

 CONVERSION

# BLACK FRIDAY

#RELATÓRIOBLACKFRIDAY

2023

# Metodologia da Pesquisa

A pesquisa realizada pela Conversion foi conduzida no dia 17 de outubro de 2023 com 400 brasileiros conectados à internet. Destes, 45,3% são homens e 54,7% mulheres. Faixa de idade: 16 e +54. **A margem de erro é de 5% e o nível de confiança é 95%.**

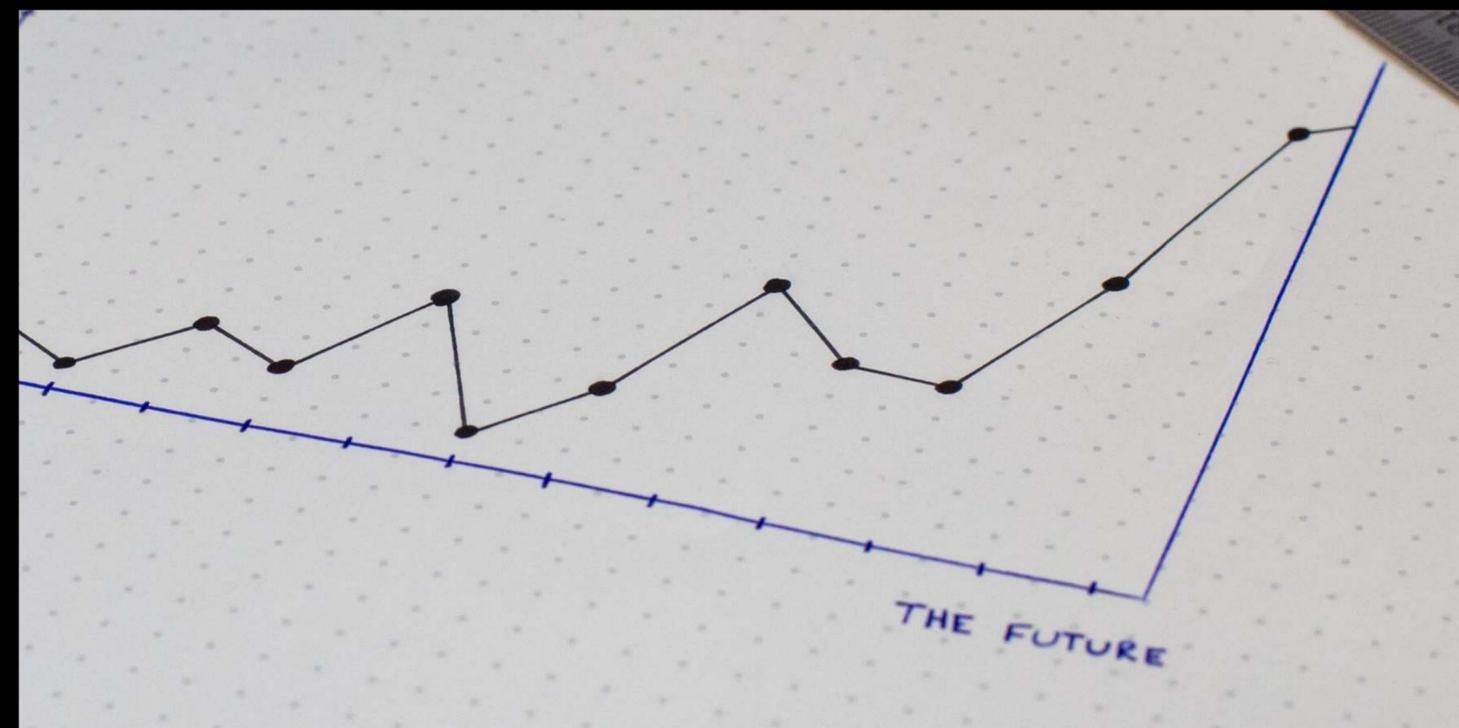




# Black Friday: e-commerce deve crescer 9% na edição deste ano, mostra pesquisa

## Pesquisa

À medida que a Black Friday de 2023 se aproxima, as expectativas sugerem um aumento no faturamento em comparação ao ano passado.



Segundo dados da Conversion, 90,5% dos entrevistados manifestaram a intenção de realizar compras nesta edição do evento varejista. Este número representa um crescimento de 9% em relação à parcela de participantes que afirmaram ter efetuado compras na edição de 2022.



## Você fez compras, no ano passado (2022), na Black Friday/Black November?

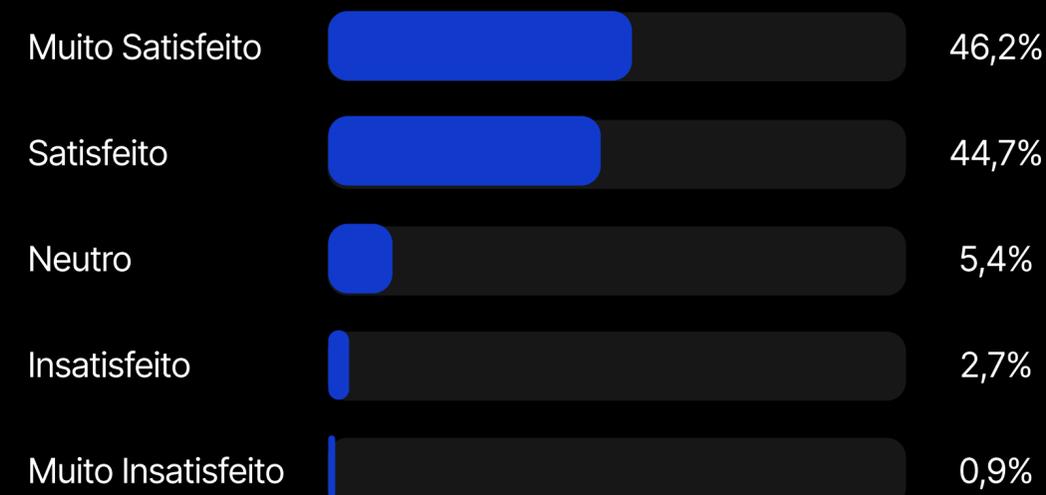
83,3% dos consumidores afirmaram ter feito compras na Black Friday de 2022



 Pesquisa realizada com 400 brasileiros

## Qual foi o nível de satisfação com as compras que efetuou na Black Friday de 2022?

91% dos consumidores afirmaram que se sentiram muito satisfeitos ou satisfeitos com as compras que efetuaram na Black Friday de 2022.



