

# RESULTADOS 2025



REALIZAÇÃO: **confi**

APOIO:

NEOTRUST  
confi

AFTERSALE  
confi



**LOGAN.**



NEOTRUST

confi

+

LOGAN®

Publicidade além da commodity



+

**LOGAN®**

**Parceria**

**A inteligência que conecta dados e pessoas.**



A maior fonte de dados do  
consumidor digital brasileiro

+ 80 milhões  
de consumidores  
digitais

+ 2 milhões  
de pedidos  
processados por dia

R\$ 328,4 bi  
em 2024

**LOGAN®**

Publicidade com  
Inteligência de Mídia e  
Dados

+165 Milhões  
Devices ID

+400 campanhas  
corridas mensalmente

+200 Bi  
Localizações  
recebidas  
mensalmente





+

**LOGAN®**

## A inteligência que conecta dados e pessoas.

**1.**

Juntas, Logan e Neotrust unem respectivamente o “**porquê**” da **compra (comportamento e contexto)** com “o **quê**” da **compra (dados de conversão)**

**2.**

Transformamos **dados brutos** em **conexões humanas**, criando **estratégias que constroem fidelidade**, não apenas vendas

**3.**

Resultado: publicidade que **impacta o resultados real das marcas** e aprimora **toda a relação** entre elas e seus **consumidores**

BLACK  
FRIDAY



HORA  
HORA



confi

Patrocinadores:

ORACLE®

Apoiadores:



Brasil.AI



# Nosso produto.

## Por que utilizar o Black Friday Hora Hora?

01

Única solução do mercado que oferece **atualizações sobre o mercado a cada hora.**

02

**Indicadores estratégicos** para sua tomada de decisão: o que está vendendo mais, a qual preço, desempenho regional e market share das marcas.

03

Análises de performance abrangendo **mais de 2.000 categorias e subcategorias**, com até 4 níveis de detalhamento.

04

**Customizações disponíveis** para a leitura do mercado conforme sua visão de negócio.

# Nosso produto.

## Plataforma de fácil acesso!

Plataforma

NEOTRUST



confi

### Período e atualização:

- Dados diários de 01/10 até 02/12
- Atualizações diárias de 01/11 até 02/12
- Atualizações de hora em hora de 27/11 a 01/12
- Comparativo 2025 vs 2024

### Métricas:

- Faturamento
- Unidades
- Preço Médio

### Análise por Território:

- Região
- UF

### Categorias

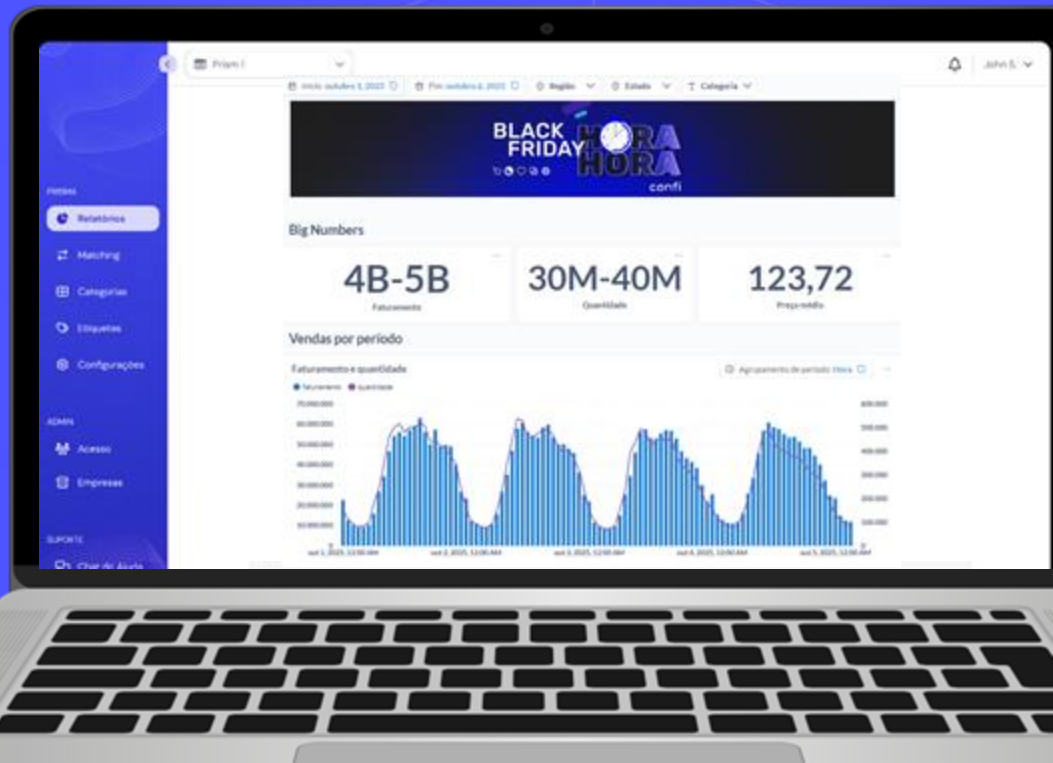
- +2000 categorias e subcategorias
- Até 4 níveis de detalhamento

