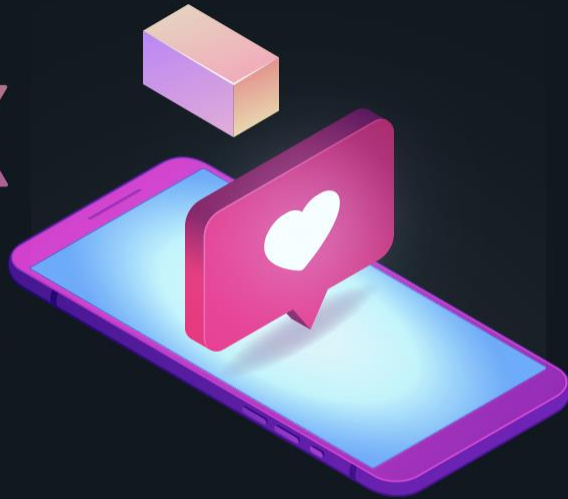




MUITO ALÉM DA  
**BLACK**



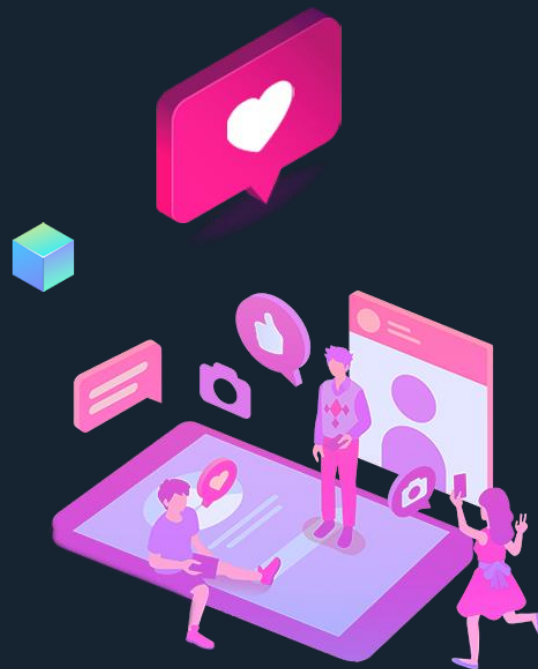
**FRIDAY**



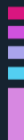


# PARTIU COMPRAS!

Foi dada a largada para a maior temporada de compras do ano. Em 2020, a importância da Black Friday e do Natal serão ainda maiores.



## BLACK FRIDAY

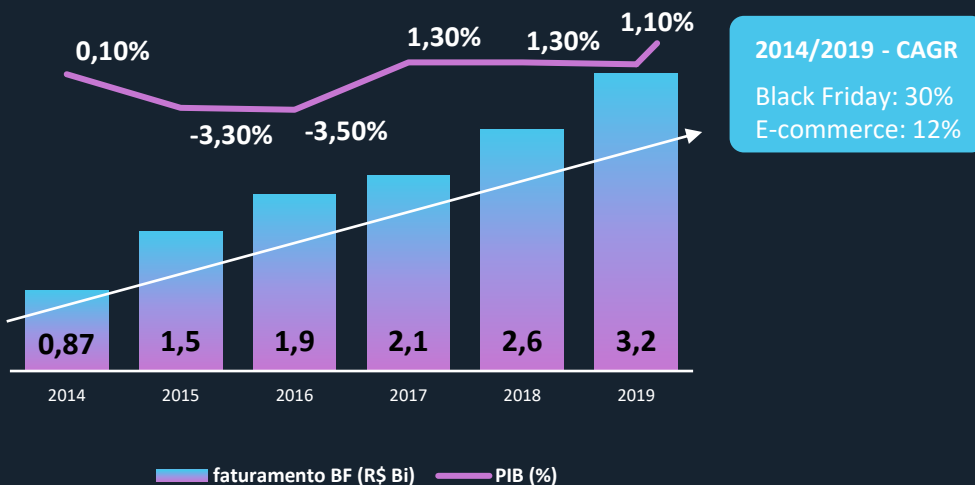




# A BLACK FRIDAY, TEM CRESCIDO DE FORMA ACELERADA QUANDO COMPARADA AO E-COMMERCE, CONCENTRANDO AINDA MAIS VENDAS.

UM POUCO DE DADOS ...