## Sobre a Black Friday, Black November e variações, qual(is) opção(ões) melhor descreve(m) você para 2023?



## Consumo da Black Friday pode crescer 9% em 2023

83,3% dos respondentes realizaram compras na Black Friday em 2022, enquanto a pretensão de compra é de 90,5% em 2023. Número cresce em relação ao ano anterior em 9%.

O aumento gera confiança e expectativas ao mercado.



“

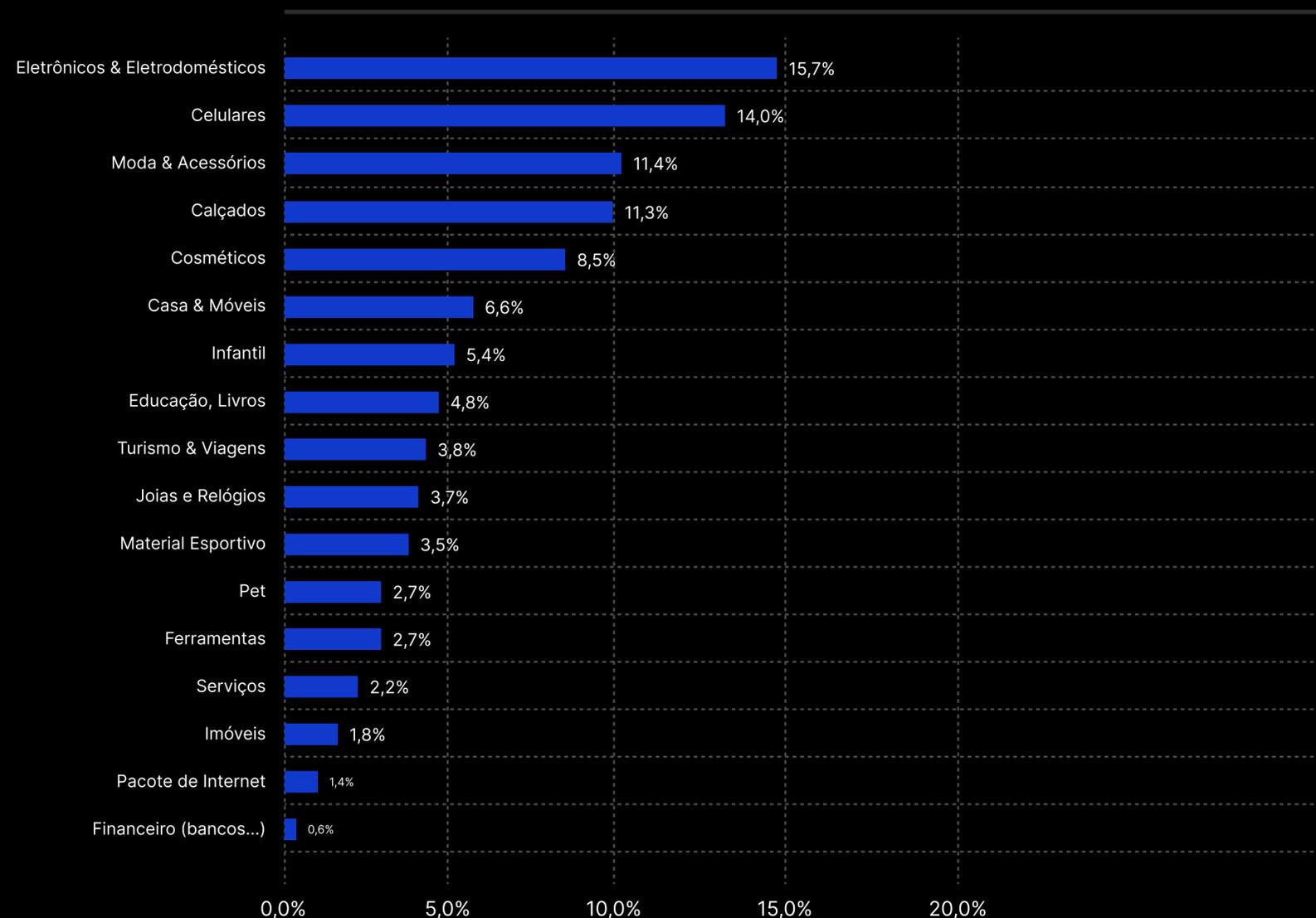
A Black Friday se tornou a data mais importante do varejo brasileiro, existindo expectativas pelos dois lados, tanto de varejistas quanto de consumidores. Em meio às instabilidades econômicas, esse pode ser um ponto de inflexão para o varejo brasileiro e, sem dúvida, um período de alento.



**Diego Ivo**  
CEO da Conversion



## Na Black Friday/November 2023, quais categorias de produtos você pretende comprar?

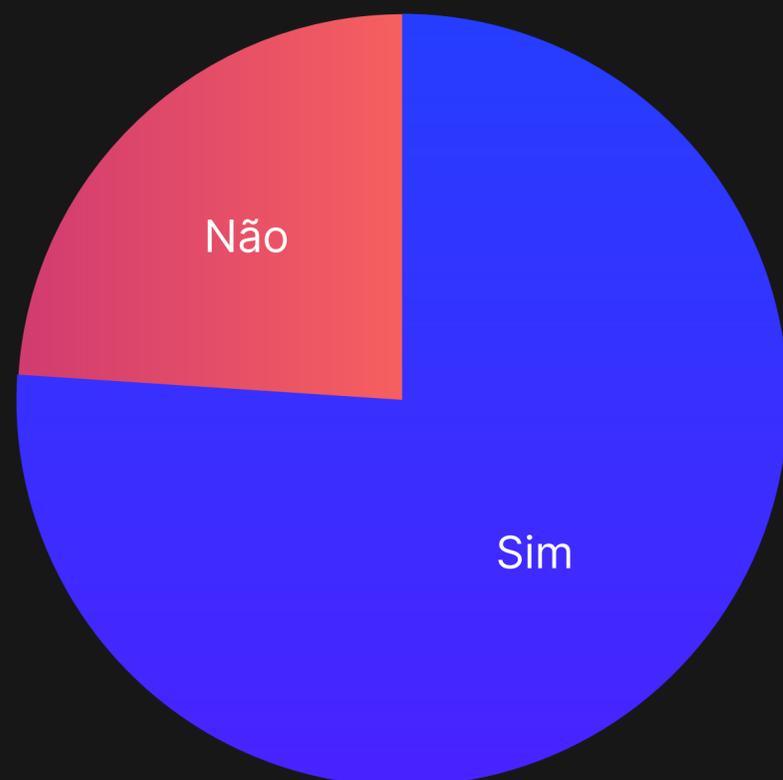


## Celulares perdem posto de produtos mais desejados: Eletrônicos e Eletrodomésticos são o preferido por 15,7% dos consumidores

Eletrônicos e Eletrodomésticos	Celulares	Moda e Acessórios	Calçados	Cosméticos
15,7%	14,0%	11,4%	11,3%	8,5%

A categoria de Eletrônicos e Eletrodomésticos teve um aumento aproximado de 10% na intenção de compra dos consumidores. Enquanto os celulares, categoria mais votada na pesquisa de 2022, aponta uma diminuição na busca, com uma queda de 7,7%.

