

Calendário Estratégico de E-commerce

→ *Datas estratégicas para impulsionar o faturamento*

2026

→ O e-commerce não cresce no improviso. Ele evolui quando decisões são tomadas com base em dados, estratégia e na leitura correta do comportamento do consumidor.

Este calendário foi criado para ir além de uma simples lista de datas. Cada mês representa uma oportunidade clara de crescimento, relacionamento e performance para o negócio.

Na **Agência FG**, acreditamos que datas não vendem sozinhas. O que vende é a combinação entre planejamento, experiência, comunicação e execução consistente.

2026

Janeiro

- **01** Confraternização Universal
- **01 - 15** Liquidação Pós-Natal
- **07 - 14** NRF Retail's Big Show

👉 Saldão de Verão (Mês inteiro)



Livro do mês:
A Lógica do Consumo
Martin Lindstrom

Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Janeiro

*Foco em: **planejamento, dados e estrutura.***

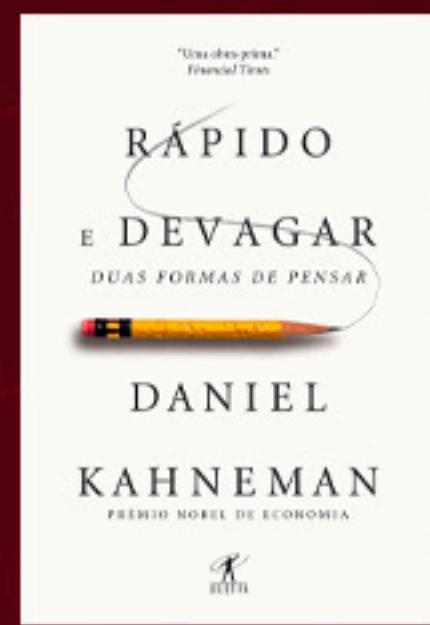
Janeiro é o mês dos novos começos e também dos ajustes estratégicos que sustentam o ano inteiro. No e-commerce, é o momento ideal para trabalhar a liquidação pós-Natal, girar estoque parado e reativar clientes que compraram no fim do ano. Campanhas de saldão de verão e ações focadas em CRM costumam ter ótimo custo-benefício.

É também o mês de planejar metas, revisar CAC, funil e estrutura de mídia, enquanto o mercado se inspira nas tendências globais apresentadas na NRF.



Acesse nossa solução em Performance

- **01** Dia do Publicitário
- **14** Valentine's Day
- **17** Carnaval
- **16 - 22** Campanhas Mobile First



Livro do mês:

Rápido e Devagar
Daniel Kahneman

Fevereiro

Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

fevereiro

*Foco em: **testes e ajustes finos.***

Fevereiro costuma ser subestimado, mas oferece uma vantagem clara: menos concorrência ativa. No e-commerce, isso abre espaço para testar campanhas com mais eficiência. Datas como Valentine's Day e o período de Carnaval, marcado por alto tráfego mobile, são ótimas para campanhas rápidas, criativas e bem segmentadas.

É um mês estratégico para testar criativos, públicos e ofertas que podem escalar nos próximos ciclos.

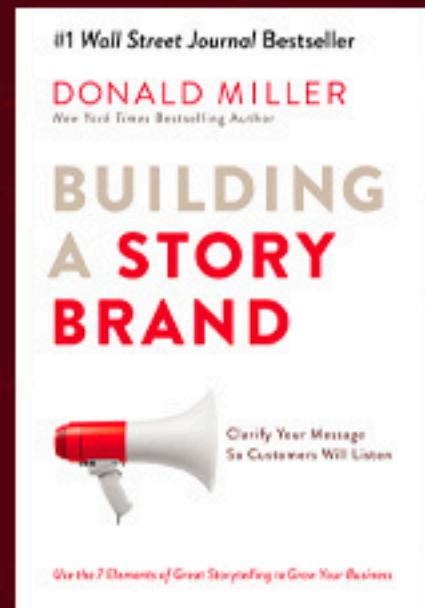


Acesse nossa solução em Gestão de Google Ads

Marco

- **08** Dia Internacional da Mulher
- **09 - 15** Semana do Consumidor*

👉 Data-chave do e-commerce brasileiro*



Livro do mês:
StoryBrand
Donald Miller

Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Março

Foco em: crescimento consistente.