### Produto

- Top 10 marcas
- Top 100 ofertas

### Visualização dos Dados

- Hora | Dia | Semana | Mês



## Resultados

# Black November 2025

De 01/11 até 30/11



Faturamento

**R\$ 47,2 Bi**

↑ 23,4% / 2024



Pedidos

**140,5 Mi**

↑ 42,9% / 2024



Ticket Médio

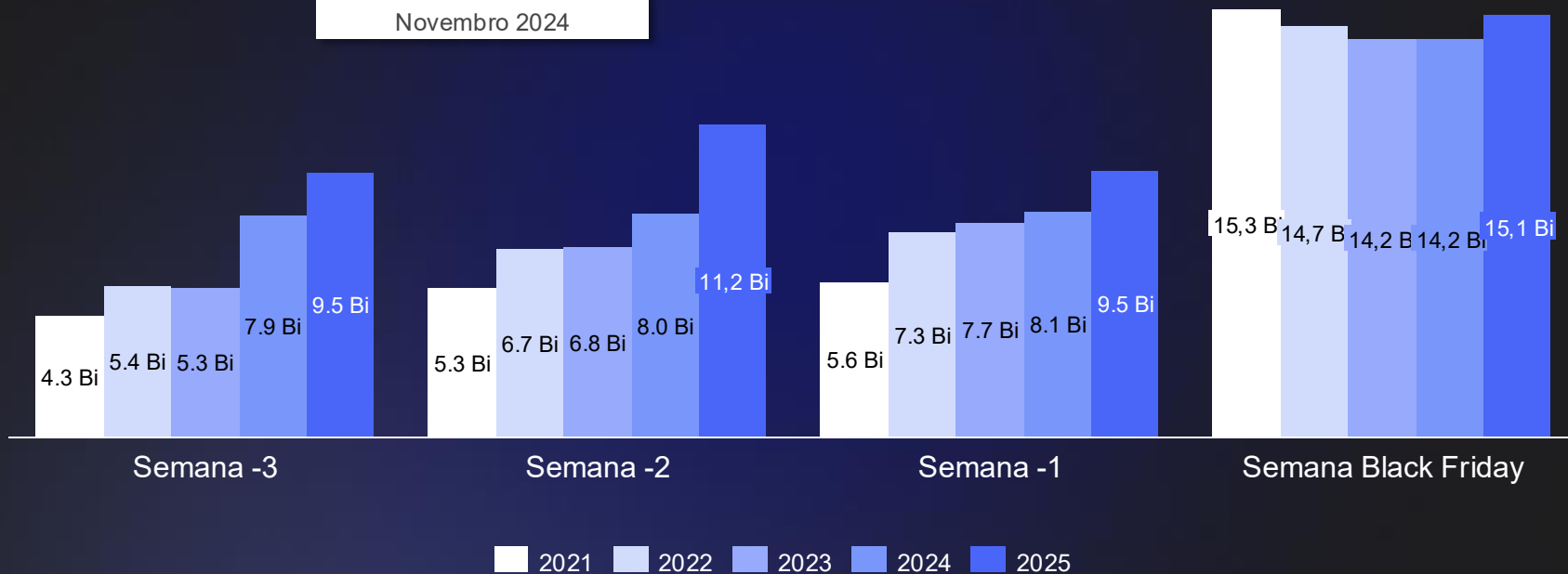
**R\$ 335,7**

↓ -10,2% / 2024



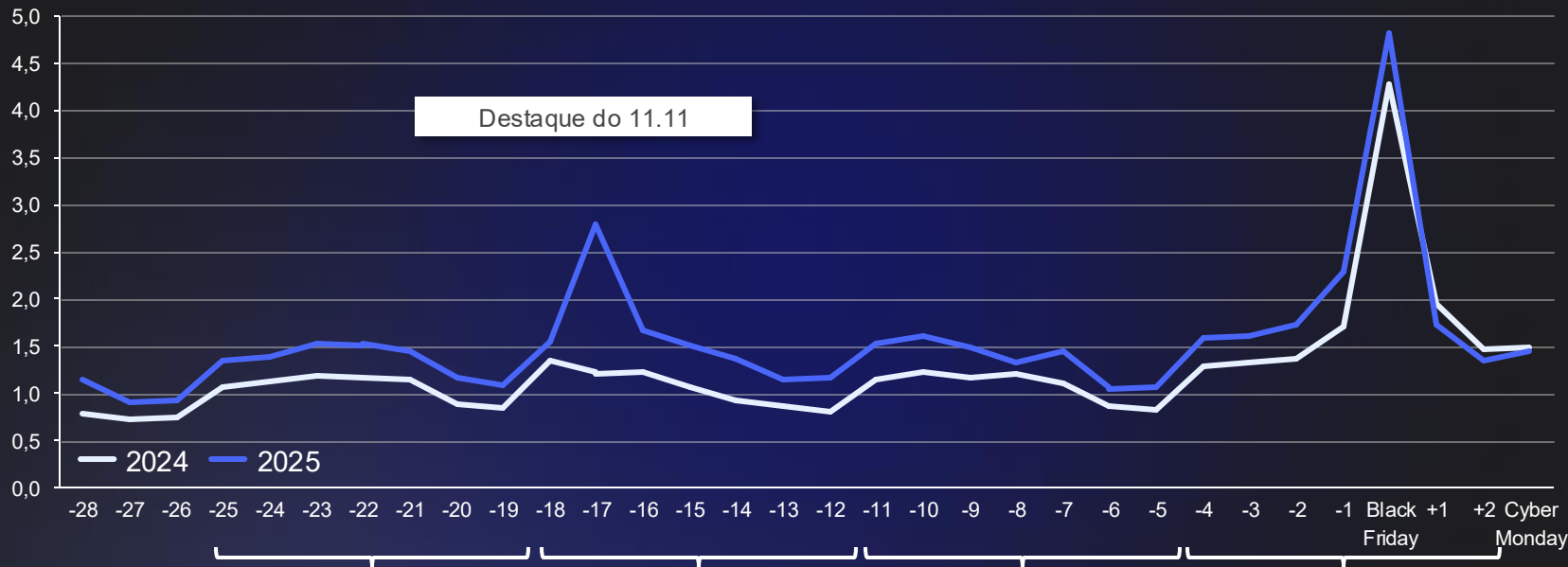
# Distribuição do Faturamento durante Novembro