Moda & Acessórios e Calçados estão no terceiro e quarto lugar, respectivamente, com 11,4% e 11,3% das respostas.



Na Black Friday/Black November, você tem medo de fraudes?



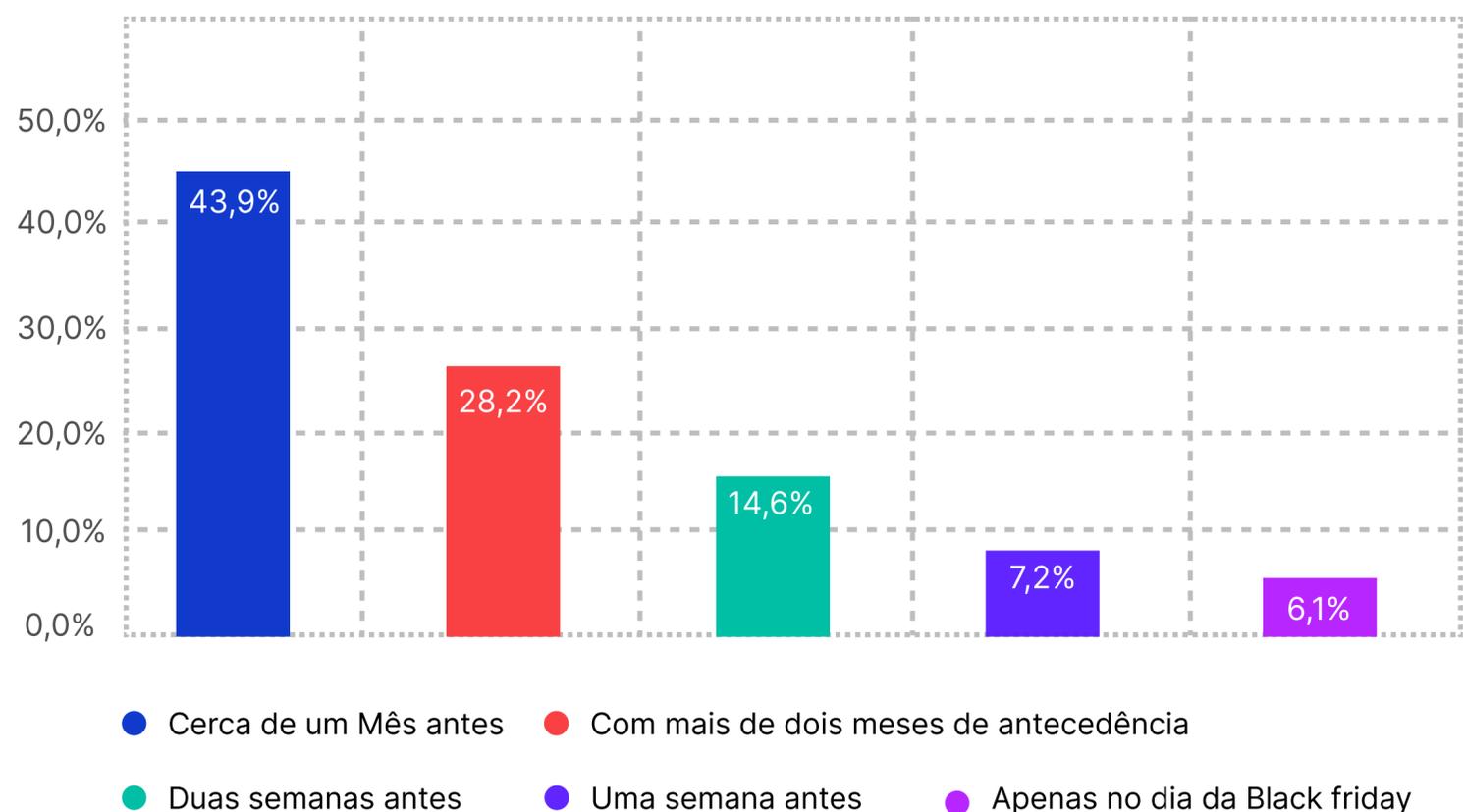
## 76% dos entrevistados alegaram ter medo de fraudes nesta Black Friday

Sem grandes variações em relação a 2022, quando 75,1% apontaram preocupação com fraudes, este ano, 76% têm receio ao fazer compras nesta data.

Os consumidores podem se deparar com falsos descontos, lojas não confiáveis, roubo de dados e outros problemas.



Quando você começa a acompanhar os preços dos produtos que pretende comprar na Black Friday?



## 72,1% dos consumidores optam por acompanhar preços com um Mês ou mais de antecedência

Empresas que se preparam e fazem uma comunicação assertiva com seu público sobre as ofertas tendem a se destacar em datas como essa.

Apenas 6,1% das pessoas acompanham preços somente no dia do evento. Não deixe os 93,9% escapar!

