dica

Aproveite o momento para
decorar a sua loja para atrair
os consumidores para a
data comemorativa.

QUAIS AS PRINCIPAIS PREOCUPAÇÕES DO CONSUMIDOR AO SAIR DE CASA PARA IR ÀS COMPRAS?

Dica

Para atingir a parcela da população que ainda está receosa para sair de casa e ir às compras, não deixe de oferecer opções como compras online e tele-entregas.

O período ainda é delicado e precisa oferecer segurança aos consumidores para que saiam às ruas:



66%

consolidam as saídas para as compras



69%

procuram informações online sobre lojas físicas abertas e próximas



69%

gastam menos tempo em loja e evitam os horários de maior fluxo

COMO É A RELAÇÃO DO CONSUMIDOR HOJE COM O COMÉRCIO LOCAL?

Os consumidores estabeleceram uma confiança nas lojas do comércio local e, por isso, preferem comprar de negócios da sua região. Este é o momento de se fazer presente, divulgar suas ofertas e oferecer produtos voltados para a data comemorativa.

71% dos consumidores afirmam que comprarão mais de negócios locais porque querem que permaneçam abertos.

Fonte: Ayden

76% pretendem continuar comprando dos varejistas com os quais contaram durante a pandemia.

Fonte: Ayden

67% dos consumidores preferem a compra nos negócios locais pelas ofertas e pela qualidade do serviço — mais rápido e ágil do que outras grandes marcas.

(Fonte: Social Miner | Opinion Box)

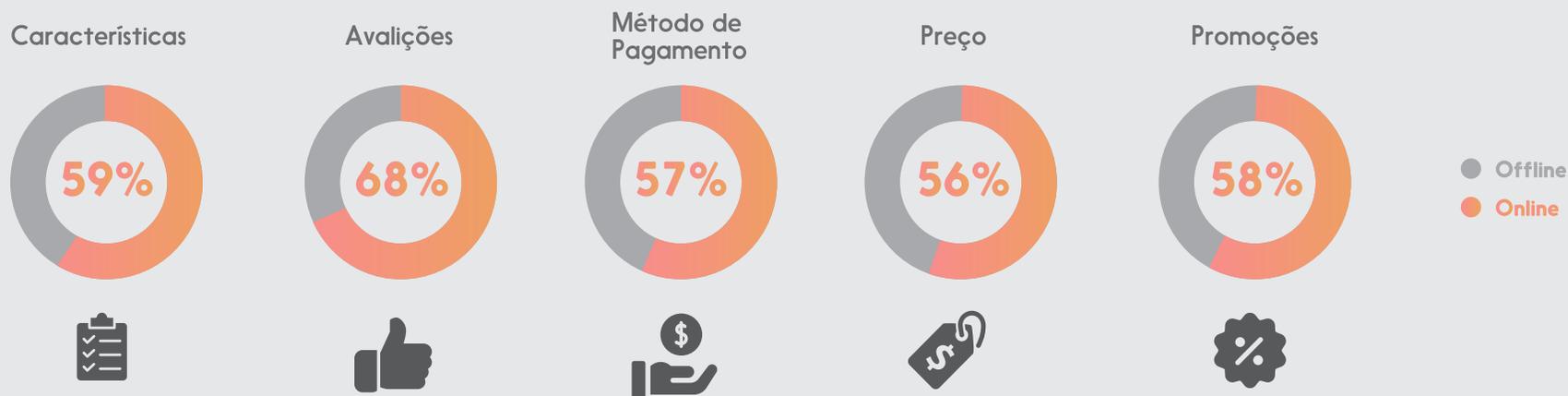
9.7% dos consumidores chegaram às lojas online em que compraram através de ações de incentivo a pequenos negócios.

(Fonte: Social Miner | Opinion Box)

COMO É A JORNADA DO CONSUMIDOR?

A jornada do consumidor começa majoritariamente online com buscas de informações sobre o produto desejado.

Por quais canais você procura por cada tipo de informações abaixo?



Nota: Respondentes podiam marcar mais de uma opção; Canais Online são ferramentas de busca, mídias sociais, E-mail, influenciadores digitais, serviços de mensagem, jornais e revistas digitais e podcasts.

Fonte: BCG Consumer Sentiment; Análise BCG

SAIBA O QUE FAZER PARA ATRAIR O CONSUMIDOR AGORA!