BLACK FRIDAY X VARIAÇÃO PIB

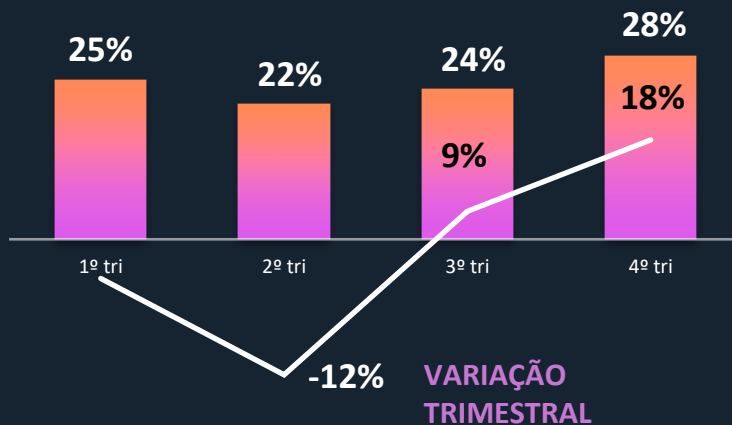


BLACK FRIDAY e NATAL representam até 10% do faturamento do e-commerce.



## EM 2020, O 4º TRIMESTRE SERÁ AINDA MAIS IMPORTANTE PARA O CONSUMO

PROJEÇÃO – IMPORTÂNCIA RELATIVA TRIMESTRES  
2020 (varejo restrito)



A variação projetada para o **4º TRIMESTRE MOSTRA ACELERAÇÃO** para um cenário mais próximo da normalidade.





## 2020 MAIOR: A PANDEMIA TROUXE 10X MAIS E-SHOPPERS NOVOS DO QUE A ÚLTIMA BLACK FRIDAY

+5,7M



de novos e-shoppers entre março e abril (Black Friday 2019: 400 mil novos e-shoppers).

39%



dos consumidores (millennials e centennials), fizeram mais compras online em abril x março.

43%



das pessoas com até 54 anos dizem que vão aumentar compras online no futuro. Acima de 55 anos, 25%.

ESSE MOVIMENTO, **AUMENTOU O POTENCIAL** DA VENDA ONLINE PARA O SEGUNDO SEMESTRE DO ANO, ENTRETANTO A LOJA FÍSICA AINDA CONTINUARÁ SENDO O PRINCIPAL CANAL DE DISTRIBUIÇÃO.



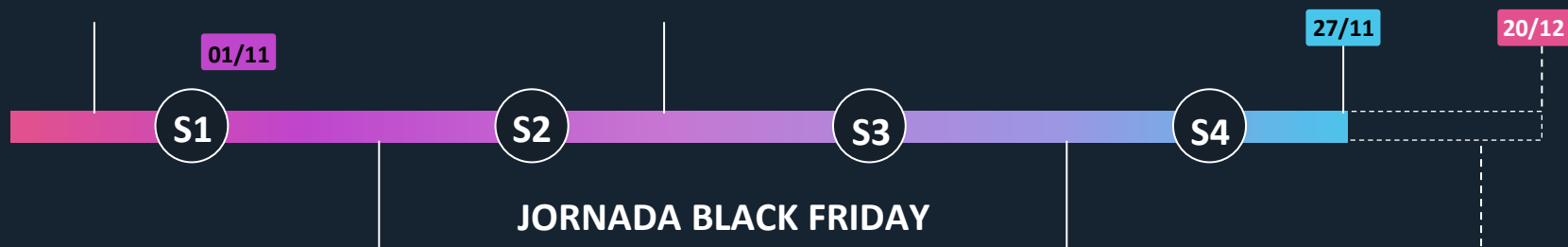


# EXISTE PREPARAÇÃO, AVALIAÇÃO DAS OPORTUNIDADES E INFLUÊNCIA DO LEGADO DAS BOAS EXPERIÊNCIAS

**53%** garantiram que fizeram suas buscas **mais de um mês** antes da data.

**47%** afirmaram que realizaram suas pesquisas **um mês a 15 dias** antes da Black Friday.

**48%** pretendiam comprar no dia, para ter certeza que conferiu todas as ofertas.



queriam aproveitar ofertas **ao longo do mês** da data. **23%**

queriam aproveitar ofertas **ao longo da semana** da data. **29%**

pretende também manter suas compras para a data do Natal. **77%**

UM POUCO DE DADOS ...