Um mês ou mais de antecedência

72,1%

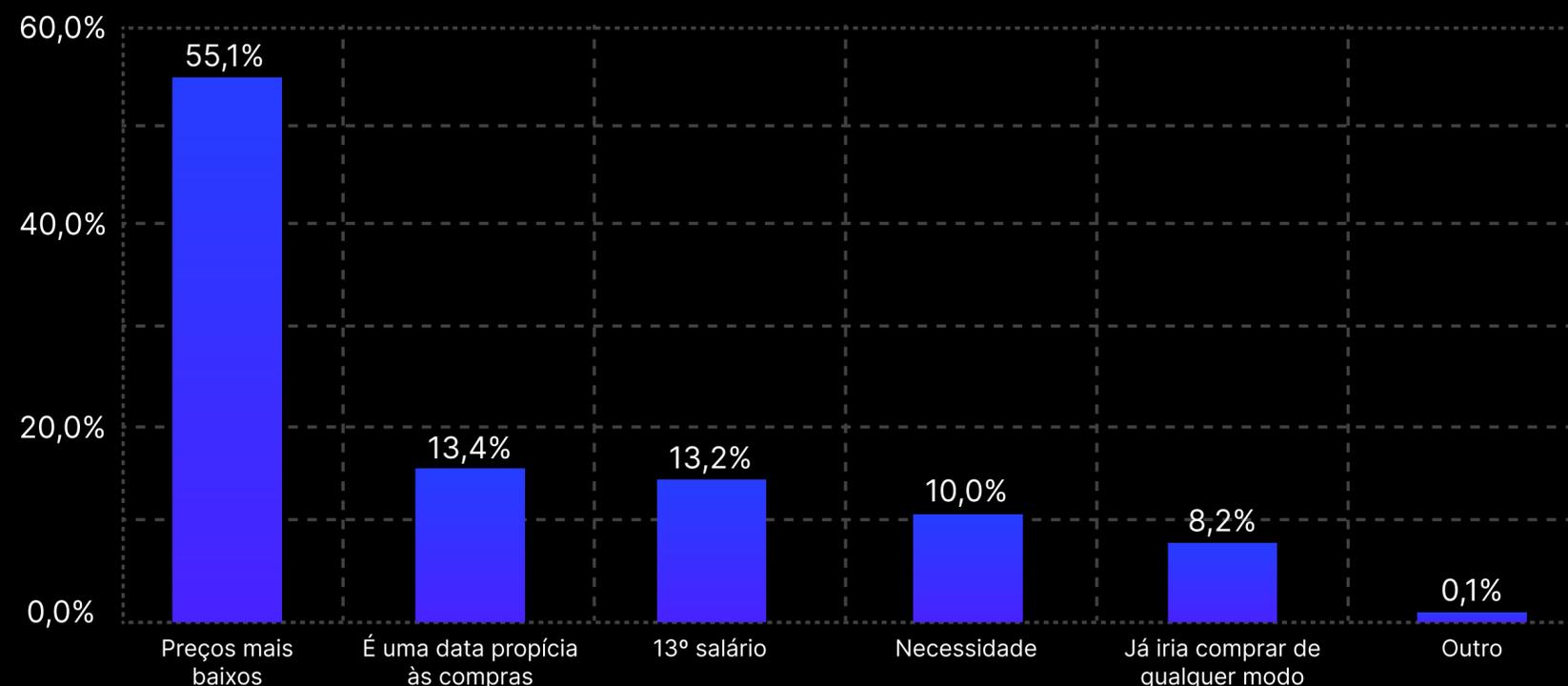


## Preços mais baixos são o principal atrativo para 55% dos consumidores

Não poderia ser diferente: mais da metade dos respondentes está esperando descontos para a data.

A busca por preços mais baixos destaca ainda mais a importância de uma precificação competitiva. Essa é a oportunidade de atrair novos clientes e fidelizar ainda mais quem já comprou do seu site.

Quando você começa a acompanhar os preços dos produtos que pretende comprar na Black Friday?





## 50% dos consumidores pretendem gastar acima de R\$ 1 mil nesta Black Friday

Dado esse que corrobora com a intenção de compra de Eletrônicos e Eletrodomésticos.

Em relação a 2022, pessoas com renda acima de R\$ 5 mil tendem a gastar 24,3% a mais em compras acima de R\$ 3 mil.

33,4% dos respondentes pretendem gastar entre R\$ 150,01 e R\$ 500 em compras.

Nesta Black Friday/Black November, aproximadamente quanto você pretende gastar em suas compras?





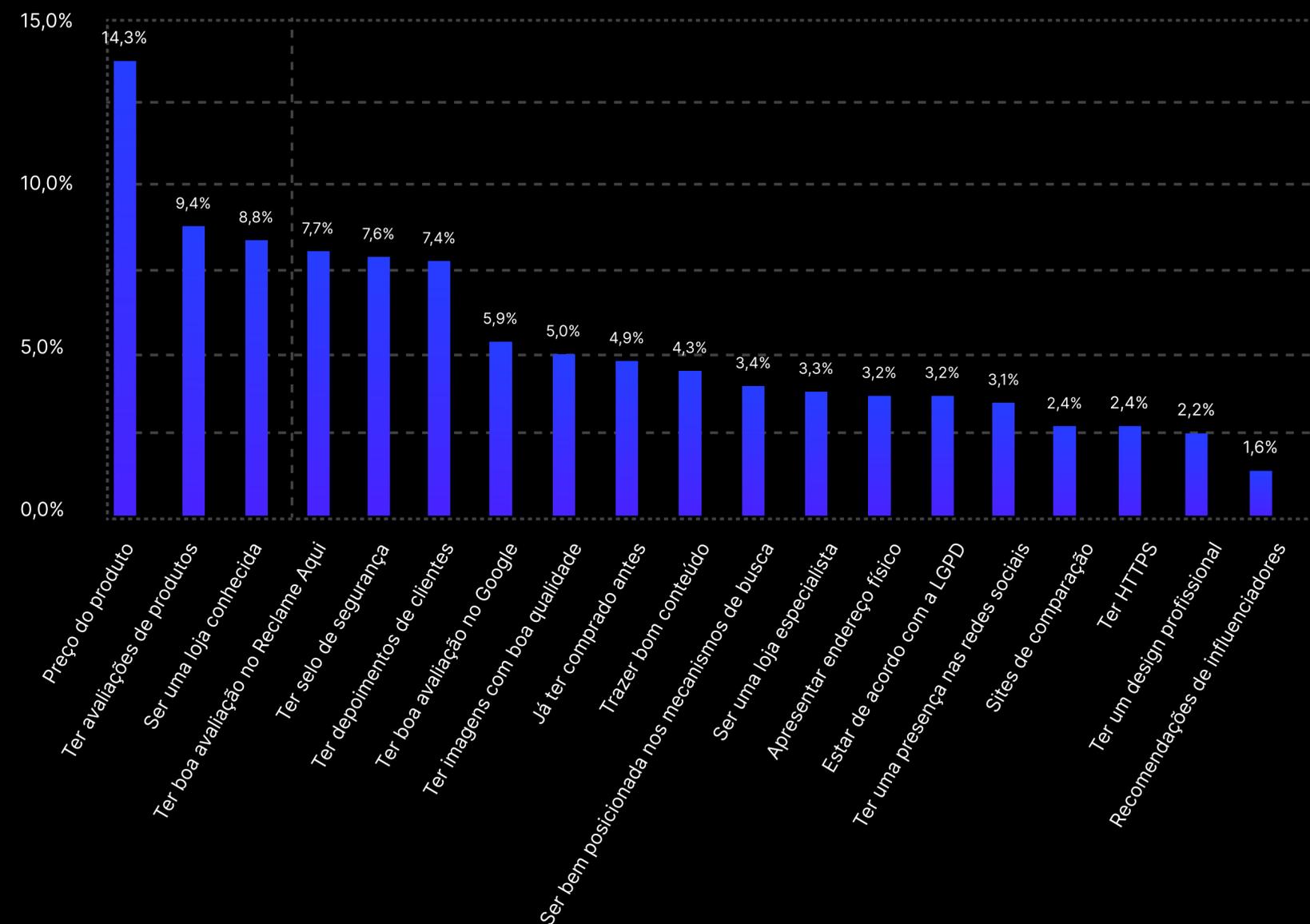
## Cresce em 50% a importância da avaliação de clientes

Ao questionar sobre quais aspectos são mais importantes na decisão de onde comprar, é possível observar um crescimento de 50% na opção “Ter avaliações de produtos” quando comparada ao ano anterior. Em 2022, a opção foi marcada por 6,27 dos respondentes, enquanto nesta edição, 9,4% disseram se importar com esse quesito.