Crescimento expressivo do Faturamento no início de Novembro 2024



# Faturamento durante Novembro 2024 e 2025

Faturamento  
bilhões de R\$



**Black Week -3**

9,47 Bi

+27,9%

**Black Week -2**

11,2 Bi

+50%

**Black Week -1**

9,54 Bi

+26,1%

**Black Week**

15,1 Bi

+13,2%

## Resultados

# Black Friday 2025

Quinta-feira &gt; Domingo

27/11 até 30/12



Faturamento

**R\$ 10,1 Bi**

↑ 7,8% / 2024



Pedidos

**21,5 Mi**

↑ 16,5% / 2024



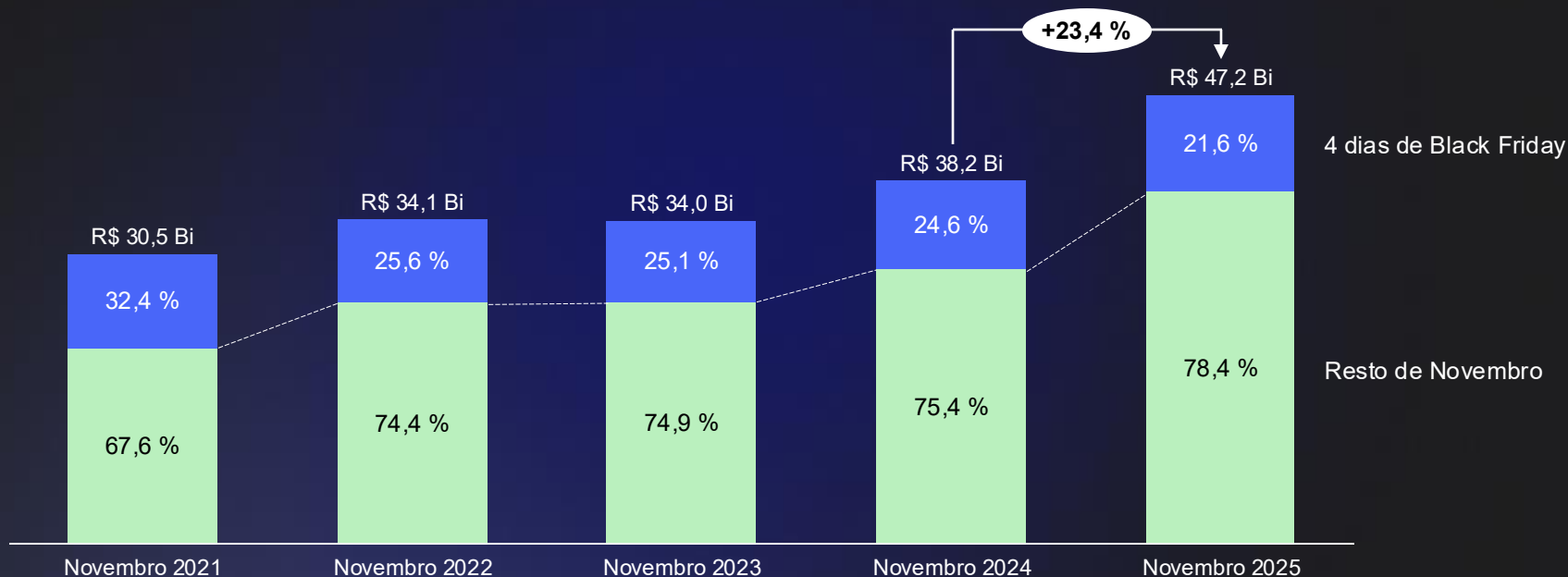
Ticket Médio

**R\$ 473,2**

↓ -6,9% / 2024

# Distribuição do Faturamento durante Novembro

O maior crescimento se encontra nas semanas antecedentes à Black Friday 2025

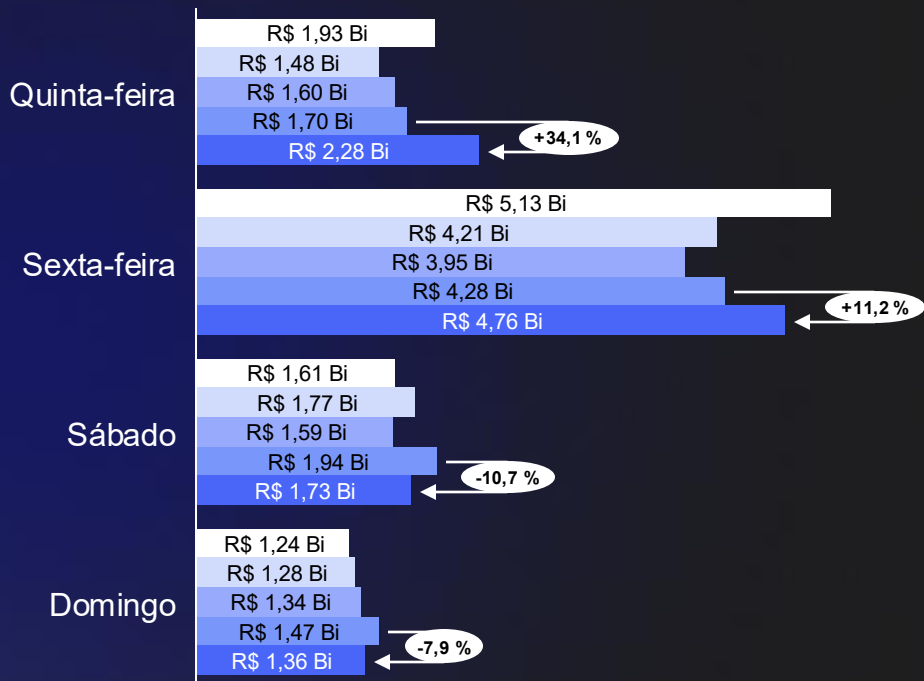
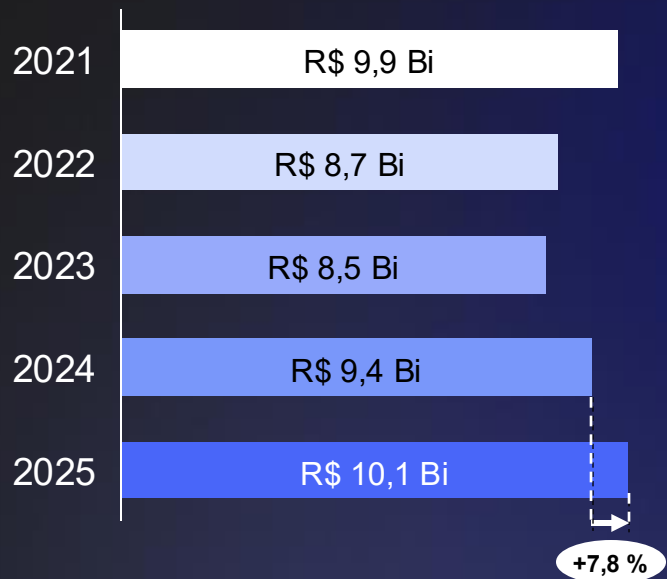


