

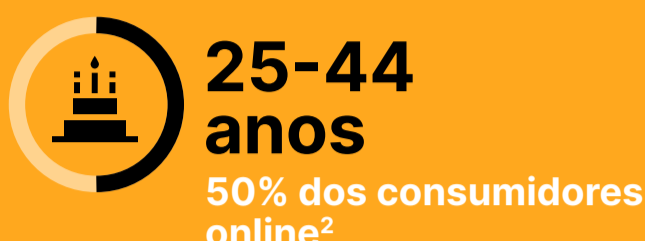
Black Friday 2022

Edição Brasil

O maior dia do varejo se transformou na maior semana do e-commerce. Ninguém quer mais esperar nas filas quilométricas das lojas quando é possível comprar itens com desconto com apenas alguns toques no celular. **A Black Friday começa cedo, não dura apenas um dia e segue online até o fim.**

A Upstream, líder em automação de mobile marketing, fechou parceria com **16 marcas no Brasil** para aumentar suas vendas de e-commerce por meio do envio de campanhas personalizadas e da construção de uma base de clientes. Em 5 dias, as campanhas de mensagens móveis da Upstream alcançaram: **8% de aumento no valor médio do pedido** em comparação com os pedidos recebidos pelos demais players de e-commerce e um expressivo **ROI de 22,5x** para nossos clientes.

4 fatos sobre a Black Friday no Brasil



O maior tráfego online do ano

Transforme visitantes do site em assinantes

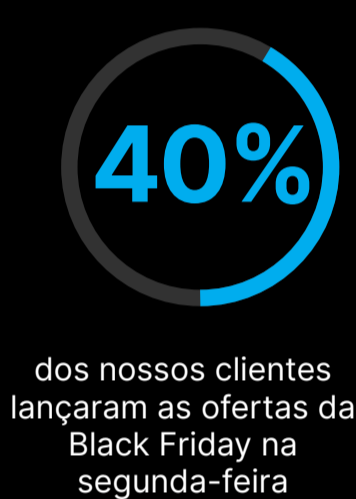


Campanhas Black Friday x Período normal

É hora de vender

e não apenas por um dia

(\$ % Detalhamento da receita, 24 a 28 de novembro



Black Friday x Cyber Monday

A maioria das marcas lançou vendas antecipadas e os consumidores não esperavam ver descontos maiores após o fim de semana, tornando a Black Friday o dia de mais vendas.



Converta mais vendas no e-commerce

com mensagens enviadas em tempo real

Bem-vindo!

Mensagem de boas-vindas fizeram toda a diferença. Elas criaram expectativa para a Black Friday, anunciaram novas quedas de preços e muito mais, levando ao aumento das vendas.

4,76% taxa de cliques

R\$266,30 valor médio do pedido

Lembre-se do seu carrinho!

Mensagens de recuperação de carrinho atingiram as taxas de conversão mais altas. Conseguimos que mais clientes completassem seus pedidos adicionando 2 lembretes de carrinho enviados no fluxo.

1ª RECUPERAÇÃO DE CARRINHO
2,21% taxa de conversão

R\$369 valor médio do pedido

2ª RECUPERAÇÃO DE CARRINHO (2 horas depois)
2,6% taxa de conversão

R\$499 valor médio do pedido

Novas ofertas arrasadoras!

Mensagens de transmissão fizeram toda a diferença. Elas criaram expectativa para a Black Friday, anunciaram novas quedas de preços e muito mais, levando ao aumento das vendas.

25% da receita total da campanha

30% de aumento na taxa de conversão de vendas, incluindo mensagens com conteúdo da Copa do Mundo

R\$236,40 valor médio do pedido

Fontes: dados de propriedade da Upstream 24-28 de nov 2022 | ¹ Statista | ² Neotrust | ³ Neotrust

As principais marcas viram suas **vendas online da Black Friday** aumentarem com a plataforma de automação de marketing da Upstream