Afinal, o que influencia na decisão do consumidor? Existem 6 pontos principais (chamados vieses cognitivos) que moldam o comportamento de compra e influenciam a escolha de um produto em detrimento de outro. Veja quais são esses pontos e como cada um deles pode ser aplicado na sua empresa:

O PODER DO AGORA:

Tenha produtos a pronta entrega, porque as pessoas não gostam de esperar pelos itens.

CONFIRMAÇÃO SOCIAL:

Peça recomendações de clientes e busque comentários positivos para auxiliar na persuasão dos consumidores.

ANÁLISES HEURÍSTICAS:

Faça descrições curtas de especificações-chave dos produtos para simplificar as decisões de compra.

VIÉS DE ESCASSEZ:

Faça divulgações com o viés de escassez, anunciando o produto como "últimas unidades" ou "está acabando". Assim ele se torna mais desejável. Viés de autoridade: Busque fontes confiáveis ou especialistas para falar bem de seu produto.

O PODER DO GRATUITO:

As pessoas adoram ganhar algo gratuito junto de sua compra e isso pode ser algo bem motivador para sua decisão. Invista em brindes e cartões para seus clientes.

E O DIA DAS MÃES NESTE CONTEXTO?

58,6%

dos brasileiros
pretendem
dar presentes
no Dia das Mães

Categoria	Intenção
Vestuário/Calçados/Adereços	65,2
Perfumes/Cosméticos	53,9
Móveis/Eletrodomésticos	49,5
Chocolate/Flores	41,8
Cesta de Café da Manhã	18,6
Delivery de Refeição	11,3
Jóias	10,9
Bijuterias	12
Celular/Tablet/ Notebook/ Computador	20,2
Livros	7,8
Viagem	6

QUAIS AS PRINCIPAIS BUSCAS E RESULTADOS PARA PESQUISAS DE "PRESENTES DE DIA DAS MÃES"?

Ao procurarmos o termo "presente dia das mães" no Google, os principais resultados são de kits, cestas, cartões.

The image shows a Google search results page for the query "presentes dia das maes". The search bar at the top contains the text "presentes dia das maes" and includes icons for image search, voice search, and a magnifying glass. Below the search bar, there are navigation tabs for "Todas", "Shopping", "Imagens", "Vídeos", "Notícias", "Mais", "Configurações", and "Ferramentas". To the right of these tabs are "Coleções" and "SafeSearch". Below the navigation tabs, there are several filter buttons: "criativo", "personalizados", "simples", "melhores", "artesanato", "diy", "como fazer", "diferentes", "hinode", "escola", "sugestoes", and "baratos". The main content area displays a grid of 14 image-based search results. Each result consists of a small image and a caption with the source website. The results include: 1. "Presente para o dia das Mães no Eio..." from eio7.com.br; 2. "Presente dia das Mães ..." from eio7.com.br; 3. "Kit de Presente Para Mã..." from magazineluiza.com.br; 4. "Feliz Dia das Mães: 18 doces m..." from claudia.abril.com.br; 5. "8 ideias de presentes para o Dia das Mães | Blog da Kitbox" from blog.kitboxclub.com.br; 6. "Lembrancinhas para o Di..." from pinterest.com; 7. "10 presentes criativos de última hora para o Dia das..." from guadasemana.com.br; 8. "Dia das Mães: 25 idéias chela..." from pinterest.com; 9. "Dia das mães sem sair de casa: con..." from portalgc.com.br; 10. "7 opções de presentes para o Dia das M..." from gazetadopovo.com.br; 11. "Presente para o Dia das Mães varia de R..." from g1.globo.com; 12. "Vale presente dia das Mães p..." from brilhofoleados.com.br; 13. "Presente especial de Dia das Mães: 30 ideias par..." from dicasdemulher.com.br; 14. "DIY: ideias de presentes para..." from comprandomeupe.com.br.

03

ESPERANÇA DE RETOMADA DA ECONOMIA

A economia foi fortemente impactada pela pandemia.

Entretanto, iniciou-se um processo de retomada.

É essencial entender o cenário econômico atual, bem como as tendências.

Veja a análise econômica exclusiva elaborada pela CDL POA.



O QUE MOSTRAM OS DADOS

O Índice do Banco Central (IBC) mostra que já existe um processo de retomada econômica no País. No primeiro trimestre de 2021, a renda da população aumentou, e hoje já é 3% superior a janeiro de 2020.

Fonte: Banco Central do Brasil
*Com ajuste sazonal.
Elaboração: AE/CDL POA

Índice do Banco Central de Atividade Econômica - Brasil (Variação % em relação a janeiro de 2020*)



No entanto, é preciso avaliar que há diferenças imensas entre os setores:



Indústria acabou melhor se beneficiando da realocação de recursos das famílias durante a pandemia.