# FATURAMENTO

## Black Friday 2025

Quinta-feira > Domingo

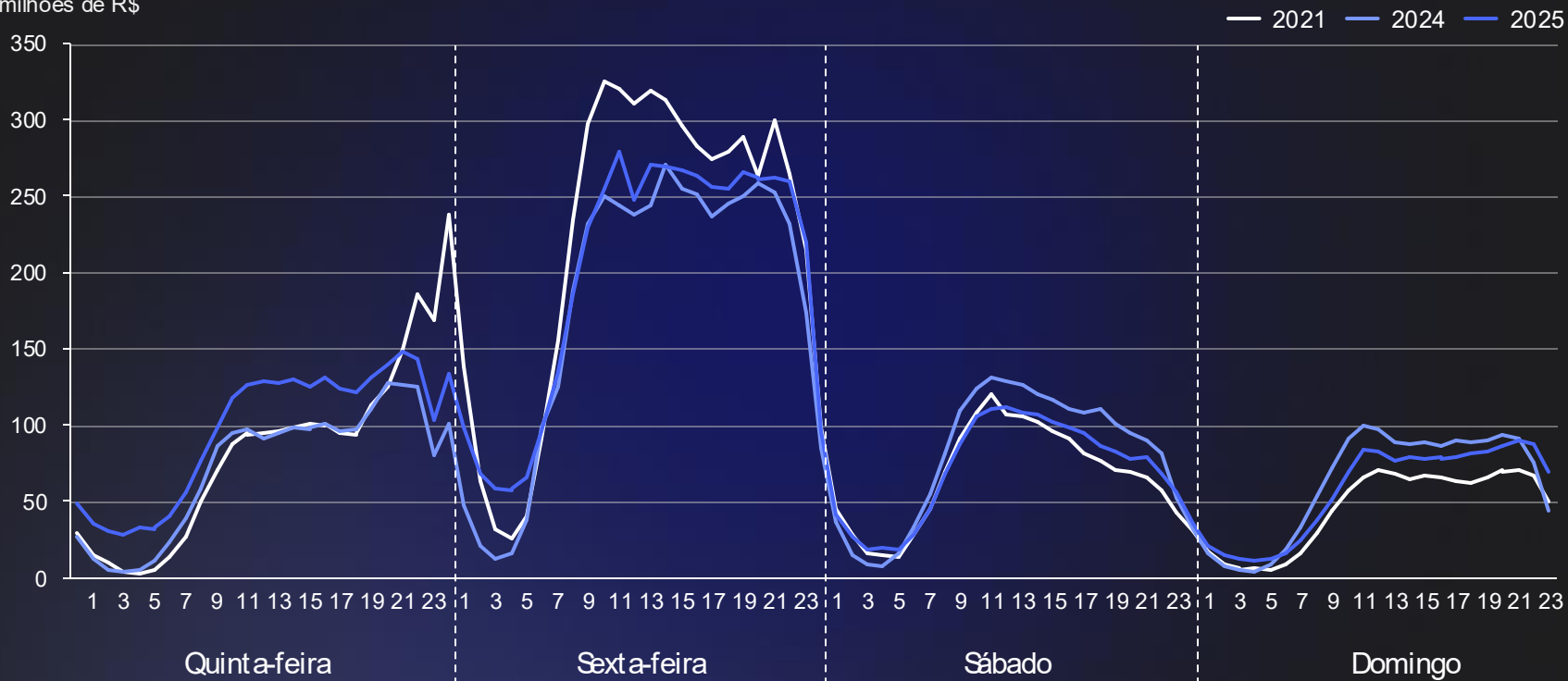
27/11 até 30/11



2021 2022 2023 2024 2025

# Faturamento hora a hora

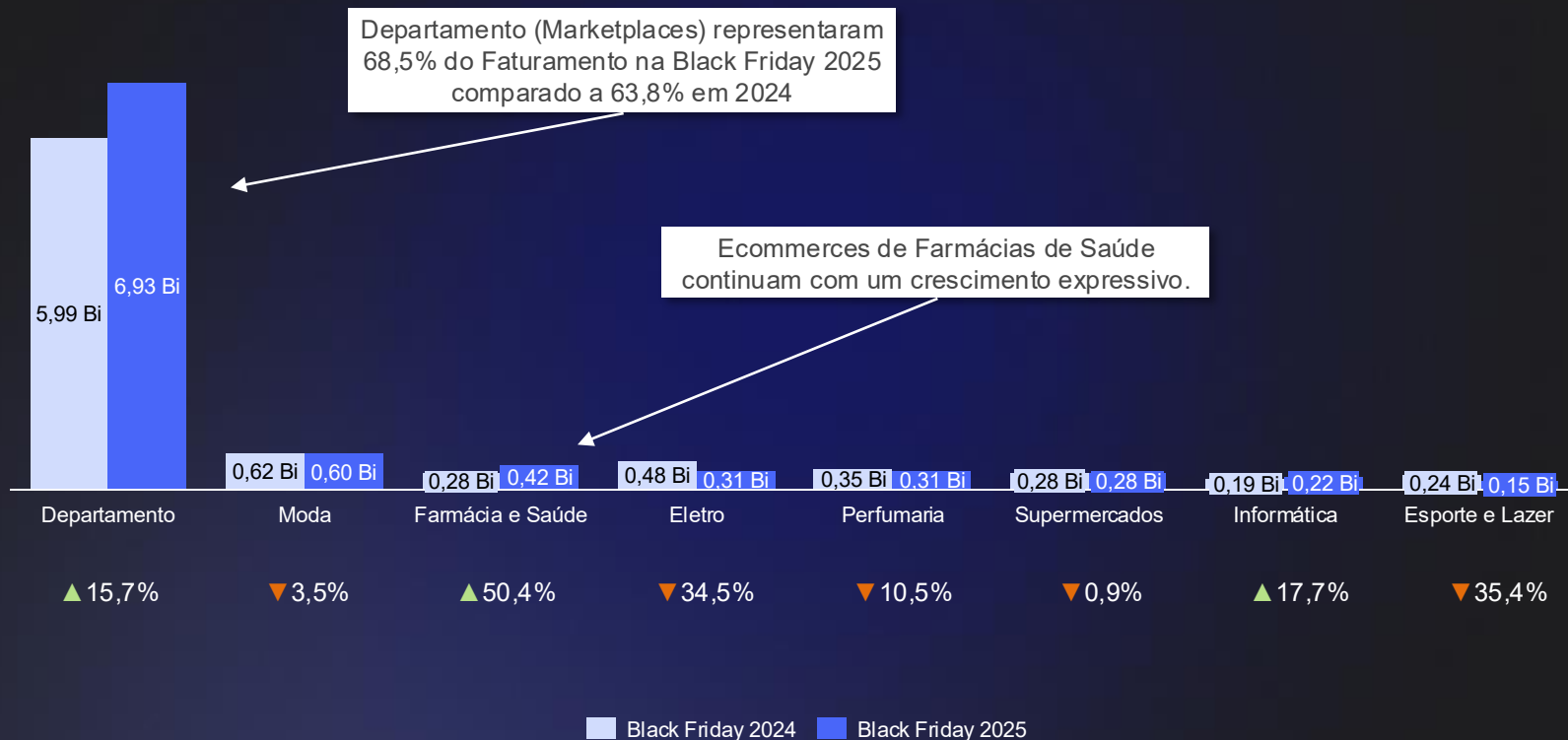
