



Páscoa 2025

A Temporada Começou!

**É hora de planejar, divulgar e vender
com clareza e intenção.**

O seu Relatório
que traz aquele toque extra de informação



Por Josi Oliveira
Josie – Comece simples,
mas comece com conhecimento

Páscoa 2025

Abril começou (e isso não é mentira!)

INTRODUÇÃO

Abril começou e o cheirinho de chocolate já está no ar — e não, apesar de hoje ser 1º de abril, isso não é mentira: a Páscoa está logo aí, e quem quer vender precisa ser intencional. Sim, o preço do chocolate deu um susto em todo mundo este ano. O cacau teve aumento histórico e os ovos de Páscoa ficaram, em média, 9,5% mais caros. Mas quem vive da confeitaria sabe que crise também é oportunidade e os clientes seguem buscando presentes, carinho em forma de doce e experiências artesanais. A pergunta é: você está com seu calendário organizado para vender bem nessa Páscoa? Se ainda não, aqui vai a boa notícia: dá tempo de planejar, divulgar e garantir suas encomendas com estratégia e sem desespero.

Vamos por partes:

- Até o dia 11 de abril: é o momento de aquecer o seu público, mostrar o que vai vender, despertar desejo e garantir encomendas antecipadas.
- De 12 e 13 de abril: é a fase de organização. Nada de aceitar pedidos de última hora que te tiram do eixo.
- Até o dia 17 de abril: é hora de produzir e entregar com carinho, capricho e pontualidade.
- Dia 21: é o momento certo para colher elogios (e clientes fiéis).

Importante: As datas são sugestões – adapte à sua realidade!

O calendário que sugerimos neste material é uma base estratégica, mas ele precisa ser ajustado de acordo com o tipo de produto que você vai vender.

Se você trabalha com chocolates recheados com brigadeiro, trufas, nozes ou outros recheios mais firmes e com validade estendida, o planejamento pode seguir com um pouco mais de antecedência.

Já se sua produção inclui frutas frescas, cremes delicados ou recheios perecíveis, a atenção deve ser redobrada:

- Esses produtos devem ser produzidos o mais próximo possível da data de entrega,

para garantir o frescor, a segurança do alimento e a satisfação do cliente.

- Fique de olho na temperatura ambiente do lugar onde você mora. Em regiões mais quentes, o risco de alteração no sabor, textura ou conservação do chocolate é ainda maior.
- O ideal é manter os produtos refrigerados corretamente e evitar exposição ao calor durante o transporte.

Lembre-se: produto bom é aquele que chega inteiro, fresco e delicioso nas mãos do cliente. Planeje suas datas de produção com base na sua realidade e nas características dos seus doces.

Vamos falar de dados antes de divulgar?

Antes de postar qualquer coisa, é importante olhar para a realidade do seu cliente. As informações a seguir são baseadas em pesquisas extraídas de portais como Globo.com, CNN Brasil e dados de consumo da internet. E mesmo com a inflação apertando, o brasileiro segue fiel à tradição da Páscoa e você pode (e deve) usar isso a seu favor.

1. A tradição ainda é forte

Apesar dos preços altos, os consumidores brasileiros mantêm firme o hábito de:

- Fazer o almoço de domingo de Páscoa
- Presentear pessoas queridas com chocolate e doces

2. Quem são os principais presenteados?

Segundo as pesquisas, os consumidores pretendem comprar uma média de pelo menos **5 presentes**, com foco em:

- Filhos(as) e netos(as)
- Marido/esposa
- Pai e mães
- Sobrinhos
- Namorados(as)

Existe também uma parcela menor que compra para toda a família — e é aqui que os combos e kits familiares ganham destaque.

3. O que as pessoas mais compram?

- Ovos de Páscoa (clássicos e artesanais)
 - Sobremesas tamanho família com chocolate
 - Bombons e trufas em embalagens presenteáveis
- Ou seja: se você trabalha com algum desses produtos, existe demanda real.

4. Mas atenção: o brasileiro deixa tudo para a última hora

E aqui entra a importância da sua campanha de divulgação ser **bem estruturada e com senso de urgência**.

