Plano individual · 2026

ALIMENTAÇÃO E DELIVERY

# Black Friday até o Natal

Trufflil: pesquisa, aprendizado, estratégia e calendário de 20 de outubro a 25 de dezembro.

Novembro inteiro | Semana Black | 27/11 | Cyber Monday | Natal

27

Fonte: calendário Google 2026; plano Miner · Período: 20/10 a 25/12/2026 · Coleta: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

01 · MERCADO

# A decisão começa antes da sexta-feira

**84%**

dos entrevistados procuram confirmar se o desconto vale a pena antes de comprar.

Google/Offerwise, Brasil, pesquisa out/2025, 2.000 entrevistados.

## Implicação para Trufflil

Provar valor e condições com antecedência. Separar mensagens de indulgência e rotina fitness, com estoque e CRM consistentes.

Fonte: Google/Offerwise · Período: pesquisa out/2025; recomendação Miner para 2026 · Coleta: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

02 · DIAGNÓSTICO

# A oportunidade específica desta operação

## Cacau e linha fitness

Separar mensagens de indulgência e rotina fitness, com estoque e CRM consistentes.

Leitura estratégica Miner, 19/10/2026.

## Tese da campanha

Ganhar frequência e pedido próprio sem sacrificar margem nas taxas dos marketplaces.

Proposta, depende de preço, estoque e capacidade reais.

03 · HISTÓRICO

# O histórico próprio precisa ser medido antes de fixar a meta

## O que já é possível decidir

A campanha deve partir do produto, do ciclo de compra e dos canais desta operação. A recomendação desta apresentação é uma hipótese de trabalho.

Leitura estratégica Miner, 19/10/2026.

## O que não está validado

Vendas, margem, investimento, criativos e desempenho das Black Fridays anteriores ainda não foram conciliados em uma série verificável nesta entrega. Nenhum ganho foi atribuído à marca sem essa conferência.

Períodos a conferir: nov/2024 e nov/2025.

Fonte: cadastro Miner; histórico de BF sem conciliação · Período: nov/2024 e nov/2025 · Coleta: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

04 · CONCORRÊNCIA

# Uma referência pública de 2025 mostra a mecânica do setor

O iFood lançou o Novembro Absurdo em 10/11/2025, com ofertas durante o mês e ativações por categoria. É uma referência pública de calendário, não um resultado do cliente.

iFood, Novembro Absurdo 2025

Referência de categoria, não resultado do cliente. Anúncios comerciais antigos podem deixar de aparecer na Biblioteca da Meta; as ações dos concorrentes diretos serão capturadas em rodadas datadas durante novembro.

Fonte: iFood, Novembro Absurdo 2025 · Período: campanha de nov/2025 · Coleta: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

05 · OFERTA

# Uma mecânica comercial que combina valor e margem

## Oferta proposta

Combo de alta margem, segunda compra com benefício, retirada ou pedido direto; custo total e capacidade da cozinha validados antes da publicação.

Hipótese. Validar preço, estoque, custo e operação antes de divulgar.

## Prova da oferta

Mostrar preço anterior verificável, regra de uso, prazo, disponibilidade e benefício concreto. O cliente precisa conseguir comparar.

Google/Offerwise, out/2025: 84% verificam se o desconto vale a pena.

06 · CANAIS

# Orgânico, mídia e relacionamento têm funções diferentes

## Orgânico

Reels de produto em uso, bastidor de preparo, prova social, stories nos horários de fome e sequência de lançamentos.

Plano Miner, 2026.

## Mídia paga

Meta geolocalizado com vídeo de produto, pesquisa local e Maps; remarketing para cardápio próprio e WhatsApp quando rastreados.

Plano Miner, 2026. Ativar só após conferir mensuração.

## CRM e WhatsApp

Base de compradores por recência e ticket, convite para recompra e mensagem de Natal com consentimento.

Plano Miner, 2026. Mensagens para base com consentimento.

07 · PRODUÇÃO

# Seis conceitos dão cobertura ao mês inteiro

**01**

**produto herói**

**02**

**combo**

**03**

**bastidor**

**04**

**depoimento**

**05**

**pedido direto**

**06**

**edição de Natal**

Plano inicial: 6 conceitos × 4 variações de formato ou mensagem = 24 peças por operação. Recomenda-se validar as primeiras 6 e expandir as vencedoras; a quantidade é proposta, não benchmark de mercado.

08 · CALENDÁRIO

# A Black Friday ocupa novembro e prepara o Natal

## 20 a 31/10
### Preparar
Conciliar 2024/25, definir oferta, estoque, margem, pixel e páginas. Captar foto e vídeo.

## 01 a 08/11
### Aquecer
Abrir lista e conteúdos de intenção. Testar públicos, peças e rotas de conversão.

## 09 a 22/11
### Acelerar
Publicar ondas por categoria, retargeting e CRM. Trocar criativos conforme resposta.

## 23 a 30/11
### Converter
Semana Black, sexta 27/11 e Cyber Monday 30/11 com acompanhamento diário.

## 01 a 25/12
### Reter
Cumprir entregas, recuperar indecisos e transformar compradores em clientes de Natal.

Fonte: calendário 2026 do Google; plano Miner · Período: 20/10 a 25/12/2026 · Coleta: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

09 · SEMANA BLACK

# Operar por sinal diário, com plano de contingência

## 23 a 26/11

Elevar intenção: oferta por segmento, recuperação de carrinho/cotação, revisão de estoque e atendimento.

Plano Miner, 2026.

## 27/11, sexta

Acompanhar vendas, margem, disponibilidade, custo por aquisição e qualidade do atendimento. Corrigir rota no mesmo dia.