Faturamento  
milhões de R\$





# Distribuição do Faturamento por Canal

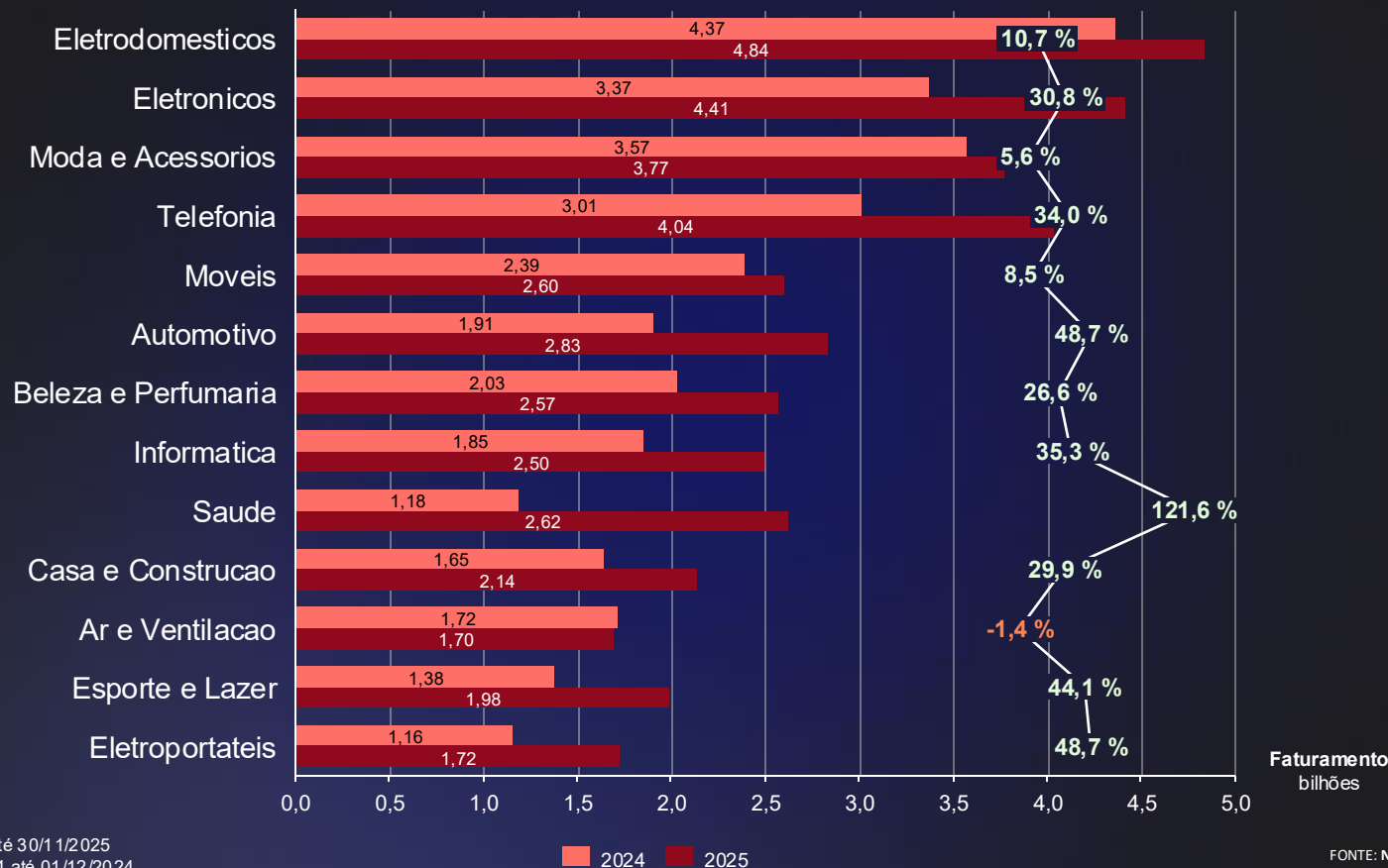
De Quinta-feira a Domingo de Black Friday



