

# Comece seu planejamento de fim de ano!

O fim de ano pode trazer até **30% de aumento no total de vendas** de um varejista em uma temporada. Embora essa seja uma ótima oportunidade, ela também pode enfatizar os profissionais de marketing digital que precisam conciliar campanhas omni-channel, fazer marketing para novos compradores móveis e otimizar os sucessos anteriores.

Mas não se preocupe, pois estamos aqui para ajudar você a preparar suas campanhas. Reunimos as tendências do setor e procuramos nossos próprios dados para revelar as principais estratégias necessárias para executar campanhas de marketing de sucesso nesta temporada de festas.

## Marketing de fim de ano em outubro? É isso mesmo!

Um dos maiores equívocos sobre o marketing de fim de ano é que você precisa exibir seus anúncios a tempo para a Black Friday. Este não é o caso. De fato, mais de 40% dos consumidores planejam começar suas férias antes de novembro, e um sólido plano de 20% para começar antes de outubro começa. Abaixo, analisamos por que começar cedo pode ser crucial para o sucesso.



**+7%**

**+7% de aumento no total de impressões** durante outubro em comparação com os meses restantes.

**-12%**

**-12% Diminuição do CPC médio** em outubro em relação aos meses restantes.

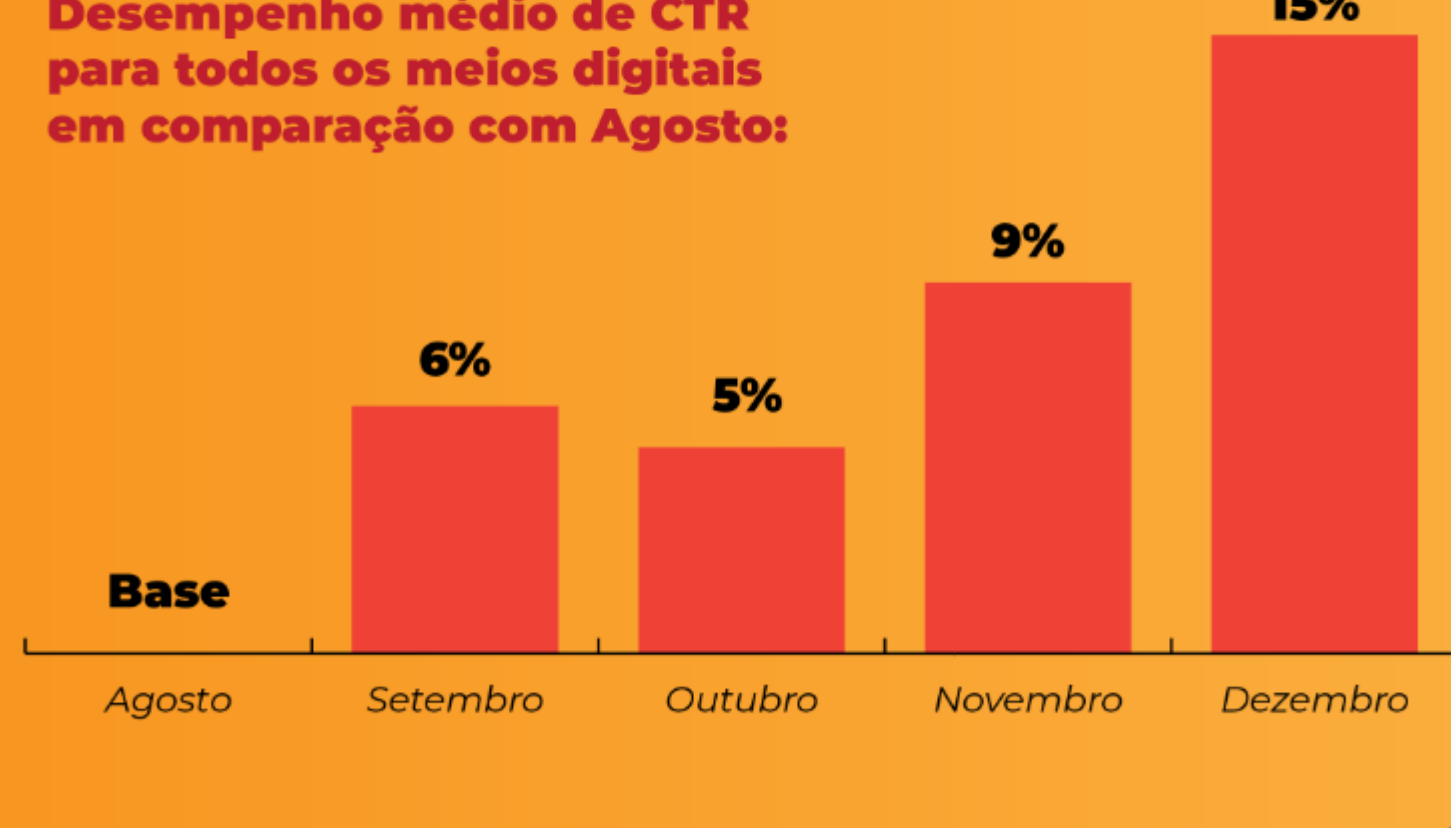
**-15% - 20%**

**-15 - 20% Redução no CPM médio** em outubro em comparação com os meses restantes.

**Isso significa que a veiculação de campanhas em Outubro dá a você mais tempo para testar o desempenho que leva a dias de alta compra, sem prejudicar o banco.**

Enquanto outubro é sem dúvida o melhor momento para começar a executar suas campanhas, isso não significa que você deve se esquecer de novembro e dezembro completamente. Na verdade, à medida que a taxa média de cliques (CTR) muda de Agosto a Dezembro, podemos ver que o tráfego mais engajado será exibido no final do ano.