Uma área aberta, onde clientes podem comentar e dar feedbacks sobre o produto/serviço, é crucial ao negócio.

“Preço do produto” foi a opção com mais votos, ficando com 14,3% das escolhas.

Para fazer compras na Black Friday/Black November, o que você mais pretende levar em conta na hora de decidir onde comprar?



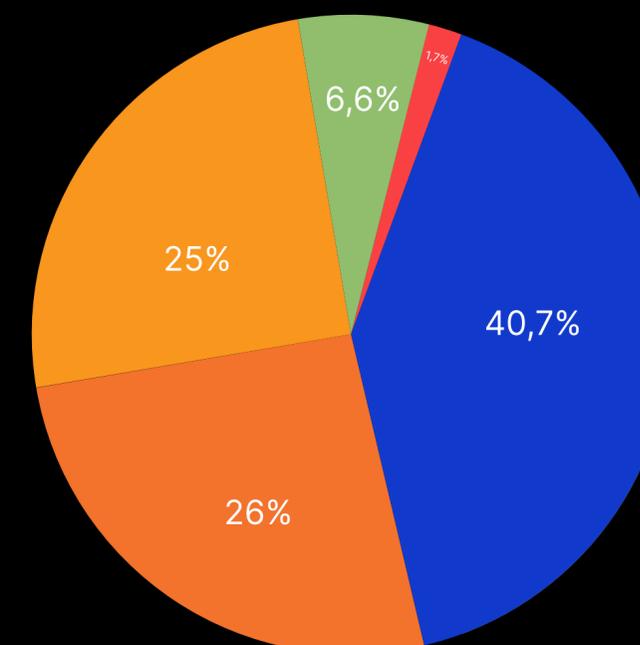
## Dominação do E-commerce: meios digitais são os preferidos por 72,3% dos consumidores"

40,7% dos consumidores irão optar por sites/lojas virtuais, 25% por compras em aplicativos e 6,6% pretendem realizá-las via redes sociais.

As lojas físicas tiveram 26% das respostas, mostrando uma preferência pela comodidade e economia de tempo.

Cada vez mais, se mostra importante a presença online das marcas e o bom posicionamento nos mecanismos de buscas.

Nesta Black Friday/Black November,  
por onde você pretende comprar?



● Sites / Lojas virtuais ● Lojas Físicas  
● Aplicativos ● Redes sociais ● Telefone

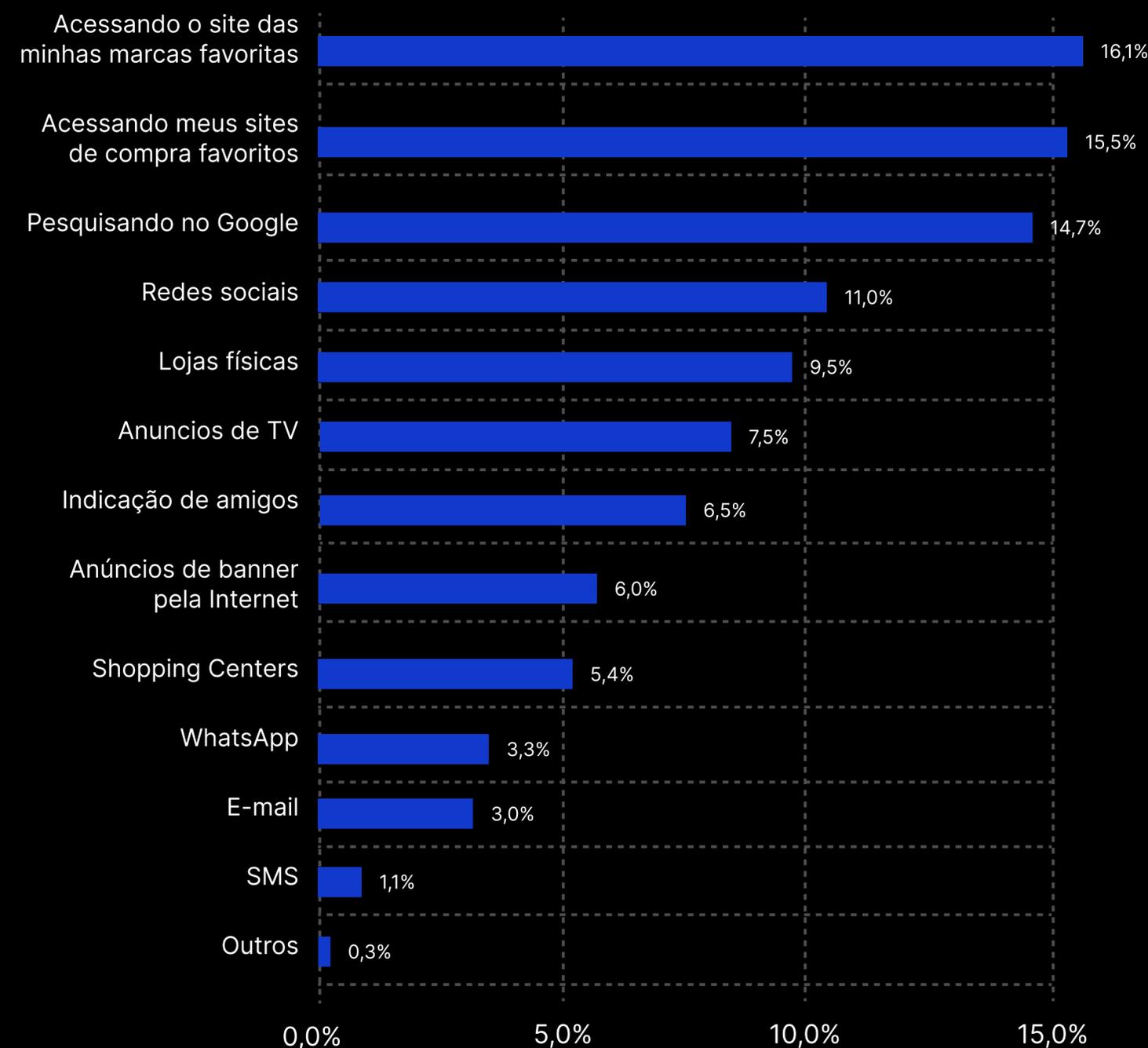


Nesta Black Friday/Black November, onde você pretende descobrir as melhores ofertas?