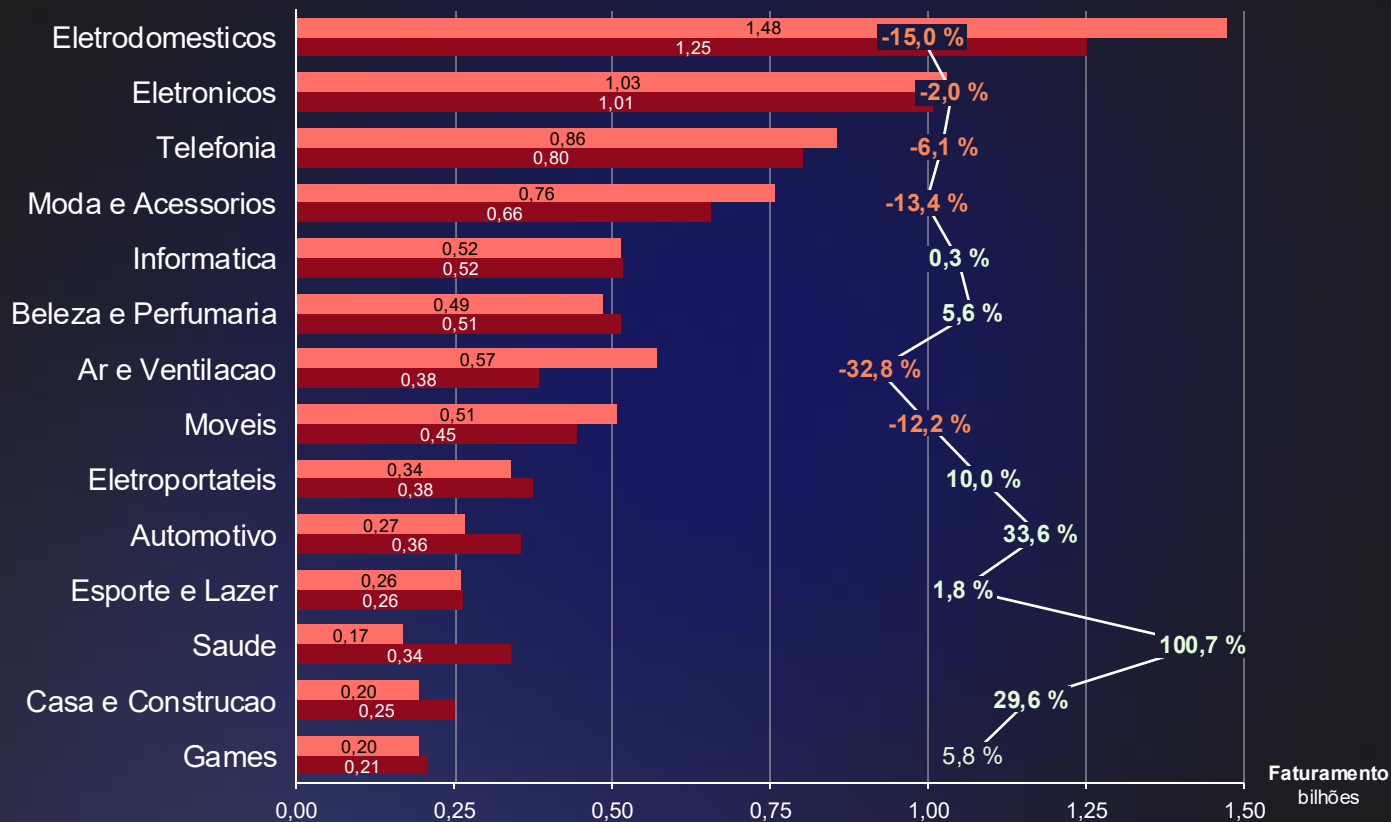
# **Destques por** **Categorias**



# Novembro 2025 vs Novembro 2024



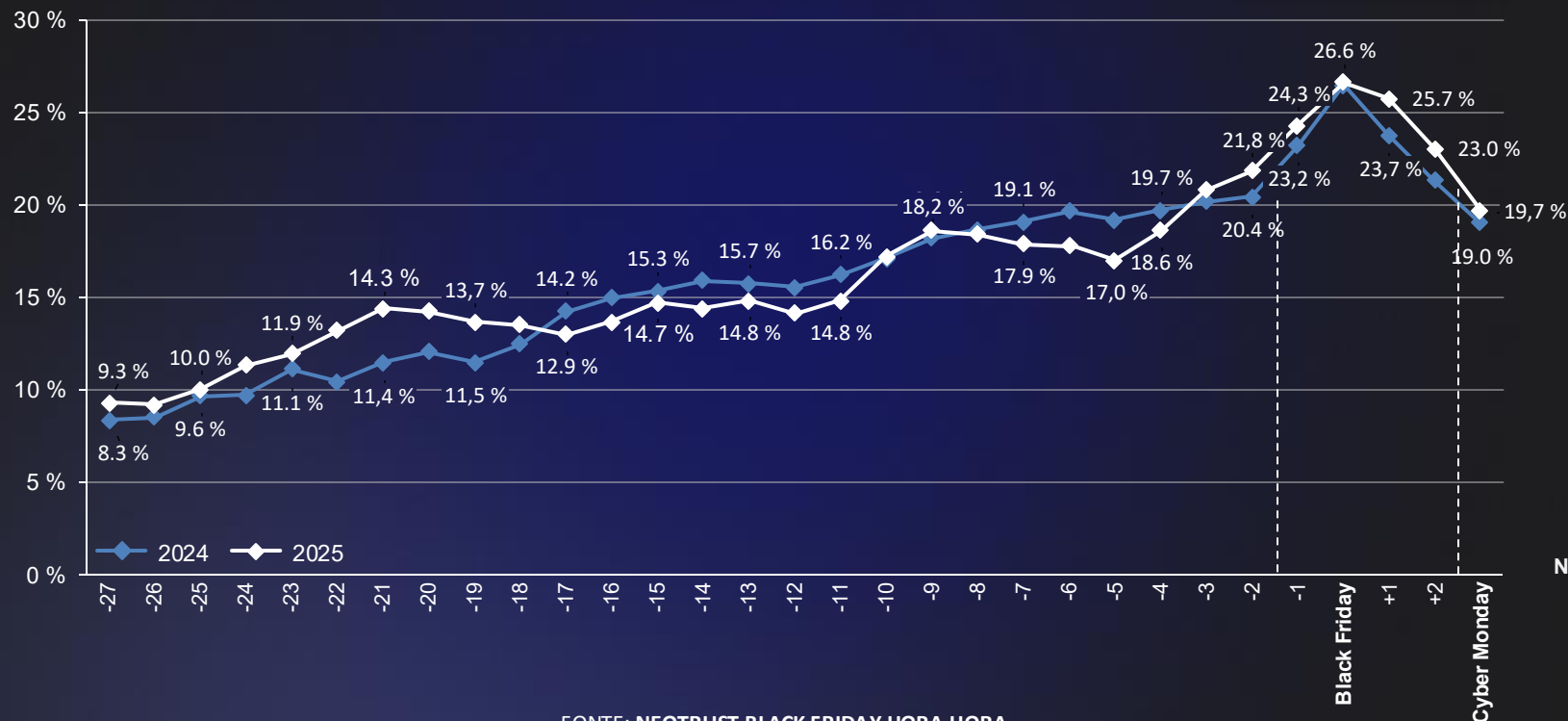
## Black Friday 2025 vs Black Friday 2024



# Estudo de Descontos

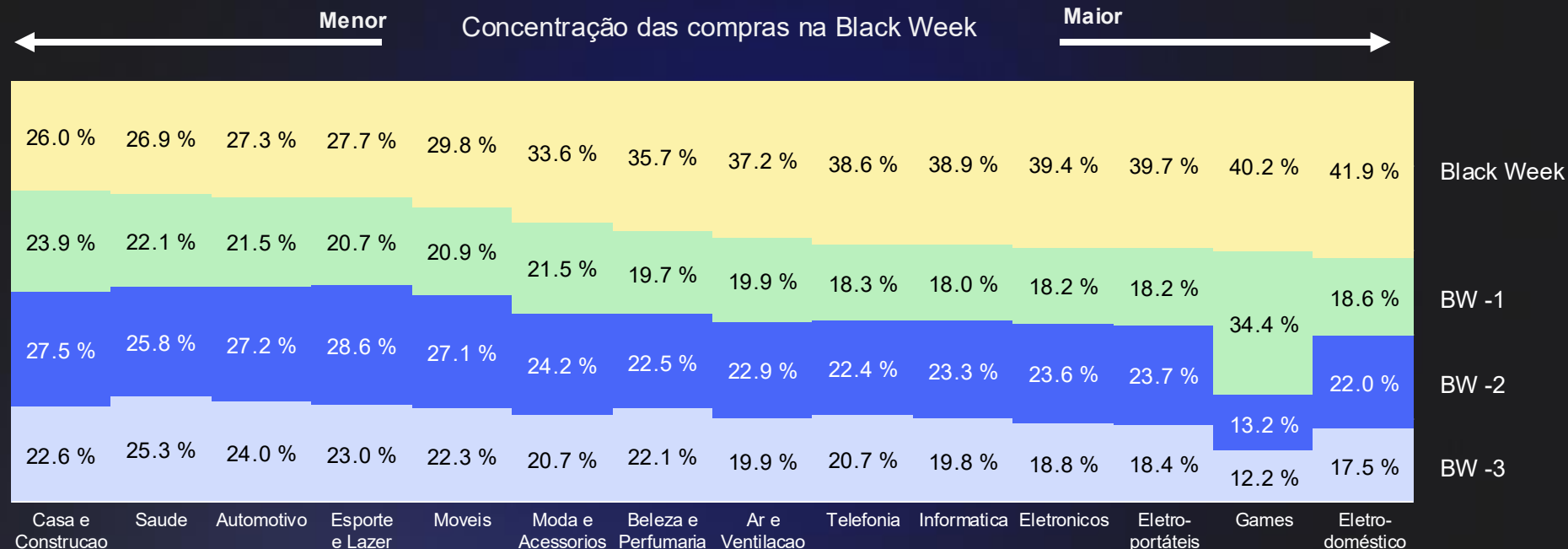
Produtos vendidos com ao menos 20% de desconto