### Desempenho médio de CTR para todos os meios digitais em comparação com Agosto:

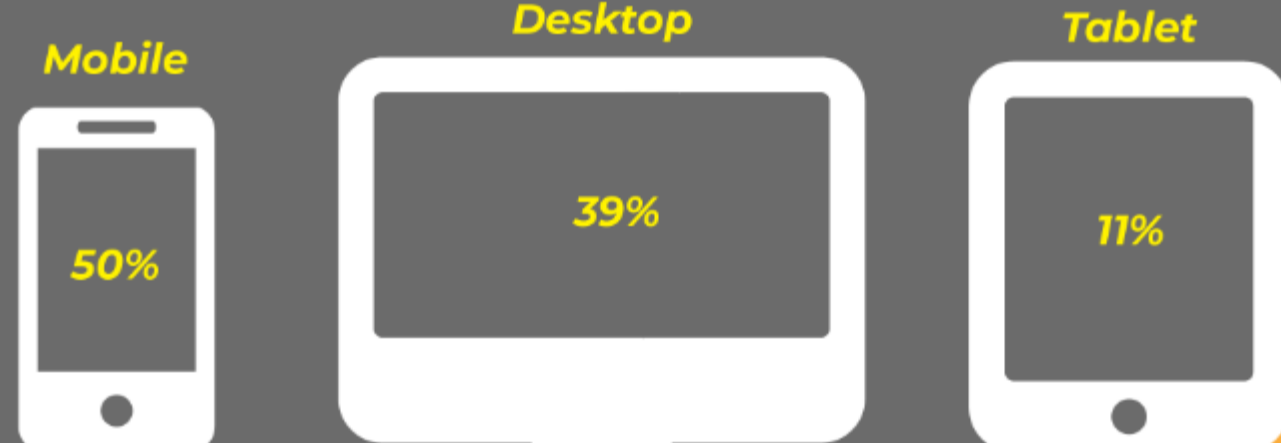


### A ascensão do marketing móvel

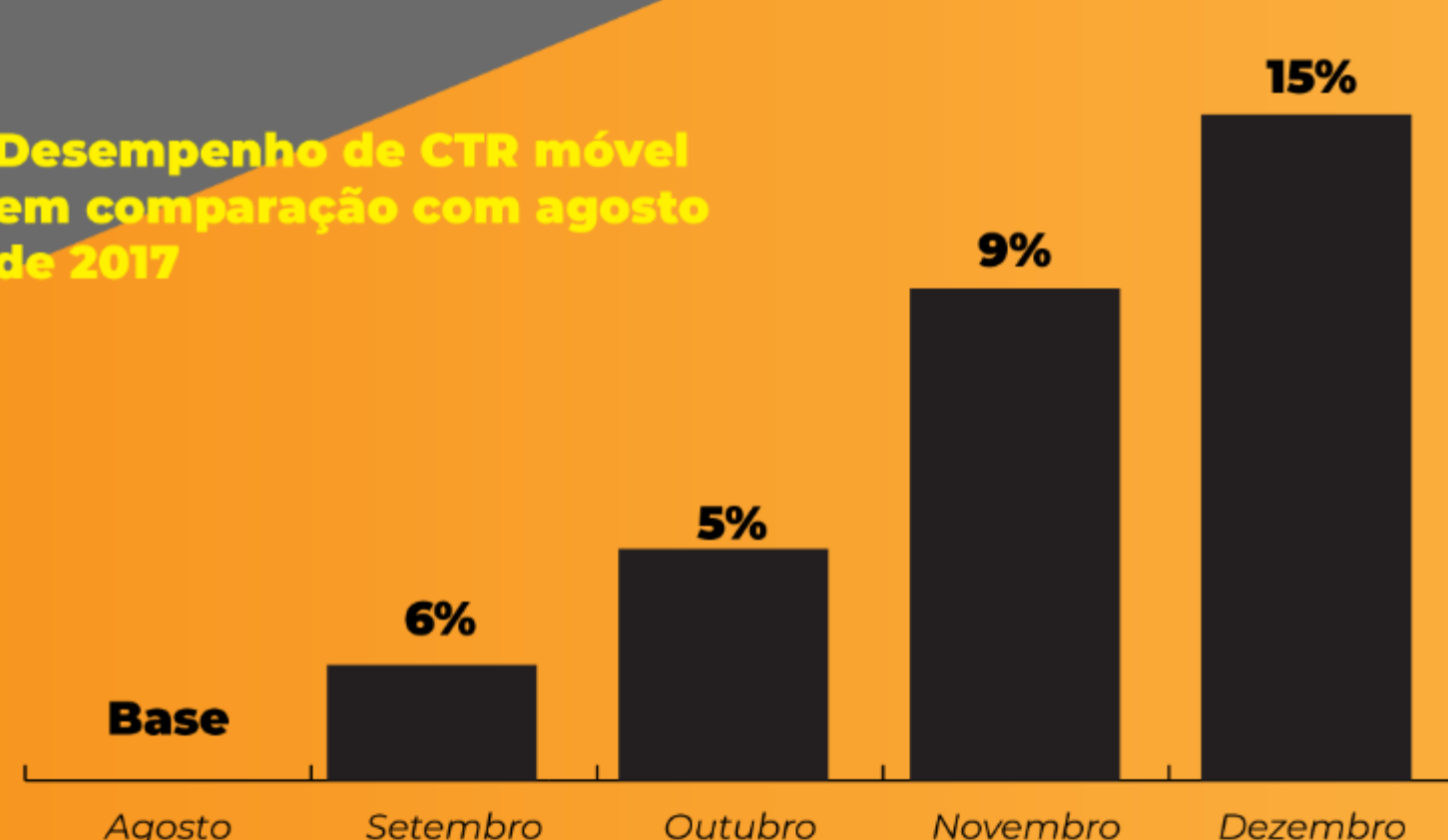
As compras móveis não são mais uma atividade tão incomum. Para o período de férias de cinco semanas, de 21 de novembro a 26 de dezembro de 2017, as compras por celular representaram **41% de todas as compras**. Na verdade, na Black Friday, as compras por celular representam mais do que as que vinham de um computador padrão.

Além disso, as campanhas entre dispositivos apresentam alguns dos melhores desempenhos absolutos quando comparadas a campanhas comuns em computadores ou redes sociais.