Veja os dados:

- **54%** das pessoas pretendem comprar **com 15 dias de antecedência**
- **43%** deixam para comprar **na semana da Páscoa**
- **3%** compram **na véspera**

Isso significa que você precisa:

- Começar a divulgação **AGORA**
- Aquecer o público com antecedência
- E tenha um plano para os “atrasados” de última.

Mas atenção: precisa fazer sentido para você também.

Cuidado com a armadilha de tentar agradar todo mundo. Aceitar pedidos fora do prazo pode comprometer a qualidade do seu produto, sua organização e até sua saúde mental. Lembre-se: você pode, e deve, recusar uma encomenda, se for necessário. Colocar limites também é uma forma de ser profissional.

Não é sua primeira Páscoa? Use isso a seu favor!

Se você já vendeu no ano passado (ou até mesmo em outras datas comemorativas), você tem ouro nas mãos: a sua base de clientes.

Entre em contato com quem já comprou de você:

- Mande uma mensagem personalizada no WhatsApp
- Apresente as novidades deste ano (sabores, kits, combos)
- Ofereça prioridade na encomenda (“lista VIP”)

Exemplo de mensagem pronta:

Oi, [nome]! Aqui é a [seu nome]. Ano passado você fez parte da minha Páscoa com muito carinho e queria te contar que a nova coleção já está pronta! Tem [seu produto] e, claro, o mesmo cuidado de sempre. Quer receber o cardápio antes de todo mundo?

Com essa mensagem você:

- ✓ Ativa o senso de exclusividade
- ✓ Aumenta suas chances de vender com mais rapidez
- ✓ E mostra que você valoriza cada cliente que já confiou em você

Como o consumidor pensa (e paga) na Páscoa?

Não é só sobre o “quê” vender. É quando seu cliente vai ter dinheiro para comprar. A maioria dos consumidores no Brasil se organiza com base em salários e fechamento de fatura do cartão de crédito. Por isso, entender o calendário financeiro do seu público é essencial para vender mais na Páscoa.

1. Salário do mês

A maior parte dos trabalhadores CLT recebe entre os dias 28 e 05. Isso significa que do dia 01 ao dia 07 de abril é o momento ideal para divulgar intensamente suas ofertas com foco em quem recebeu e está com dinheiro na mão.

2. Fechamento do cartão de crédito

Grande parte dos cartões fecha entre dia 05 e 10, e muitos consumidores esperam o início de um novo ciclo (após o fechamento) para comprar. abril é o momento ideal para divulgar intensamente suas ofertas com foco em quem paga com cartão.

3. O impacto do Pix

O Pix à vista é uma excelente opção de pagamento — rápido, seguro e direto. Não se esqueça de incluir sua chave Pix no cardápio de forma visível ou, se preferir, crie uma imagem personalizada com a chave e o valor, pronta para enviar ao cliente no WhatsApp. Isso facilita o pagamento, transmite organização e ainda agiliza suas vendas.

Como faço a comunicação sobre o pagamento?

Você, como empreendedor, não é só quem faz os doces, você também é responsável por organizar a parte financeira e gerenciar seu estoque com estratégia.

Para manter a produção sob controle, evitar prejuízos e garantir a qualidade de cada encomenda, é essencial ter uma gestão clara dos pagamentos.

Uma das formas mais seguras de fazer isso é definindo uma política simples e eficaz:

- Pagamento antecipado integral, ou
- 50% de entrada no pedido + 50% na entrega

Essas práticas ajudam a organizar sua agenda, pagar os insumos certos na hora certa e manter seu negócio saudável, com menos correria e mais segurança.

O que é mais estratégico?

A) Pagamento total antecipado

Quando usar:

- Para produtos simples e de produção rápida
- Se você tem um histórico confiável com o cliente
- Quando a entrega for em até 5 dias

Como comunicar?