Varejo, comércio e serviços dependem da interação humana, seguem com limitações.

Muito da trajetória de recuperação econômica está vinculada às ações do governo. Em primeiro lugar, R\$ 188,3 bilhões foram depositados na caderneta de poupança entre março e dezembro de 2020, um recorde no Plano Real. Aliado ao coronavoucher, esse capital começou a ser usado em janeiro para sustentar ao menos parte do fluxo de caixa das famílias.

Na dinâmica do varejo pós-COVID-19:



Itens essenciais à sobrevivência / conforto humano exibiram resiliência – alimentação, higiene e fármacos.



Aumento do tempo de permanência da população nos seus respectivos lares beneficiaram: material de construção, móveis e eletrodomésticos

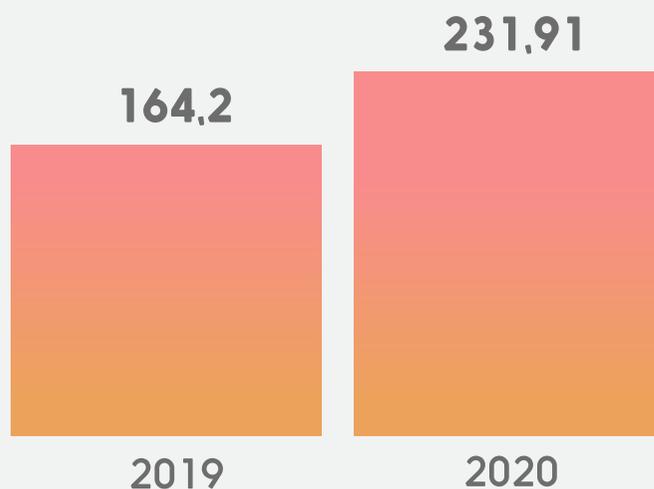


Retração - vestuário, tecidos e calçados.

O e-commerce também está sendo uma importante válvula de escape para alavancar as vendas desses setores mais vulnerabilizados pela crise. Ao todo, o incremento real desse canal foi de +41,2% ao longo do ano passado. Essa é uma mudança perene no âmbito das transações.