Março é um dos meses mais importantes do e-commerce no primeiro semestre. A Semana do Consumidor e o Dia do Consumidor movimentam o varejo digital e criam uma expectativa clara de oferta por parte do público. Muitas marcas trabalham o mês inteiro como evento, e não apenas o dia.

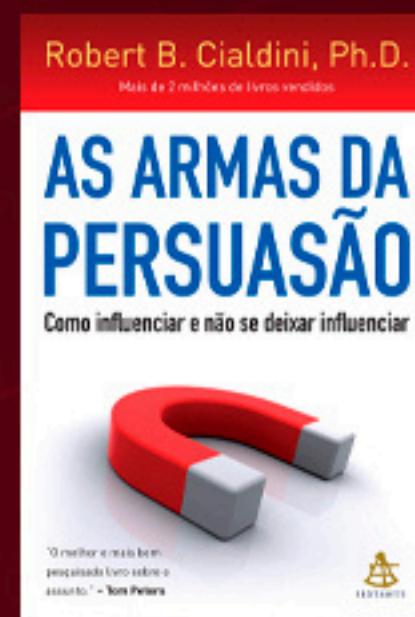
Aqui, planejamento de mídia, estoque e narrativa faz toda a diferença entre vender mais ou apenas conceder desconto.



[Acesse nossa solução em CRO Otimização de Conversão](#)

Abril

- **05** Páscoa
- **16 e 17** VTEX Day
- **22** Descobrimento do Brasil
- **23** Dia Mundial do Livro
- **28** Dia do Frete Grátis



Livro do mês:
As Armas da Persuasão
Robert Cialdini

Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Abril

Foco em: experiência e conversão.

Abril combina emoção e estratégia. A Páscoa é uma excelente oportunidade para kits, presentes e aumento de ticket médio. Além disso, ações como o Dia do Frete Grátis funcionam como gatilho direto de conversão, especialmente para destravar carrinhos abandonados.

É um mês ideal para testar mecânicas promocionais inteligentes sem comprometer a margem.



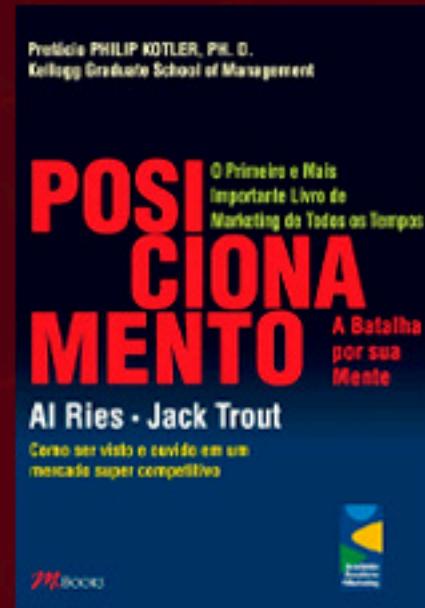
Acesse nossa solução em Retail Media

Maio

- **01 - 10** Ticket Médio Alto
- **01** Dia do Trabalho
- **05** Páscoa
- **10** Dia das Mães

Dom Seg Ter Qua Qui Sex Sáb

			1	2		
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						



Livro do mês:
Posicionamento
Al Ries & Jack Trout

Maio

*Foco em: **equilíbrio entre branding e performance.***

Maio abriga uma das datas mais relevantes do varejo digital: o Dia das Mães. No e-commerce, esse é o momento de investir em campanhas emocionais, experiência de navegação e comunicação clara sobre prazos de entrega.

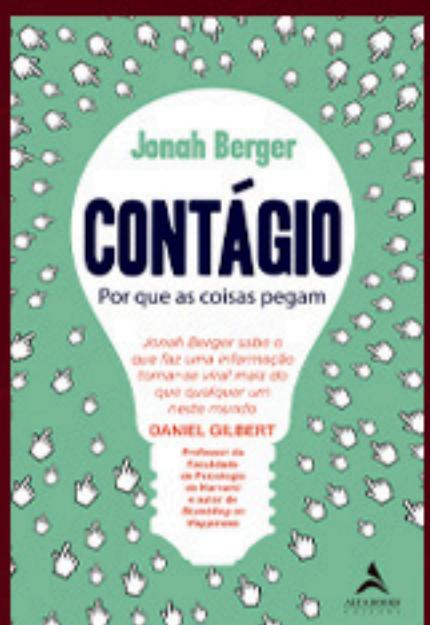
É também um mês importante para antecipar demanda, trabalhar upsell e reforçar posicionamento de marca.