Você pode incluir no seu cardápio a seguinte frase: **Para garantir sua encomenda, o pagamento é feito no momento da reserva. Assim, consigo organizar minha produção e garantir o melhor resultado para você!**

B) Sinal de 50% + restante na entrega

Quando usar:

- Quando a produção exige compra de insumos antecipada
- Para clientes novos

Vantagens:

- Ajuda no seu fluxo de caixa
- Compromete o cliente com a encomenda
- Evita prejuízo com desistências de última hora

Como comunicar?

Você pode incluir no seu cardápio a seguinte frase: **Para reservar seu pedido, pedimos 50% de sinal. O restante pode ser pago na entrega. Assim, você garante sua Páscoa e eu consigo produzir tudo com mais organização e carinho!**

Dicas práticas para receber melhor

- Tenha uma política clara de pagamento (pode até estar no seu cardápio).
- Ofereça opções de pagamento: Pix, crédito e parcelamento (com taxa opcional). Sempre verifique as condições com a operadora do seu serviço de pagamento.
- Use respostas automáticas no WhatsApp com as condições já explicadas.
- Envie comprovante ou recibo de confirmação.

Frase para reforçar profissionalismo: **Produzir por encomenda é um ato de confiança mútua. O pagamento antecipado me permite comprar insumos de qualidade, organizar a produção e entregar um doce feito com técnica e planejamento do jeitinho que você merece.**

Agora, bora montar sua oferta irresistível de Páscoa?

O segredo para vender nas redes sociais está em mostrar, escutar e se conectar com intenção. Cada story postado ou caixinha respondida é uma oportunidade real de transformar interesse em venda. Existem várias estratégias para isso. hoje, vamos focar em uma das mais poderosas: a curiosidade.

A Curiosidade Vende, e muito!

Você já percebeu como o brasileiro ama saber da vida dos outros?

A gente é curioso por natureza. Quer ver o bastidor, entender “como faz”, descobrir o segredo da receita, saber quem está por trás do negócio.

E adivinha?

Isso é uma vantagem enorme para você que vende doces.

Quando você compartilha seu processo, desde o recheio saindo da panela até a etiqueta colada na embalagem, você não está apenas mostrando um produto.

Você está:

- Criando conexão
- Gerando confiança
- E ativando o desejo de compra de forma natural

Porque quem acompanha a história... quer fazer parte dela. E aí, seu doce deixa de ser “só mais um” e vira “aquele que eu vi sendo feito com carinho, ao vivo, ali nos stories.”

Como usar a curiosidade nos stories para vender mais:

1. Leve o seguidor para o “bastidor” da produção. Mostre o que está por trás da vitrine perfeita.

Exemplos:

- “Olha o recheio que acabou de sair da panela... adivinha o sabor?”
- “Já tô separando as fitas pro kit X. Qual cor você prefere?”
- “Tem pedido saindo agora. Quer ver como vai embalado?”

Dica: Faça isso com enquete ou caixinha.

A curiosidade + interação = engajamento + conversão.

2. Use o formato “Você sabia que...?”

Conte fatos do seu dia a dia que mostrem cuidado, técnica e estratégia.

Exemplos:

- “Você sabia que eu testo cada receita pelo menos 3x antes de colocar no cardápio?”
- “Você sabia que eu embalo um por um com luva e máscara pra garantir higiene total?”

Essas curiosidades educam, geram confiança e mostram valor.

3. Use você mesma como conteúdo

Você é a sua melhor história. Fale com a câmera. Mostre sua emoção. Compartilhe o porquê.

Exemplos de falas que vendem com verdade:

- “Tô cansada? Tô. Mas ver cliente feliz com o doce que eu fiz vale tudo.”
- “Montei esse combo pensando em quem quer presentear com carinho. Fiz como se fosse para minha própria filha.”

Ideias:

- A Temporada Começou!!
- Abril chegou... e o cheiro de chocolate já tá no ar por aqui. Adivinha o que vem aí?
- Já tô começando os preparativos da Páscoa 2025 — quer acompanhar tudo de pertinho?
- Enquete:
“Você gostaria de um sabor com:
Nozes + brigadeiro
Maracujá + chocolate branco”
- “Quer receber o cardápio antes de todo mundo?”
Manda um no direct que eu te envio com exclusividade
- “Tudo é feito com calma e carinho. É mais do que chocolate — é presente.”