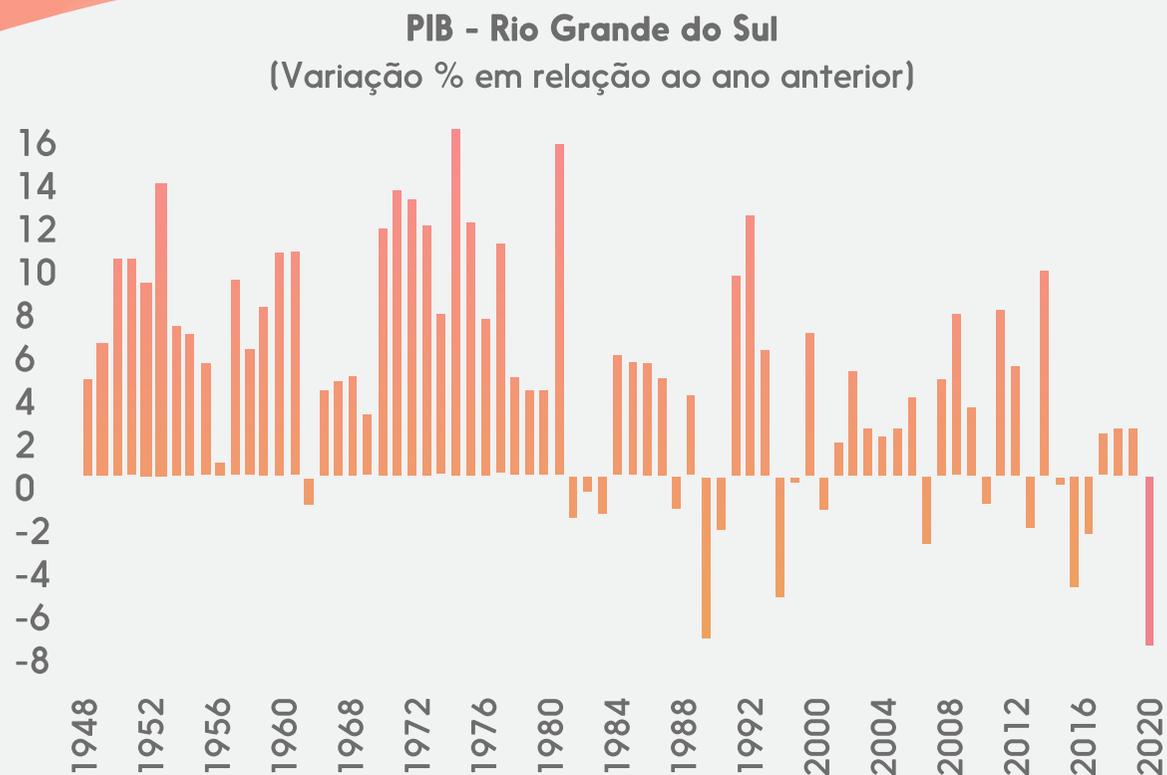
E-commerce - Brasil

(Em R\$ bilhões deflacionados pelo IPCA até dez/2020.)



Fonte: Receita Federal
Elaboração: AE/CDL POA

O quadro sanitário ainda constitui um entrave sério. Em março, por influência do crescimento do número de casos e da letalidade do coronavírus e das restrições adicionais ao funcionamento dos negócios, o Índice de Confiança dos Consumidores apresentou enorme queda. Cabe lembrar que quanto pior é o diagnóstico sobre o momento atual e o que se espera para o futuro, menor é a propensão de gastos.



BOAS NOTÍCIAS!

Um fator bastante positivo para o RS é a expectativa de elevada receita com a soja. Cálculos do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) dão conta de que o faturamento atingirá R\$ 50,7 bilhões em 2021 – patamar inédito.

A reedição de algumas políticas da União em 2021 também deve ajudar a economia no curto prazo, mesmo que seus efeitos sejam bem menos representativos ante 2020.

➔ **2021 | R\$ 44 bilhões:**
15% do valor de 2020

➔ **2021 | 45,6 milhões de pessoas:**
22,5 milhões abaixo de 2020

O orçamento federal para 2021 finalmente foi aprovado, liberando recursos para o BEm e o Pronampe.

04

ESPERANÇA DE RETOMADA DO COMÉRCIO

O ano que passou foi bastante complicado para as vendas do comércio, uma vez que as lojas permaneceram fechadas por bastante tempo.

A alternativa que alguns varejistas encontraram foi vender seus produtos de forma online através de site, redes sociais e aplicativos de mensagem.

Os produtos começaram a ser enviados por meio de delivery. Também foi oferecida a possibilidade antes pouco utilizada de "take away" (buscar na loja).

Mas agora, com a possibilidade de operar (mesmo que com restrições), existe a esperança de um Dia das Mães melhor do que o de 2020.





Os varejistas podem pensar em 3 frentes principais para impulsionar as suas vendas no Dia das Mães deste ano:



OMNICALIDADE



OFERTAS



SEGURANÇA

OMNICANALIDADE

A omnicanalidade (ou "omnichannel") é a estratégia de integrar todos os canais disponíveis, sejam eles meios físicos ou digitais, para atrair os consumidores.

Essa estratégia coloca o cliente como centro e, por isso, busca formas de transformar a sua experiência com a empresa.

A hora é de transformar as operações das empresas. Para o varejo, especialmente, é essencial aprimorar modelos de negócios omnicanais e digitais.

Fonte: McKinsey



OFERTAS

A criação de boas ofertas pode ser decisiva para alavancar as vendas no Dia das Mães.

Com as restrições de funcionamento do comércio, é essencial que os lojistas tragam propostas bastante atrativas para os consumidores, independentemente se as vendas forem online ou presenciais. Neste momento em que há muita competição nas lojas online e, ao mesmo tempo, receio de sair às ruas, os consumidores precisam enxergar vantagens ao comprar de você.

A fim de atrair compradores vacinados para as lojas físicas, os varejistas devem olhar para as promoções, que são o motivo mais convincente para os consumidores comprarem em um espaço físico, especialmente para a Geração X e aqueles com mais de 55 anos. (IBM)

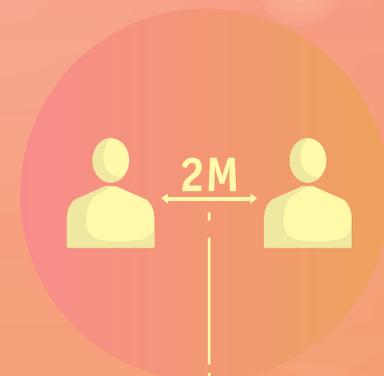


SEGURANÇA

Mesmo com a esperança da retomada das rotinas, a necessidade de seguir os protocolos de saúde se manterá por muito tempo.

