

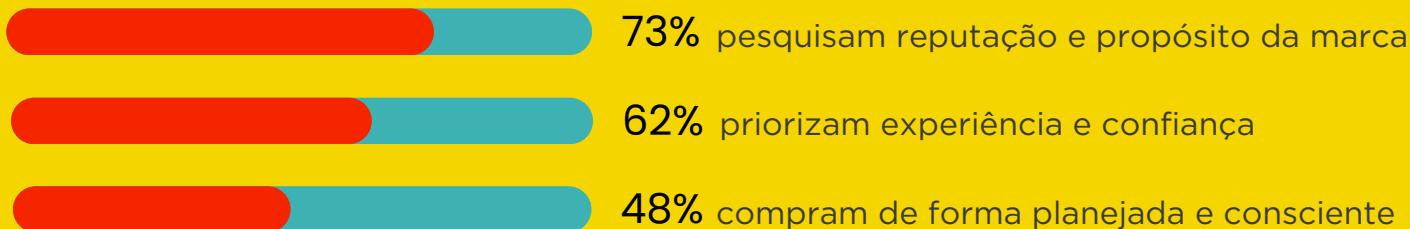
INFOGRÁFICO BLACK FRIDAY 2025

Insights sobre a Black Friday 2025

Em 2025, a Black Friday deixou de ser sobre descontos e passou a ser sobre dados, propósito e experiência.

O NOVO CONSUMIDOR

O consumidor 2025 é mais racional, mais conectado e mais consciente



ESTRATÉGIA DAS MARCAS

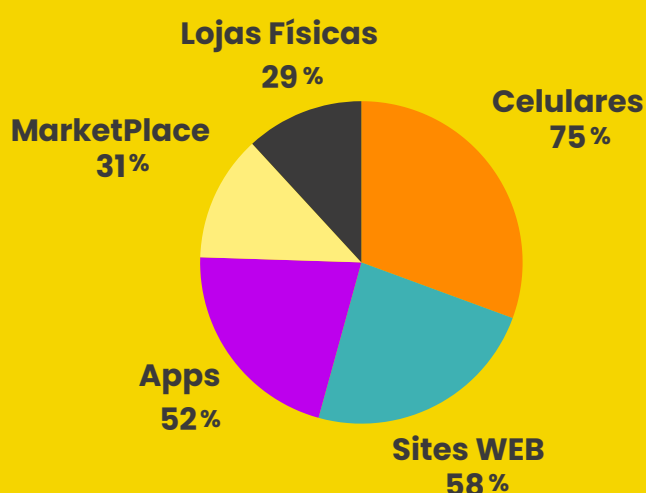
Marcas apostam na jornada emocional



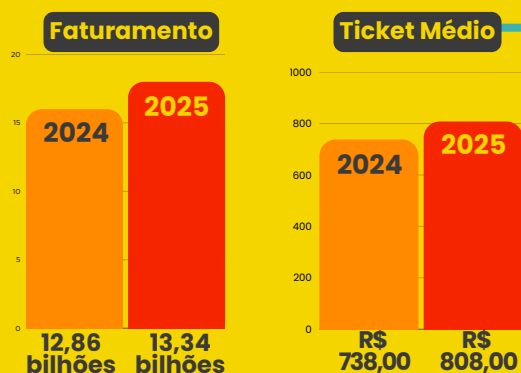
- **Storytelling e personalização** são os diferenciais.
- **Inteligência de dados** define o momento ideal da oferta.
- **Microcampanhas semanais** substituem o pico da sexta-feira.

DISTRIBUIÇÃO DE CANAIS DE COMPRA

Preferência de canais dos consumidores



COMPARATIVO FATURAMENTO DO E-COMMERCE NA BF 2024 E 2025 NO BRASIL



Eletrônicos, eletrodomésticos e smartphones somam mais de 1/3 da previsão do faturamento 2025

PRINCIPAL MOTIVO DA COMPRA NA BLACK FRIDAY

A Black Friday marca o início das compras de final de ano

70% Pretendem comprar para uso próprio

22% Pretendem comprar para uso na casa

8% Pretendem comprar para presentear

MEMÓRIA DE MARCA

Primeira loja que o consumidor pensa na hora de comprar na BF 2025

40% - AMAZON
20% - MERCADO LIVRE
10% - SHOPEE
10% - MAGAZINE LUIZA
5% - AMERICANAS

MAS...

81% DOS CONSUMIDORES
SÓ FARÃO COMPRAS NA BLACK FRIDAY SE REALMENTE ENCONTRAREM PREÇOS MAIS BAIXOS DO QUE EM OUTRAS ÉPOCAS DO ANO!

OPORTUNIDADES PARA AS EMPRESAS EM 2025

As marcas que transformarem dados em relações e descontos em experiências são as que mais terão sucesso nesta BF!

- Reposicione sua comunicação com **autenticidade e interatividade**;
- Use dados para entender o comportamento do seu público e esteja presente em **espaços que ele já ocupa** (da TV ao streaming);
- Abuse da **criatividade, do humor e das parcerias** com fornecedores e micro influenciadores.