“Se quiser garantir uma encomenda feita com esse cuidado, me chama aqui! Tô organizando a primeira leva de pedidos.”

- “Quem já pediu, já garantiu! Quer o link do cardápio? Responde aqui ou me chama no Whats!”
- “Contagem regressiva pra fechar os pedidos!”

Adicione o contador para o dia 11

Agora é a sua vez! Personalize com a sua essência.

Você já tem algumas ideias. Agora, é hora de colocar sua personalidade nos stories! Grave com seu jeito, com a sua voz, suas mãos...use imagens e vídeos dos seus produtos.

E atenção: todo story precisa ter um botão de ação, de preferência, o link direto para o seu WhatsApp. É ali que começa a conversa que pode virar venda. O cliente não quer perder tempo: facilite o caminho com um link rápido e visível para falar com você com apenas um clique.

Separei algumas ideias para te inspirar e ajudar a criar algo com a sua cara!



Entenda o algoritmo dos stories e como usá-lo a seu favor

O Instagram não entrega seus stories para todos os seguidores ao mesmo tempo. Ele mostra primeiro para quem mais interage com você (curte, responde, reage). Depois, com base nessas reações, ele decide se vale mostrar para mais gente.

Isso quer dizer que:

- O primeiro story do dia é o mais importante
- Se a pessoa ignorar, o Instagram pode parar de mostrar os próximos
- Se a pessoa interagir, você “ganha pontos” com o algoritmo

Como melhorar sua entrega nos stories?

- ✓ Poste pelo menos 3 vezes por dia:
 - Um story de manhã
 - Um à tarde
 - Um à noite
- ✓ Use enquetes, caixinhas e emojis de reação com frequência.
- ✓ Mostre bastidores, vídeos curtos e chamadas diretas: “Me chama no Whats!” Você precisa criar caminhos para o seu conteúdo chegar até o cliente. O algoritmo é só o meio, a estratégia é sua.

Story bom é aquele que cria conversa. Quem vê, interage. Quem interage, compra.

21 de abril — Hora de colher elogios (e clientes fiéis!)

Depois da correria da produção e das entregas, chega o momento de respirar fundo... e colher os frutos do seu trabalho.

O dia 21 é ideal para:

- Agradecer publicamente seus clientes (post nos stories, mensagem no WhatsApp, bilhete personalizado)
- Pedir feedbacks sinceros sobre os produtos, atendimento e experiência
- Compartilhar avaliações positivas como prova social (nada melhor do que depoimentos reais para atrair novos clientes)
- E mais do que isso: guardar esses dados com carinho.

Essas mensagens, comentários e respostas são mais do que elogios, são dados valiosos para te ajudar a:

- Melhorar seus produtos e processos
- Planejar a próxima campanha com base no que deu certo. Já estamos perto do Dia das Mães!!!
- Criar conteúdo com base nas palavras dos próprios clientes
- Construir autoridade e confiança com provas reais

Dica:

Crie uma pasta no seu celular chamada “Feedbacks de Páscoa” e salve tudo lá: prints de conversas, stories marcados, avaliações por áudio ou texto. Esse material vai te acompanhar por muito tempo!

Que venham as encomendas (e os elogios!)

Espero que essas dicas tenham te ajudado a se organizar, divulgar melhor e vender com mais clareza e intenção nesta Páscoa. Lembre-se: você não está apenas vendendo doces. Você está entregando carinho, memória, presença e sabor em forma de presente. E o melhor: você está construindo um negócio com estratégia, propósito e valor. Agora é hora de colocar em prática tudo o que falamos até aqui.

E já prepara o coração, porque logo ali vem o **Dia das Mães** e com ele, uma nova campanha cheia de oportunidades.

Bora crescer juntos?

Com carinho,

Equipe Josie

 @josie.clube

 josie.clube@gmail.com