**O CPC médio é 63% mais barato no celular do que no desktop para a campanha média de fim de ano.**



### Desempenho de CTR móvel em comparação com agosto de 2017

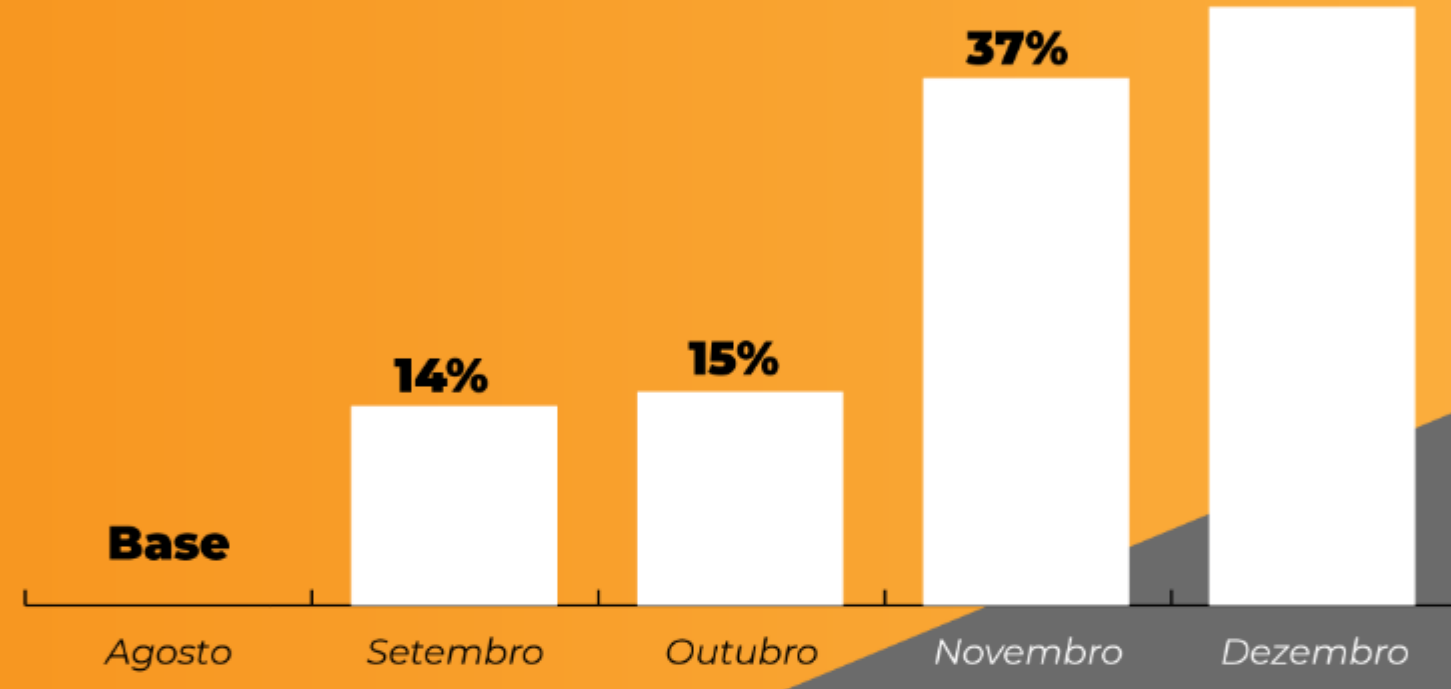


Embora o desempenho da publicidade em dispositivos móveis possa ser incrivelmente bem-sucedido e eficiente, é importante lembrar que, quanto mais cedo você executar suas campanhas, menos concorrência você verá.

Ao começar cedo, você poderá alcançar usuários novos e existentes com mensagens estratégicas a um custo menor para você. À medida que a temporada de férias aumenta, a concorrência também aumenta.

No entanto, você estará à frente do jogo e poderá focar seu orçamento em trazer seus novos clientes de alta intenção pelo funil para converter.

### Mudança média nos CPMs móveis em comparação com agosto de 2017



### Tocando o Facebook e Instagram para o sucesso

Uma das melhores formas de aproveitar um público-alvo para celular é garantir que você exiba seus anúncios em sites de mídia social como o Facebook e o Instagram.

Os profissionais de marketing que veiculam anúncios em plataformas sociais podem adicionar mais de 10% de impressões em potencial a suas campanhas.

**+ 54%** de aumento na CTR média do Facebook quando comparado com a exibição

**+ 400%** de aumento no CTR médio do Instagram em comparação com a exibição

**- 59%** Diminuição do CPC médio do Facebook em comparação com a exibição

**- 52%** Diminuição do CPC médio do Instagram em comparação com a exibição

Sim, você leu esses números corretamente. Para os meses de agosto a dezembro de 2017, os anúncios altamente visuais do Facebook e do Instagram alcançaram as taxas de cliques e os custos médios por clique que superaram amplamente os equivalentes em sites de exibição tradicionais.

Embora o desempenho nessas plataformas possa ser alto, é importante executá-las ao lado dos seus esforços de exibição para obter o melhor desempenho de suas campanhas digitais.

**Entre em contato conosco!**

Se você deseja otimizar as campanhas do ano passado ou começar tudo de novo, compilamos estratégias comprovadas que ajudarão sua empresa a atingir suas metas de vendas e encerrar o ano com uma nota alta!

**neoplan**

**São Paulo, SP**

Av. Engenheiro Luís C. Berrini, 1748, Conjuntos 1606 e 1604 – Brooklín

**Araçatuba, SP**

Rua Antônio Gomes do Amaral, 943 - Bairro Santana  
Fone: (18) 3117-7242