# QUALIDADE DO CONTEÚDO TRAZ ACESSO E CONFIANÇA



Em 2020, a **confiança** nas fontes de informação tem sido fundamental. **É um ativo imprescindível para a comunicação.**

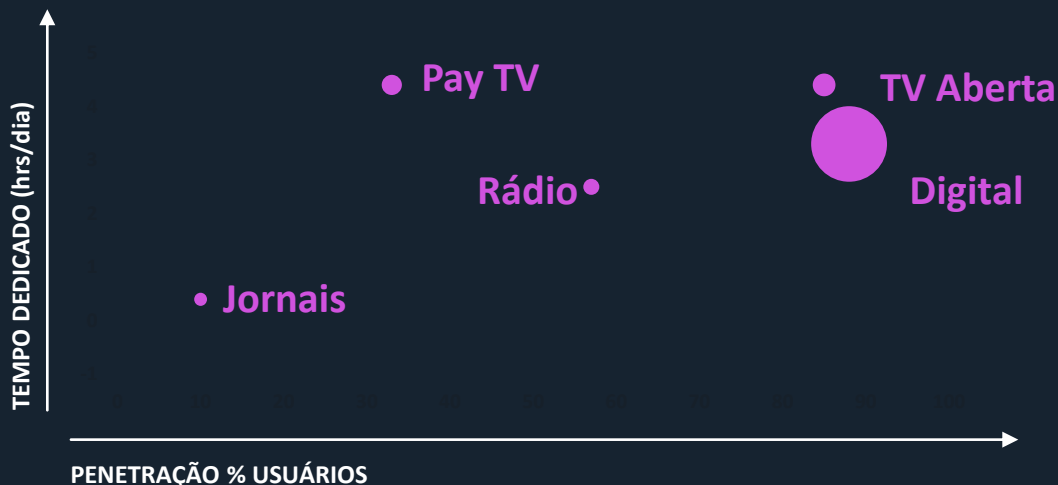
UM POUCO DE DADOS ...





# ESCOLHA DO MIX DE MEIOS DEVE SER ADEQUADA À ESTRATÉGIA: INTENSIDADE, VELOCIDADE E EXCLUSIVIDADE.

UM POUCO DE DADOS ...



A TV Rio Sul oferece espaços na TV e no Digital com alto volume de impacto, velocidade e relevância.



**COMPETIÇÃO:**  
volume de impactos/ dia por usuário  
(quanto maior o diâmetro, maior a disputa por atenção)





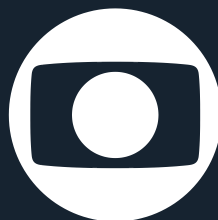


NESSA BLACK FRIDAY, **SEU CONSUMIDOR ESTARÁ AQUI**

existem mais de

**60 MILHÕES**

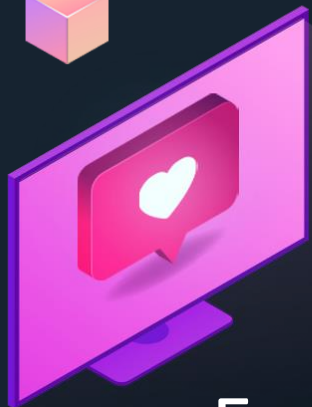
de e-shoppers



**9 em 10**

estão nas plataformas da  
Globo.

**60% fazem uso da 2ª tela**



Em 2019 proporcionamos  
uma **BLACK FRIDAY**  
grandiosa para os nossos  
anunciantes.



**BLACK**  
**FRIDAY**





TV ABERTA

# 153 MILHÕES

de pessoas alcançadas **na semana** da Black Friday 2019 pela TV Globo.



DIGITAL

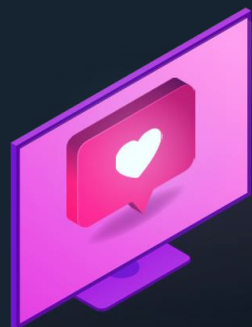
# 107 MILHÕES

de **usuários únicos** passaram pela Globo.com no mês de novembro/2019.

# 89%

foi o alcance de internautas brasileiros que atingimos com a Globo.com no mês da Black Friday/2019.





MUITO ALÉM DA

**BLACK**

**FRIDAY**

2020