Black Friday 2026, calendário Google.

## 28 a 30/11

Manter apenas mecânicas que fecham com margem; Cyber Monday em 30/11 para uma oferta distinta.

Cyber Monday 2026, calendário Google.

## 01 a 25/12

Pós-venda e Natal: recompra, presente, reativação de indecisos e apuração por coorte.

Plano Miner, 2026.

10 · INVESTIMENTO

# Distribuir a verba conforme intenção e retorno marginal

## Cenário de partida

| | |
|---|---|
| Aquisição | 45% |
| Busca e intenção | 30% |
| Retargeting | 20% |
| Testes | 5% |

Distribuição inicial, ajustar após leitura de CPA, margem e capacidade. Fonte: proposta Miner, 19/10/2026.

## Regra para subir orçamento

Aumentar quando a receita incremental e a margem suportarem o custo adicional. Sem base de conversão validada, valores em reais seriam arbitrários.

Não é orçamento aprovado nem previsão de resultado.

11 · MEDIÇÃO

# A meta deve seguir o resultado de negócio

## Indicadores prioritários

pedidos, margem por canal, ticket, taxa de recompra e custo por novo comprador

Definir baseline de 2024 e 2025, na mesma janela de dias.

## Leitura diária

Confrontar receita ou leads qualificados com gasto, margem, estoque e atendimento. Comparar janelas do mesmo tamanho.

Sem dado confiável: escrever “sem dado”, nunca zero.

**Fonte** **Período** **Hora da coleta** **Régua do próprio cliente**

12 · DECISÕES

# Três definições destravam a campanha

**01** Aprovar a proposta de valor e os limites de margem por produto, serviço ou unidade.

**02** Conciliar dados de 2024 e 2025 para fixar metas e investimento em reais.

**03** Confirmar estoque, capacidade, atendimento e páginas antes da primeira onda.

A apresentação é um plano de decisão. Nenhuma condição comercial ou gasto de mídia foi ativado por este material.

13 · COPY

# Mensagens de partida para os primeiros testes

## Aquecimento

Trufflil: prepare sua escolha para novembro. Separar mensagens de indulgência e rotina fitness, com estoque e CRM consistentes. Veja as novidades e entre na lista para receber as condições quando abrirem.

Proposta de texto, sem desconto anunciado.

## Semana Black

Trufflil: seleções e condições de novembro já disponíveis. Confira os itens participantes, as regras e a disponibilidade antes de decidir.

Proposta de texto, depende da oferta aprovada.

## Última chamada

A campanha de novembro da Trufflil termina em breve. Confira os detalhes, compare as condições e fale com a equipe para concluir sua escolha.

Proposta de texto, usar apenas com prazo real.

## Natal

Depois da Black Friday, a Trufflil segue com opções para dezembro. Encontre a escolha certa e conte com nosso atendimento.

Proposta de texto, adaptar a sortimento e serviço.

14 · PEÇAS

# Quatro peças de partida para adaptar à oferta aprovada

## Aquecimento

Feed 1080 × 1350. Arte editorial com mensagem da marca, sem preço ou desconto não validado.

Baixar SVG

## Novembro

Feed 1080 × 1350. Arte editorial com mensagem da marca, sem preço ou desconto não validado.

Baixar SVG

## Semana Black

Story 1080 × 1920. Arte editorial com mensagem da marca, sem preço ou desconto não validado.

Baixar SVG

## Pós-Black e Natal

Feed 1080 × 1350. Arte editorial com mensagem da marca, sem preço ou desconto não validado.

Baixar SVG

15 · CONCORRÊNCIA

# Monitorar o que estiver no ar, sem confundir anúncio com venda

## Rodadas de captura

03/11, 17/11, 24/11, 27/11 e 30/11: oferta, preço, criativo, canal, CTA, destino e data de início.

Plano Miner, 2026.

## Como ler

Separar concorrente direto de referência de setor. Registrar print e URL. Um anúncio ativo prova comunicação, não faturamento nem retorno.

Biblioteca de Anúncios da Meta, consulta 19/10/2026.

Biblioteca de Anúncios da Meta

16 · OPERAÇÃO

# Antes de publicar, conferir o caminho inteiro do cliente

## Oferta

Preço e margem, regra da promoção, estoque, prazo e logística.

Checklist Miner, 2026.

## Conversão

Link, velocidade, pixel/eventos, UTMs, formulário, checkout e teste em celular.

Checklist Miner, 2026.

## Atendimento

Resposta no WhatsApp, roteiro de objeções, agendamento, SLA e recuperação de abandonos.

Checklist Miner, 2026.

Fonte: checklist operacional Miner · Período: antes de nov/2026 · Coleta: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

17 · FONTES

# Pesquisas e casos usados neste plano

Google/Offerwise, retrato do consumidor da Black Friday 2025

Publicado: nov/2025 · Período: pesquisa de out/2025, Brasil, 2.000 pessoas · Consultado: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

NielsenIQ, Black Friday 2025

Publicado: 30/09/2025 · Período: intenção de compra de 2025 · Consultado: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

Think with Google, calendário de marketing 2026

Publicado: 2026 · Período: calendário de 2026 · Consultado: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

Sebrae RJ, como se preparar para a Black Friday

Publicado: 24/10/2025 · Período: recomendações de 2025 · Consultado: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

Meta, Biblioteca de Anúncios

Publicado: consulta 19/10/2026 · Período: anúncios comerciais ativos · Consultado: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

iFood, Novembro Absurdo 2025

Publicado: 10/11/2025 · Período: campanha de nov/2025 · Consultado: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

Fonte: fontes originais indicadas nos links · Período: 2025 e 2026 · Coleta: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)