

Uma previsão para a estação mais festiva do ano

Se você antecipar a alta temporada de compras, as megapromoções em dias específicos serão coisa do passado.
Em 2021:



As vendas da Black Friday caíram 31% a/a



O total de vendas em novembro aumentou 10% a/a

Na busca pelas melhores ofertas, não há dois consumidores iguais

O caminho desde a descoberta até a conversão pode acontecer em um dia... ou em mais de 2 meses.

Tempo médio desde a primeira visualização da página do item até a compra para o grupo que converteu mais rapidamente

Tempo médio desde a primeira visualização da página do item até a compra para o grupo que converteu mais lentamente

EUA	0,02 (~30 minutos)	48
BRASIL	0,05 (~75 minutos)	49
FR	0,07 (~1,5 hora)	51
ALE	0,02 (~30 minutos)	50

A necessidade de conveniência continua a gerar interesse em BOPIS (“compre online, retire na loja”)

55%

compraram online e retiraram em loja física

39% compraram online e retiraram por drive-thru ou no estacionamento da loja

N=11.914 Fonte: Criteo Consumer Sentiment Index Survey, maio de 2022 a junho de 2022. Base: Consumidores por categoria (pelo menos uma compra online nos últimos 30 dias)

O planejamento e a compra de presentes das festas de fim de ano começam no meio do ano

50%

dos consumidores já pensavam nos presentes de fim de ano em julho de 2021

30% dos consumidores compraram os presentes de fim de ano em agosto de 2021

A Geração Z e os Millennials começaram a comprar presentes antes da Geração X e dos Boomers

Digital + Físico = \$\$\$

Consumidores que compram em loja física compram **1,8x mais** frequentemente quando também visitam o site do varejista.

Com acesso a **US\$ 1 trilhão em vendas de e-commerces anualmente**, a Criteo é o parceiro certo para você obter insights enriquecidos de commerce data na alta temporada de compras e além.

Publicaremos dados e análises durante toda a temporada:
Confira <https://www.criteo.com/br/blog/tag/holiday/> regularmente para obter as informações mais recentes.

Uma previsão para a estação mais festiva do ano

Se você antecipar a alta temporada de compras, as megapromoções em dias específicos serão coisa do passado. Em 2021:



As vendas da Black Friday caíram 31% a/a



O total de vendas em novembro aumentou 10% a/a

Na busca pelas melhores ofertas, não há dois consumidores iguais

O caminho desde a descoberta até a conversão pode acontecer em um dia... ou em mais de 2 meses.

	Tempo médio desde a primeira visualização da página do item até a compra para o grupo que converteu mais rapidamente	Tempo médio desde a primeira visualização da página do item até a compra para o grupo que converteu mais lentamente
EUA	0,02 (~30 minutos)	48
BRASIL	0,05 (~75 minutos)	49
FR	0,07 (~1,5 hora)	51
ALE	0,02 (~30 minutos)	50

55%

compraram online e retiraram em loja física

50%

dos consumidores já pensavam nos presentes de fim de ano em julho de 2021

Digital + Físico = \$\$\$

Consumidores que compram em loja física compram **1,8x mais** frequentemente quando também visitam o site do varejista.