## Marcas preferidas e mecanismos de busca: os principais canais para descobrir as melhores ofertas

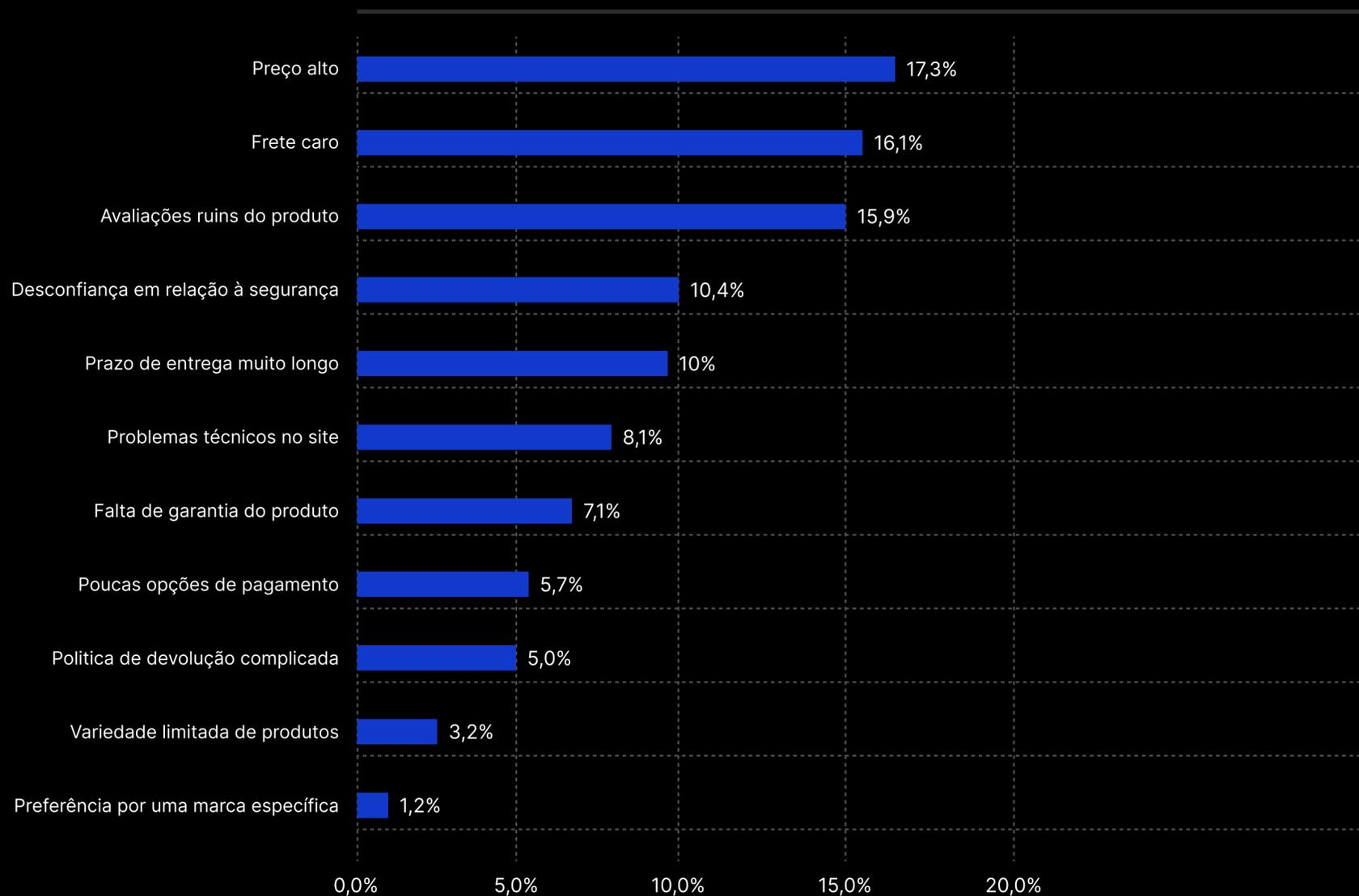
A categoria de Eletrônicos e Eletrodomésticos teve um aumento aproximado de 10% na intenção de compra dos consumidores. Enquanto os celulares, categoria mais votada na pesquisa de 2022, aponta uma diminuição na busca, com uma queda de 7,7%.

Moda e Acessórios e Calçados estão no terceiro e quarto lugar, respectivamente, com 11,4% e 11,3% das respostas.