Maiores descontos  
de Quinta a Domingo



Novembro  
2025

# Distribuição do Faturamento da Black Friday 2025

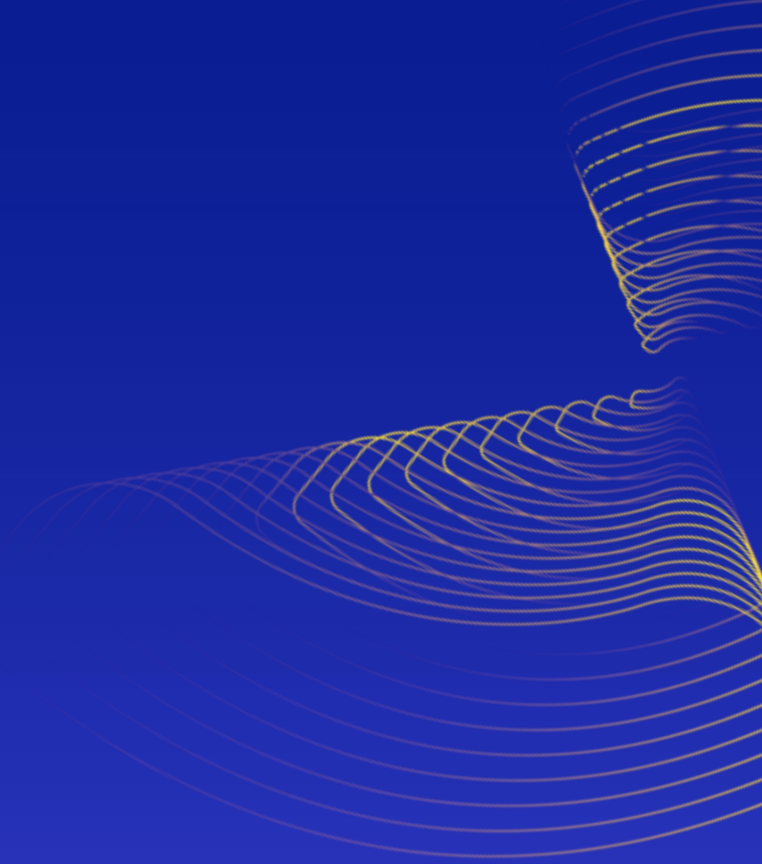


FONTE: NEOTRUST BLACK FRIDAY HORA HORA

Material de uso restrito a clientes – Não Compartilhar



**CASE**



# O case

Aproveitar a Black Friday para  
impulsionar uma linha de produtos  
**específicos para air fryer** lançada este  
ano pela uma das **marcas**  
**líderes do segmento**



# Qual era o objetivo da campanha?

Integrar dados de comportamento e vendas  
(Logan + Neotrust)

Estimular visitas  
físicas aos PDVs-chave

Aumentar pedidos  
online

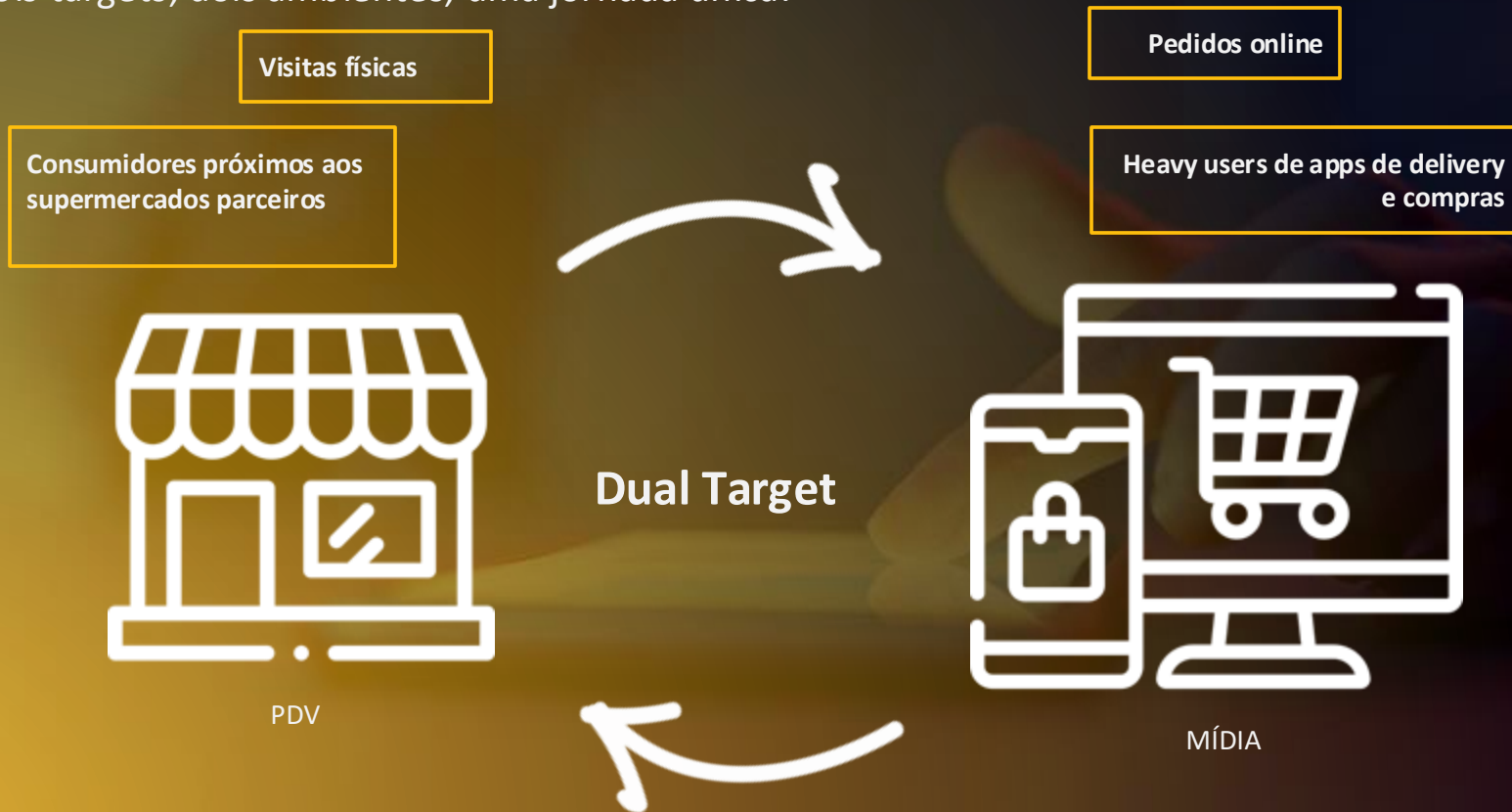


Tudo começou com uma pesquisa **Zero Party Data** ativada para entender o consumidor real:



# Metamobilidade

Dois targets, dois ambientes, uma jornada única.





OFFLINE!



CTR médio  
1,31%

Formato: Full Screen Banner  
Segmentação: Consumidores próximos aos  
supermercados parceiros



ONLINE!