Acesse nossa solução em SEO e Conteúdo

Junho

- **05** Dia do Meio Ambiente
- **12** Dia dos Namorados
- **21** Início do Inverno
- **28** Dia do Orgulho LGBTQIAPN+



Livro do mês:
Contágio
Jonah Berger

Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Junho

Foco em: reconhecimento e recorrência.

Junho é o mês das experiências. O Dia dos Namorados impulsiona campanhas de kits, bundles e produtos complementares, aumentando ticket médio sem depender apenas de desconto.

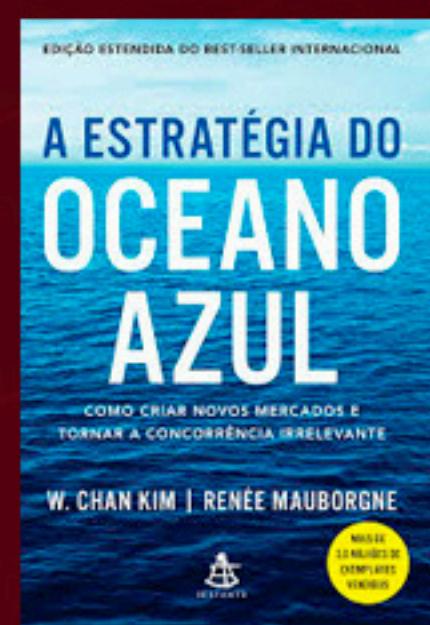
Além disso, ações de CRM, recompra e relacionamento ganham força, preparando o terreno para o segundo semestre.



Acesse nossa solução em Gestão de E-mail Marketing e CRM

Julho

- **07** Dia do Chocolate
- **20** Dia Internacional do Amigo
- **30 - 31** Fórum E-commerce



Livro do mês:

A Estratégia do
Oceano Azul
Kim & Mauborgne

Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Julho

Foco em: otimização e preparação.

Julho marca o saldão de meio de ano, um momento clássico para limpeza de estoque e retomada de conversão. As férias escolares impactam diretamente segmentos como moda, kids e lifestyle, exigindo ajustes na comunicação e nas vitrines.

É um bom mês para revisar conversão, checkout e performance antes da aceleração do segundo semestre.



Acesse nossa solução em Gestão de E-mail Marketing e CRM

Agosto

Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

→ **09** Dia dos Pais



Livro do mês:

A Regra é Não
Ter Regras
Reed Hastings

Agosto

Foco em: retomada de crescimento.

Agosto é puxado pelo Dia dos Pais, uma data que mistura emoção e decisão racional de compra. No e-commerce, campanhas bem segmentadas e mensagens personalizadas tendem a performar melhor do que descontos genéricos.

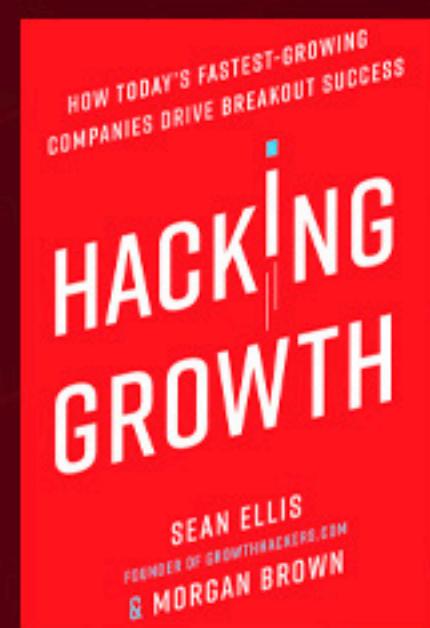
Também é um mês de retomada mais forte de investimento em mídia, preparando o público para os próximos grandes eventos.



Acesse nossa solução em Evolução

- **07 - 13** Semana Brasil
- **07** Independência do Brasil
- **13** Dia do Programador
- **15** Dia do Cliente

 **Mês estratégico de planejamento**



Livro do mês:
Hacking Growth
Sean Ellis

Setembro

Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Setembro

Foco em: pré-aquecimento para grandes campanha

Setembro é estratégico. O Dia do Cliente abre espaço para ações de fidelização, recompra e relacionamento com a base. Mais do que vender, o foco aqui é valorizar quem já compra.