## O que te leva a desistir de uma compra?



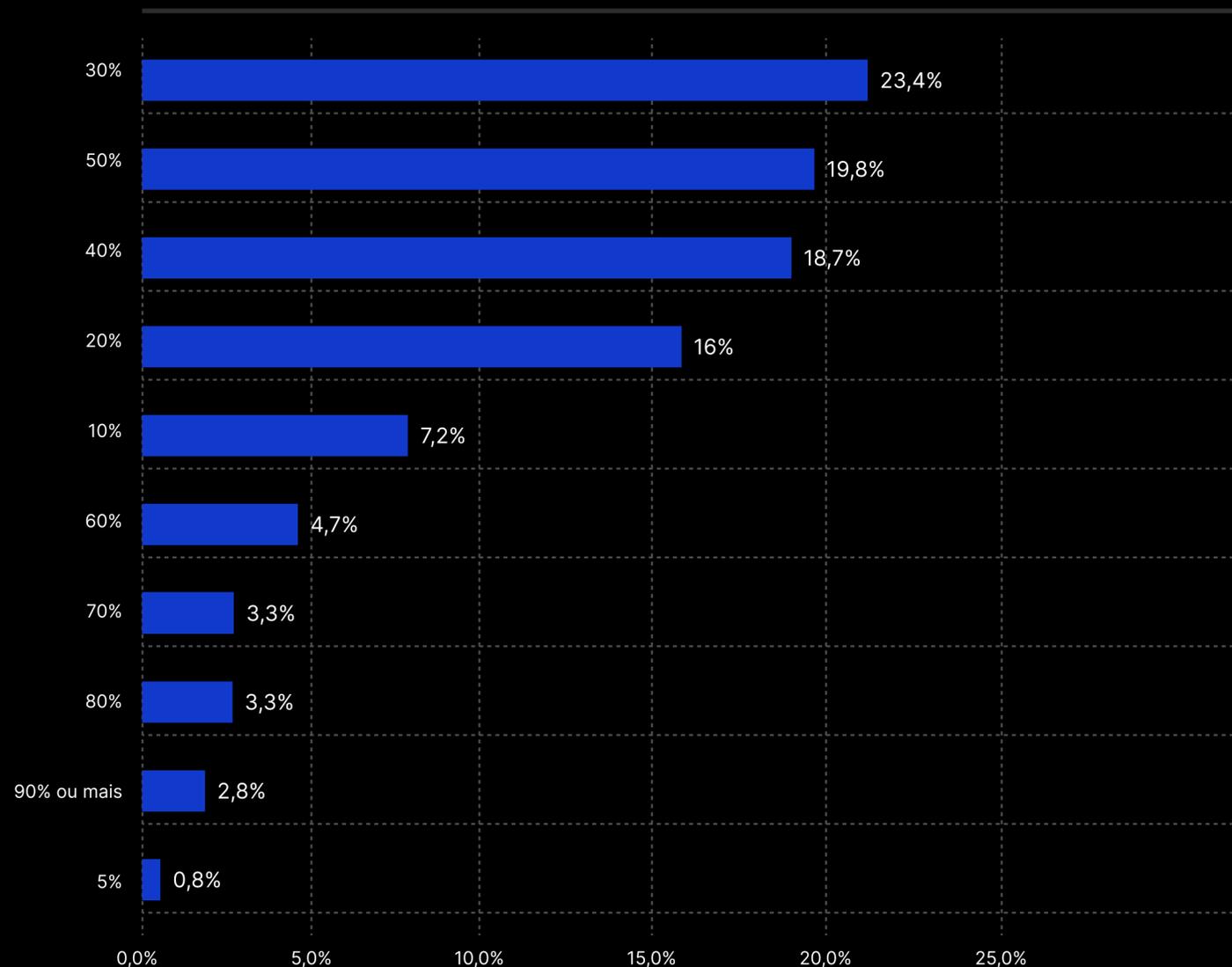
## Preço de produto e frete é o que mais faz o cliente desistir de comprar

Preço e frete podem ser o maior inimigo de um e-commerce nessa Black Friday. 33,4% levam isso em consideração na hora de fechar o carrinho.

15,9% dos respondentes revelaram a importância de um produto de qualidade e uma área de avaliação, onde outros consumidores podem ter prova social do produto ou serviço.



Nesta Black Friday/November e variações, qual o desconto mínimo que chamará a sua atenção?



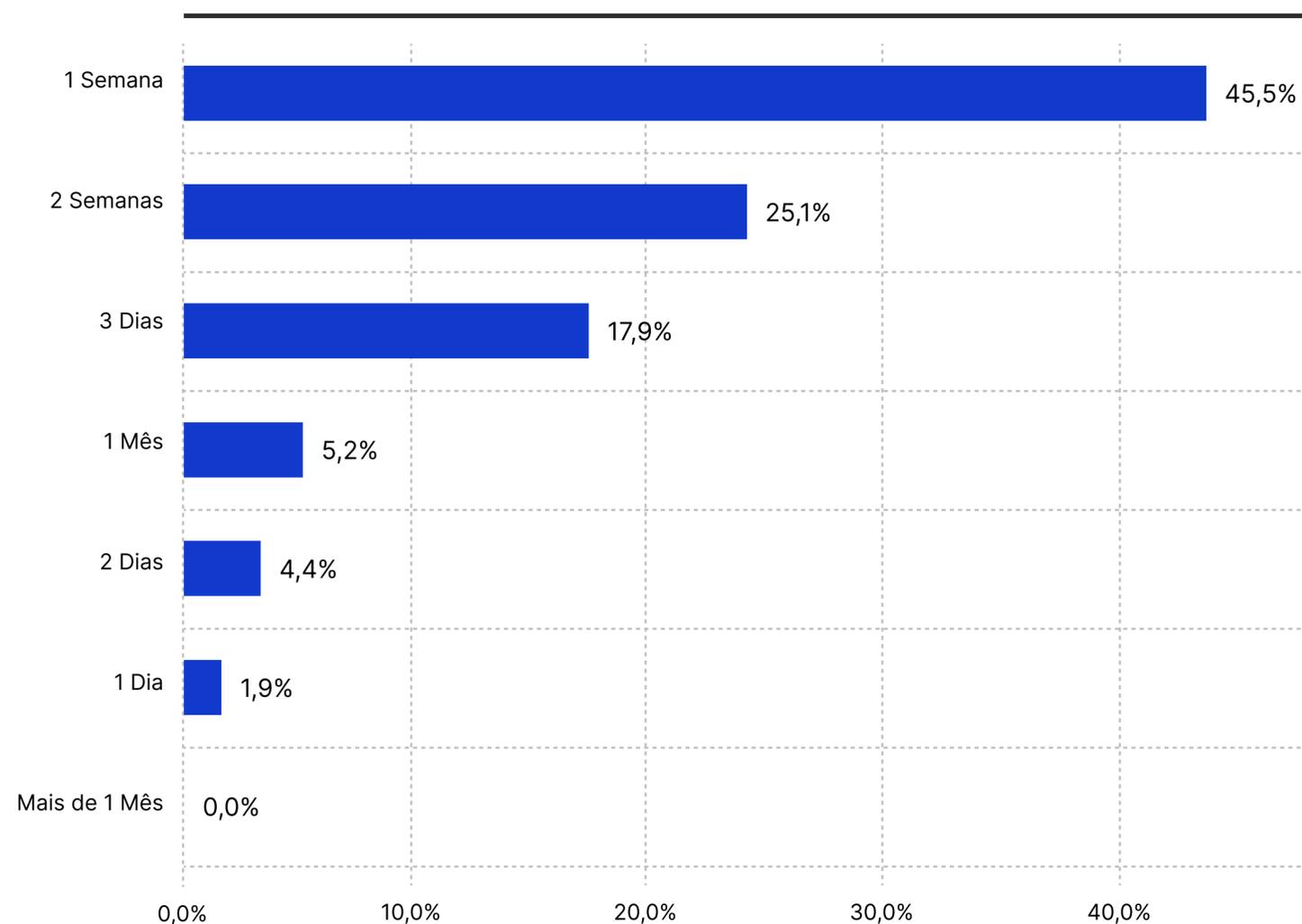
## 76% dos consumidores esperam descontos de pelo menos 30%

Descontos acima de pelo menos 30% prometem chamar atenção de 76% dos consumidores nessa Black Friday.

Descontos abaixo dessa faixa contam com 24% dos votos pelos respondentes.



