

Documento longo de exemplo • exercício 14

Dados fictícios. O manual de campanha que a mesma rede de eletroportáteis mandou para os gerentes de loja. São 8 páginas, marcadas com [página N] para a IA poder citar de onde saiu cada ponto.

A situação: você é gerente da Loja Boa Viagem (Pernambuco). A reunião de alinhamento é hoje, terça-feira, 3 de novembro, daqui a uma hora. O seu papel na campanha: **executar**.

MANUAL DA CAMPANHA BLACK FRIDAY 2026

Rede de lojas de eletroportáteis · Diretoria Comercial · versão de 30/10/2026

[página 1]

1. Por que esta campanha

A Black Friday responde por cerca de 14% da venda anual da rede. Em 2025, a campanha cresceu abaixo da meta por dois motivos que a diretoria quer evitar em 2026: falta de produto nas lojas na sexta-feira e descontos dados no balcão acima do previsto, que derrubaram a margem. Este manual reúne o que cada loja precisa fazer, em que data e com quem falar. Ele substitui todas as orientações anteriores sobre a campanha, inclusive as enviadas por mensagem. A campanha vai de quinta-feira, 26 de novembro, a domingo, 29 de novembro. A sexta-feira, 27, é o dia principal.

[página 2]

2. Os números da campanha

Meta da rede para os quatro dias: R\$ 180.000 em vendas.

Meta por estado: Ceará R\$ 78.000; Pernambuco R\$ 62.000; Rio Grande do Norte R\$ 40.000.

A meta de cada loja será enviada pelo gerente regional até 13 de novembro.

O indicador acompanhado diariamente durante a campanha é a venda por loja, comparada com a meta do dia. A margem será acompanhada só no fechamento, em 30 de novembro.

Produtos em destaque: air fryer, cafeteira, liquidificador e ventilador. A air fryer é o produto-âncora: é ela que aparece nos anúncios.

[página 3]

3. Preço e desconto

Os preços de campanha de cada produto chegam no sistema de caixa em 25 de novembro, às 22h. Nenhuma loja altera preço manualmente.

O desconto no balcão, além do preço de campanha, fica limitado a 5%. Qualquer desconto acima disso, ou qualquer desconto acima de 20% sobre o preço cheio somando tudo, segue o fluxo de exceções.

O parcelamento máximo é de 10 vezes sem juros para compras acima de R\$ 300.

Brindes: não haverá brinde nesta campanha.

[página 4]

4. Vitrine e comunicação na loja

O material de vitrine chega às lojas entre 16 e 20 de novembro. A loja confere o kit no recebimento e informa ao regional o que faltou em até 24 horas.

A troca das etiquetas de preço acontece na noite de 25 de novembro, depois que o preço de campanha entra no sistema. A loja fecha no horário normal nesse dia.

As redes sociais são responsabilidade do marketing central. Nenhuma loja publica oferta própria.

[página 5]

5. Estoque e reposição

Cada loja faz o pedido de reposição para a campanha pelo sistema de pedidos até sexta-feira, 6 de novembro, às 18h. Pedido feito depois dessa data entra só na reposição normal, que não chega antes da campanha.

O pedido deve considerar a venda dos quatro dias da campanha de 2025, mais 20%.

Cotas de air fryer por loja: até 30 unidades. As lojas de Pernambuco recebem cota de até 20

unidades, por causa do estoque disponível no centro de distribuição de Recife. Lojas que precisarem de mais devem justificar no próprio pedido.

A entrega da reposição de campanha acontece entre 18 e 23 de novembro.

[página 6]

6. Equipe

Cada loja envia ao regional a escala da equipe para os quatro dias até sábado, 7 de novembro.

A escala deve ter pelo menos duas pessoas no caixa na sexta-feira, das 10h às 20h.

Treinamento da campanha: obrigatório para todos os vendedores, on-line, em 10 de novembro, das 8h às 9h, antes da abertura das lojas. A inscrição de cada vendedor é feita pelo gerente até quinta-feira, 5 de novembro.

Horas extras na campanha precisam de aprovação prévia do regional.

[página 7]

7. Durante a campanha

Cada loja envia ao regional, até as 21h de cada dia da campanha, o fechamento do dia: venda total, produtos que acabaram e principais reclamações de clientes.

Produto que acabar na loja não pode ser prometido para entrega futura sem confirmação do centro de distribuição.

Trocas de produtos comprados na campanha seguem a política normal de trocas.

[página 8]

8. Depois da campanha

Fechamento da campanha: 30 de novembro. Cada loja envia o inventário dos produtos em destaque até 2 de dezembro.

O resultado por loja será apresentado na reunião de gerentes de 4 de dezembro.

As lojas que baterem a meta do período recebem o bônus de campanha, conforme a política de bônus vigente.

Dúvidas sobre este manual: com o gerente regional.

GABARITO • ABRA SÓ DEPOIS

O que importa para quem executa, na Loja Boa Viagem:

- **Prazos desta semana (3 a 7 de novembro):**
- **5/11, quinta:** inscrever cada vendedor no treinamento do dia 10 (página 6).
- **6/11, sexta, até 18h:** pedido de reposição da campanha. Depois disso, o estoque não chega a tempo (página 5).
- **7/11, sábado:** escala dos quatro dias para o regional, com 2 pessoas no caixa na sexta, das 10h às 20h (página 6).
- **A cota de air fryer em Pernambuco é de 20 unidades, não 30.** Para pedir mais, é preciso justificar no próprio pedido (página 5). Com a queda de setembro (dia 3), esta é a linha que mais importa para essa loja.
- **Desconto no balcão é de no máximo 5%,** e ninguém mexe em preço manualmente (página 3).

O que o documento não diz (e vira pergunta na reunião):

- **Quem aprova o "fluxo de exceções"** do desconto, e em quanto tempo (página 3). O documento cita o fluxo, mas não diz quem aprova.
- **A meta da loja**, que só chega em 13 de novembro (página 2), depois do prazo do pedido de reposição (página 5). Como pedir estoque sem saber a meta?
- **O que conta como "justificar"** o pedido acima da cota (página 5).

Sinal de leitura de verdade: a IA percebe que a meta da loja chega **depois** do prazo do pedido de estoque. Isso não está escrito em nenhuma página; aparece cruzando as páginas 2 e 5.

Os arquivos do desafio, todos num lugar só:

 **Página do desafio**

 **Me segue no Instagram**