Os consumidores precisam se sentir seguros dentro de qualquer espaço para que fiquem à vontade de ir às lojas físicas.

Isso significa que a segurança pode ser uma prioridade para marcas e varejistas enquanto navegam no mercado pós-pandemia. (IBM)



VEJA O QUE DIZEM OS EMPRESÁRIOS

Consultamos empresários vinculados à CDL POA para entender suas perspectivas em relação ao novo cenário para o Dia das Mães, à reabertura do comércio, varejo e serviços, e sobre suas esperanças para o futuro e retomada das atividades comerciais.

"Agora, o empresário deve ser, antes de tudo, um vendedor de esperança, de dias melhores. Isso ajudará a retomar a confiança do consumidor e alavancar a economia novamente" (Empresário, setor de turismo e serviços)

"Sempre haverá esperança no empresário. Está em seu DNA acreditar que as coisas podem dar certo. Por outro lado, podemos pensar em 'esperança' não relacionada ao verbo 'esperar', mas com o sentido de 'esperançar', ir atrás, planejar, agir (...) Todos estão de alguma forma se planejando para isso, garantindo oferta de produtos, que os seus canais de comunicação via redes sociais e digitais estejam acessíveis, para que se possa aproveitar essa data" (Empresário, setor de alimentação)

"Eu vejo que teremos um cenário muito bom para o Varejo, sendo que cada comerciante deverá acreditar e ser criativo no sentido de atrair a visão do cliente para olhar para o seu negócio, (...) ou seja, promover momentos inesquecíveis para o cliente. Lembrando que temos que explorar as novas formas de vender que aprendemos no decorrer desta pandemia, pois as pessoas estão dispostas a presentear suas mães" (Diretor de empresa varejista, setor eletroeletrônicos e móveis)

NÃO SE ESQUEÇA

O Dia das Mães oferece muitas oportunidades para o comércio e, com isso, traz esperança de retomada do varejo e do consumo. O contexto de confiança no retorno à "normalidade" eleva as expectativas dos varejistas, mas é necessário estar atento às principais medidas de segurança em sua loja, bem como entender o comportamento do consumidor neste momento.



LEMBRE-SE DESTAS DICAS ESPECIAIS:

✓ Mantenha uma **presença online frequente**. Faça uso das redes sociais para divulgar seus produtos, utilize o WhatsApp para se relacionar com os clientes, faça vendas pelos meios digitais. Lembre-se: os consumidores estão em todos os meios: offline e online.

✓ Tenha boas ofertas neste Dia das Mães. Elabore estratégias de **kits e combos**, além de lançar descontos e promoções especiais.

✓ Cuide do seu ponto de venda. Os consumidores são bastante atraídos pela disposição da loja e pela vitrine, portanto, dê uma **atenção especial ao seu espaço físico**.

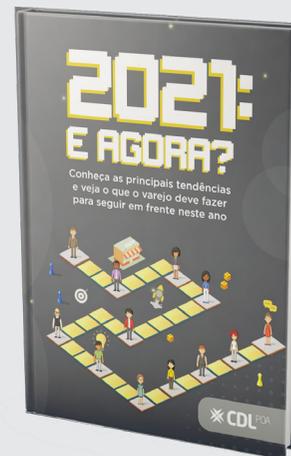
✓ Fique sempre atento a todas as **tendências de varejo**, consumo e comportamento. Nas redes sociais e no site da CDL POA, você encontra novidades e materiais para isso.

✓ Saiba bem **quem é o público** que pretende comprar da sua loja nesta data. Assim, as ações poderão ser mais assertivas.

✓ Participe de **ações de comércio local**, se faça presente na sua região e compartilhe postagens incentivando o consumo.

✓ E o mais importante neste momento: **respeite todos os protocolos de saúde**. É preciso transmitir segurança para os consumidores. Oriente o uso de máscaras, disponibilize álcool em gel por todo o ambiente, respeite a taxa máxima de ocupação, cuide com o distanciamento social. Os cuidados são sempre essenciais.

**VEJA OUTROS
MATERIAIS
DA CDL POA
QUE PODEM
POTENCIALIZAR
SUAS VENDAS NESTE
DIA DAS MÃES:**





51 3017 8000

www.cdlpoa.com.br

Siga a @cdlpoa nas redes sociais e confira nosso conteúdo exclusivo.

