

OLÁ,
VAMOS
JUNTOS?

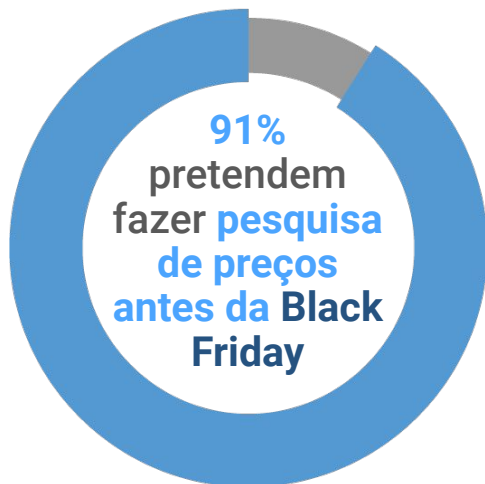


A Black Friday é o evento mais aguardado do segundo semestre, impulsionando as vendas entre os consumidores que desejam comprar algo que precisam, porém a um preço mais baixo, ou também antecipar as compras de Natal. O ambiente digital é um dos locais mais propícios para a pesquisa de ofertas, descontos e produtos para a data. Neste estudo você verá os principais insights destacados para a data da nossa audiência.



Jornada de Compra

A processo de decisão dos consumidores sobre o que comprar na Black Friday começa a partir da pesquisa de produtos e preços. Para as empresas, esse período de pesquisa e preparação são extremamente importantes para se destacar e captar clientes.

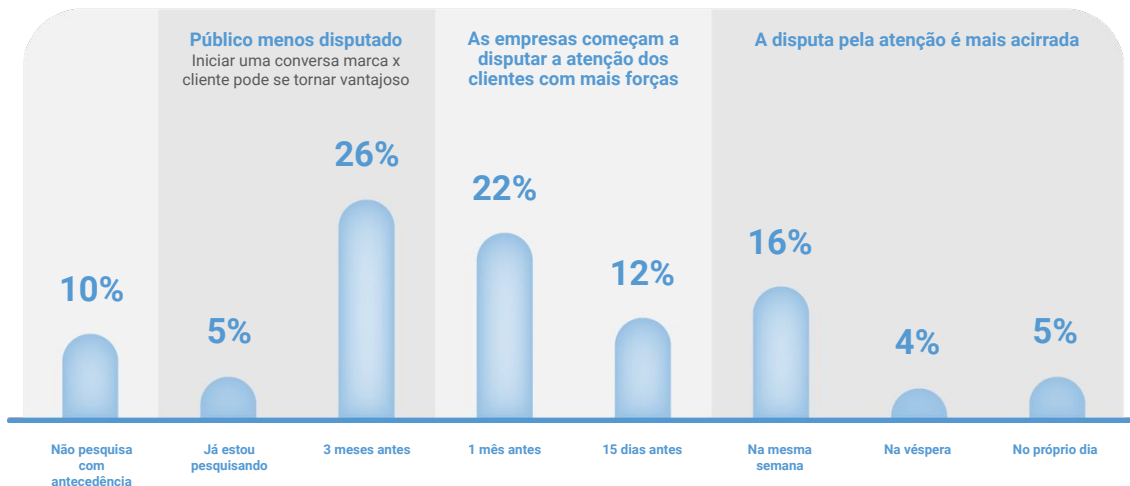


Confirmar se os produtos estão com um bom desconto (56%)



Escolher a loja com melhor desconto (34%)

A jornada começa com até um mês de antecedência, mas uma parcela dos consumidores também deixa para a semana do evento.



Somos um dos maiores portais do Brasil

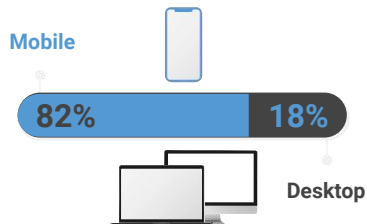
Produção de conteúdo responsável e independente assinado por quem democratizou a internet no país.



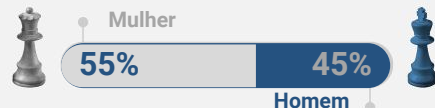
Perfil da audiência iG

51MM de
Usuários únicos

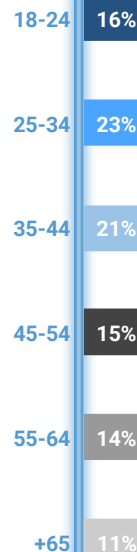
Acesso



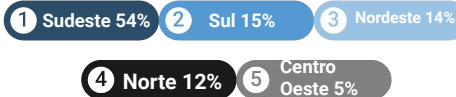
Identidade de gênero



% Por idade



Ranking por região



Ranking por Estado/Cidade



Fonte: Média GA Universal
Q2 2023

Quem acessa o iG



Assuntos de interesse

- 1 Notícias
- 2 Entretenimento
- 3 Esportes
- 4 Economia e Finanças
- 5 Comidas e Bebidas

Intenção de compra

- 1 Veículos
- 2 Comidas e Bebidas
- 3 Vestuário e Moda
- 4 Casa e construção
- 5 Economia e Finanças