Além disso, setembro é o mês de pré-aquecimento para a Black Friday. Planejamento de mídia, logística, estoque e CRM começa agora, quem deixa para outubro já está atrasado.

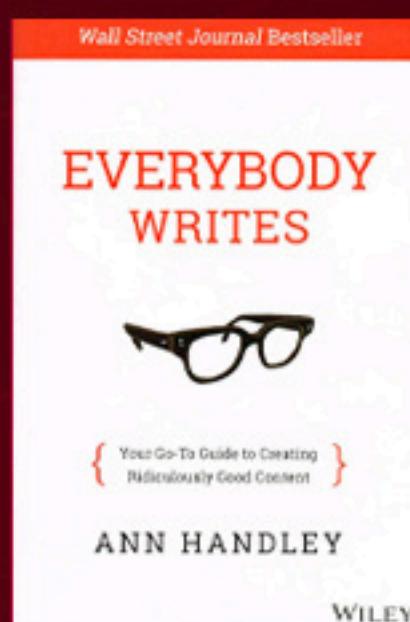


Acesse nossa solução em Performance

Outubro

- **01** Dia do Vendedor
- **12** Dia das Crianças
- **15** Dia dos Professores
- **31** Halloween

👉 Mês de aquecimento Black Friday



Livro do mês:
Everybody Writes
Ann Handley

Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Outubro

*Foco em: **antecipação e construção de demanda.***

Outubro é o mês de construção de desejo. O Dia das Crianças movimenta o varejo, mas, no e-commerce, o principal papel do mês é aquecer a audiência, trabalhar branding e preparar o consumidor para a Black Friday.

Conteúdo, storytelling e consistência de comunicação são mais importantes do que agressividade promocional.



Acesse nossa solução em Performance

- **11** Singles' Day - (11.11)
- **27** Black Friday
- **30** Cyber Monday

👉 Principal pico de vendas do ano



Livro do mês:
Avalie o Que Importa
John Doerr

Novembro

Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Novembro

Foco em: **escala, eficiência e controle.**

Novembro é o mês mais crítico do e-commerce. Datas como 11.11 (Singles' Day), Black Friday e Cyber Monday concentram grande parte do faturamento anual. Aqui, não há espaço para improviso.

Tudo o que foi planejado ao longo do ano, mídia, estoque, logística, UX e CRM, precisa funcionar em conjunto para transformar tráfego em resultado.

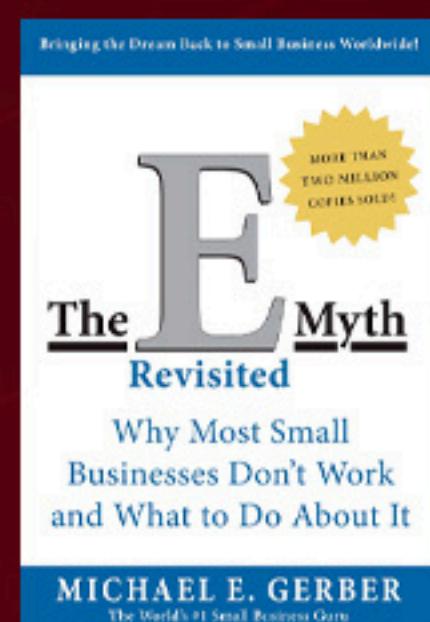


Acesse nossa solução em CRO Otimização de Conversão

Dezembro

- **19** Super Saturday
- **25** Natal
- **26 - 31** Queima de Estoque
- **26** Boxing Day
- **31** Réveillon

Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		



Livro do mês:
The E-Myth Revisited
Michael E. Gerber

Dezembro

*Foco em: **escala, eficiência e controle.***

Dezembro fecha o ciclo com emoção e urgência. Datas como Green Monday, Super Saturday, Natal e Boxing Day exigem comunicação clara sobre prazos, estoque e entrega. Campanhas de queima de estoque ganham força após o Natal.

Também é o momento de analisar dados, consolidar aprendizados e transformar resultados em decisões estratégicas para o próximo ano.



Acesse nossas Soluções