Para compras na Black Friday/Black November,  
**qual para você é o prazo de entrega aceitável?**



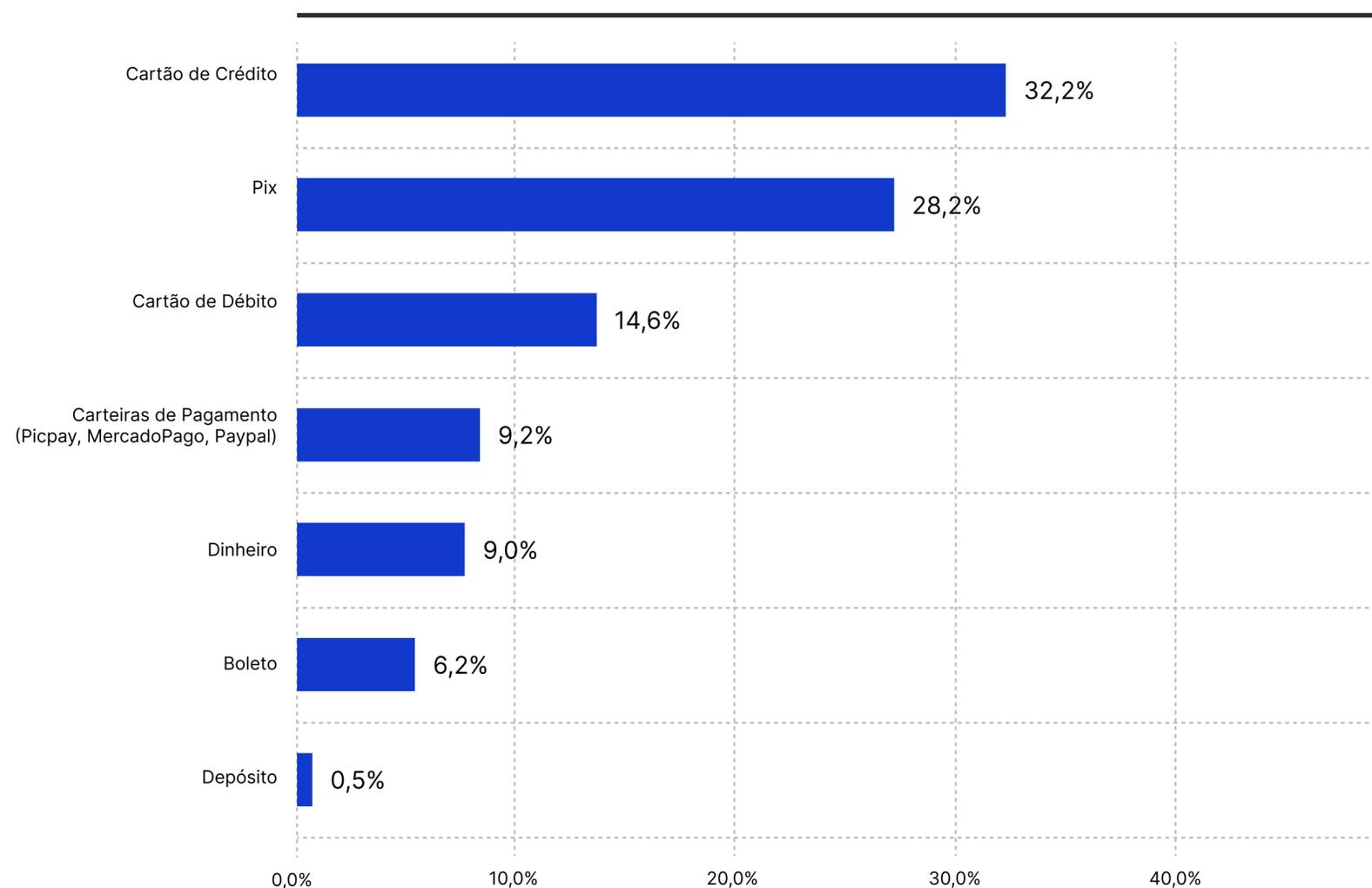
## 45,5% dos consumidores esperam que suas compras cheguem em até 1 semana

Quase metade dos entrevistados alegaram que aceitam o prazo de até 1 semana para a entrega de compras online.

Entender e atender essa demanda por entregas mais rápidas pode ser um fator-chave para aumentar a satisfação do cliente.



### Qual(is) meio(s) de pagamento pretende usar ou já usou para comprar Black Friday/Black November?



## Pix tem aumento de 54,4% de pretensão de uso nesta Black Friday

Lançado em 2020, o Pix consta com mais de 662 milhões de chaves cadastradas e 3,8 bilhões de transações no mês de setembro deste ano (Bacen). No mesmo mês do ano passado, haviam 511 milhões de chaves e foram feitas 2,2 bilhões de transações.

A crescente do meio de pagamento pode explicar o aumento de 54,4% na pretensão de uso.

O cartão de crédito continua como o meio mais utilizado. Porém, o mesmo tem uma queda de 1,3% de respostas quando comparado a 2022.



## Para esta Black Friday / November, qual é o seu e-commerce preferido?

**A nova marca mais desejada:** destronando Americanas, Shein torna-se o e-commerce preferido para esta Black Friday

O e-commerce mais mencionado pelos respondentes foi a Shein, com 19,1% de citações. Em seguida, a Amazon, um dos maiores e-commerces do mundo, é citado por 17,9% dos respondentes.

O Mercado Livre aparece em terceiro lugar (16,5%), seguido da Magazine Luiza (15,2%) e Americanas (10,8%).

Shein 19,1%	Amazon 17,9%	Mercado Livre 16,5%	Magalu 15,2%	Americanas 10,8%
Casas Bahia 7,1%	Aliexpress 1,9%	Submarino 1,3%	Netshoes 1,3%	Ponto 1,2%

## Você pretende usar a Black Friday/Black November para comprar presentes de Natal?



**83,5% dos consumidores pretendem comprar presentes de Natal nessa Black Friday**

Com o cenário econômico desafiador, especialmente para os mais pobres, 83,5% dos consumidores pretendem comprar presentes de Natal nessa Black Friday.

Esse número expressivo demonstra a expectativa dos brasileiros em relação aos preços atraentes e uma boa experiência de compra.

BLACK FRIDAY

Conversion, 2023 ©



# OBRIGADO!

Somos a maior agência  
de SEO do Brasil

Fale Conosco

[www.conversion.com.br](http://www.conversion.com.br)  
[comercial@conversion.com.br](mailto:comercial@conversion.com.br)

Imprensa

[thais.yumi@conversion.com.br](mailto:thais.yumi@conversion.com.br)