Afinidade com marcas

1 Veículos

2 Eletrônicos

3 Moda

Nossos insights Black Friday

Nos aprofundamos nos
principais perfis de
consumo dentro do Portal

PORTAL IG

Possibilidades de Segmentação

- Faixa etária
- Interesse
- Marcas
- Localização
- Educação
- Classe Social
- Identidade de Gênero
- Intenção de compra
- Tipo de conexão
- Carreira

Personas Black Friday

- Eletroeletrônicos
- Home Lovers
- Travelers
- Gastronomia
- Fashionistas
- Tech Addicts
- Pets
- Cultura
- Gamers

Perfil de comportamento: Tech addicts



22MM usuários únicos

Homens e Mulheres, 18+ Classe A/B, C e D/E

Assuntos de interesse relacionados a tecnologia e games e intenção de compra por produtos relacionados a eletrônicos, E-Books e jogos diversos. Acessam conteúdos relacionados a Tecnologia, Empreendedorismo, Cultura Geek e aplicativos em geral.

Intenção de compra secundária em: Streamers, Dispositivos Inteligentes, Serviços Bancários e Viagens e Turismo.

Perfil de comportamento: Home Lovers



21MM usuários únicos

Homens e Mulheres, 18+ /Classe A/B, C e D/E

Assuntos de interesse e intenção de compra em Casa e Construção, Casamento, Decoração, Utensílios de Cozinha, Móveis pra Cozinha, Cama, Mesa e Banho. Acessam conteúdos relacionados a datas comemorativas, curiosidades em geral, veículos, moda e beleza e família.

Intenção de compra secundária em: Comidas e Bebidas, Viagens e Turismo, Saúde e entretenimento e cultura.

Perfil de comportamento: Fashionistas

25MM usuários únicos

Homens e Mulheres, /18+ /Classe A/B, C e D/E

Interesse em assuntos relacionados à moda e intenção de compra por produtos relacionados a maquiagem, acessórios de Maquiagem, sapatos, cosméticos para corpo e rosto Masculino, Cosméticos para Corpo e Rosto, entre outros.

Perfil de comportamento: Travelers



18MM usuários únicos

Homens e Mulheres, /18+ /Classe A/B, C e D/E

Assuntos de interesse intenção de compra por produtos relacionados a viagens para dentro e fora do país, pacotes de turismo, aluguel de casa por temporada, aluguel de carro e seguro viagem.

Acessam conteúdos relacionados a Vinhos, Netflix, Shopping, Varejo e Culinária.

Intenção de compra secundária em: Eventos e datas especiais, Literatura, Esportes, Vestuário, Moda, Tecnologia e Educação.

Perfil de comportamento: Eletroeletrônicos

25MM usuários únicos

Homens e Mulheres, /18+ /Classe A/B, C e D/E

Principal intenção de compra em adquirir eletroeletrônicos para suas casas bem como móveis e decoração.

Acessam conteúdos como Casa e Construção, Animais de Estimação, Beleza, Música e Culinária.

Intenção de compra secundária: Comidas e Bebidas, Saúde, Educação, Ingressos e vestuário e moda.

Perfil de comportamento: Gastronomia



17MM usuários únicos

Homens e Mulheres, /18+ /Classe A/B, C e D/E

Usuários que curtem cozinhar e irão aproveitar a Black Friday para adquirir itens relacionados a esse hobby. Acessam conteúdos relacionados a Bem estar, DIY e dicas de casa, Bancos Digitais e Datas comemorativas. Intenção de compra secundária em: Eletrodomésticos, Supermercados, Casa e Construção, Esportes e Beleza.

Perfil de comportamento: Gamers

18MM usuários únicos

Homens e Mulheres, /18+ /Classe A/B, C e D/E

Pessoas imersas no mundo dos games e com intenção de compra em itens relacionados a jogos e tecnologia.

Acessam conteúdos relacionados a E-Sports, Criptomoedas, Tecnologia, Educação Profissional e Finanças Pessoais.

Intenção de Compra secundária em: Black Friday, Eletrônicos, Stand Up, Móveis em geral e Entretenimento e Cultura.

Perfil de comportamento: Pets

14MM usuários únicos

Homens e Mulheres, /18+ /Classe A/B, C e D/E

Pessoas que amam seus pets e querem aproveitar a Black Friday para adquirir produtos para seus bichinhos.

Acessam conteúdos relacionados a Viagens, Decoração, Cosméticos, Saúde e Esportes.

Intenção de Compra Secundária em: Eletrônicos, Esportes, Acessórios de Moda, SUV, e Smartphone.

Perfil de comportamento: Cultura

23MM usuários únicos

Homens e Mulheres, /18+ /Classe A/B, C e D/E

Usuários que apreciam a cultura, seja através de livros, músicas ou filmes. Acessam conteúdos relacionados a idiomas, Cultura Geek, Bares e Restaurantes, Datas comemorativas e Viagens e Turismo. Intenção de compra Secundária em: Comidas e Bebidas, Hotéis, Eventos Esportivos, Jogos e Produtos Sustentáveis.

Um time de suporte para quem não pode perder tempo

Temos uma equipe preparada para auxiliar agência e cliente com agilidade em todas as fases da campanha



Desenvolvimento de propostas personalizadas



Suporte técnico no desenvolvimento de novos formatos



Acompanhamento e otimização da campanha durante a veiculação



Relatório de pós-vendas direcionado



Análise e feedback de material enviado



Suporte criativo no desenvolvimento e adequação de peças

OBRIGADO!