CTR médio  
1,59%



Formato: Push Notification  
Segmentação: Heavy users de  
apps de delivery e compras

# IMPACTO NAS VENDAS

**+3%**

crescimento de vendas

**4.1%**

se comparado com um  
período equivalente



# INSIGHTS LOGAN + DASHBOARD

## BLACK FRIDAY



**HORA**  
**HORA**



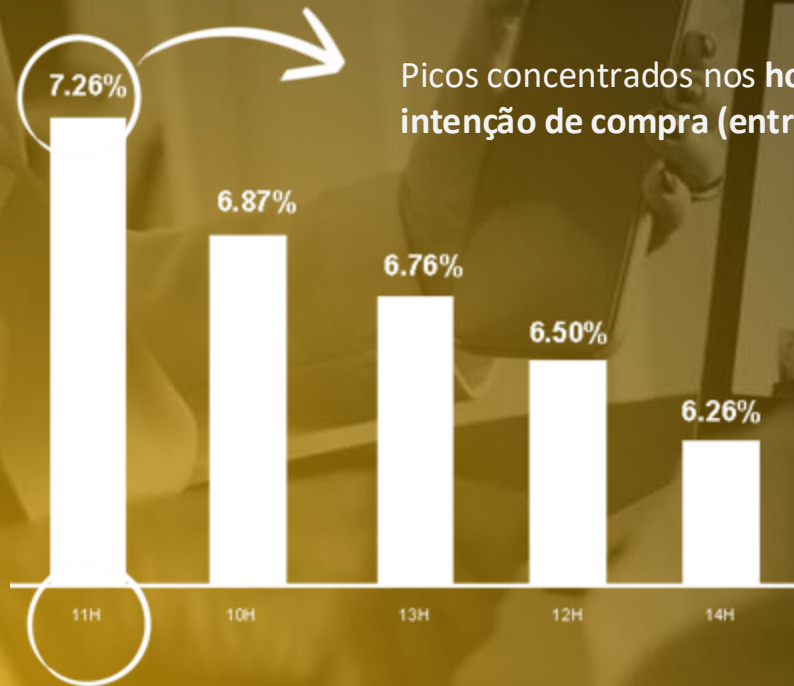
confi



# Otimização em tempo real com dados de venda

Dados hora a hora orientando decisões  
estratégicas

## Ajustes de faixas horárias com mais vendas



obtivemos

**13%**

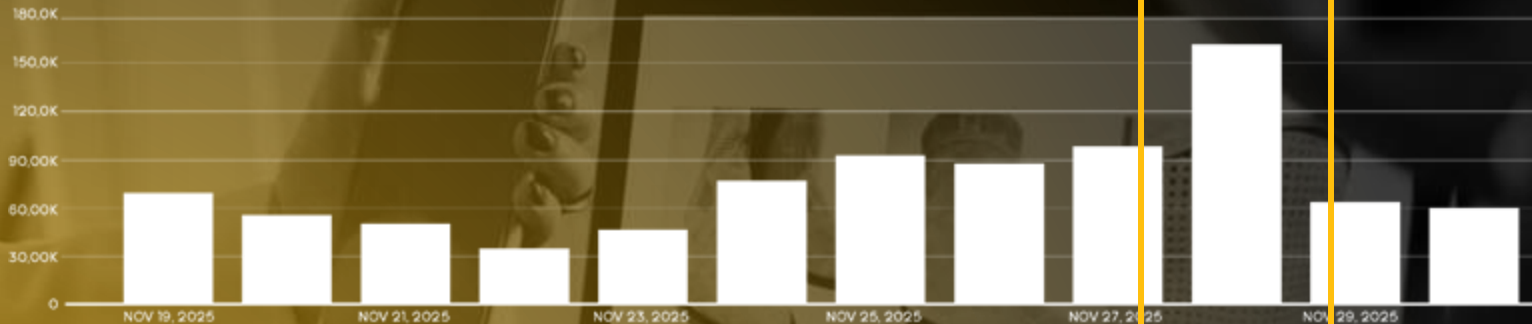
de aumento no CTR



# Análises Neotrust + Logan por dia

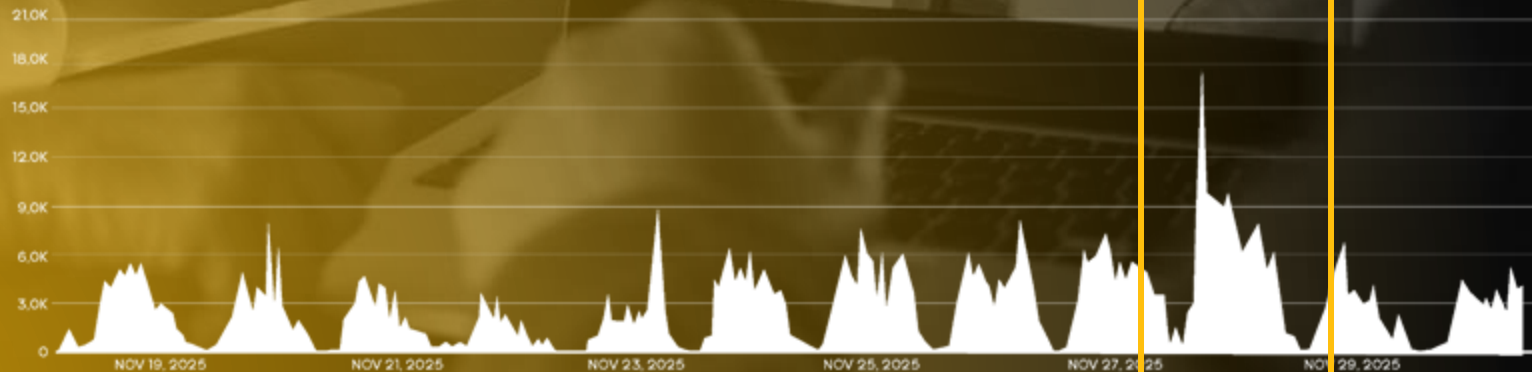
Picos de venda e engajamento

FATURAMENTO



Comportamento **pico**  
de vendas na sexta-  
feira!

FATURAMENTO





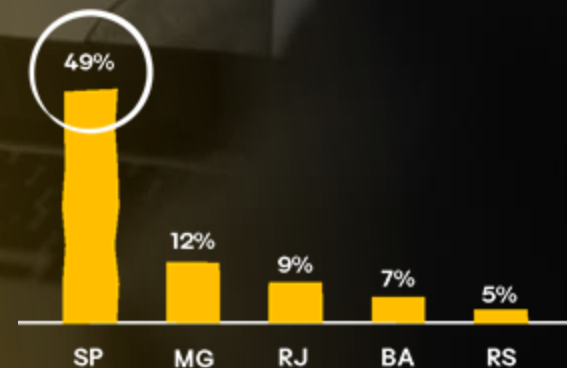
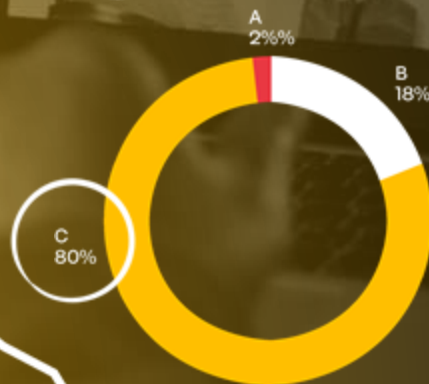
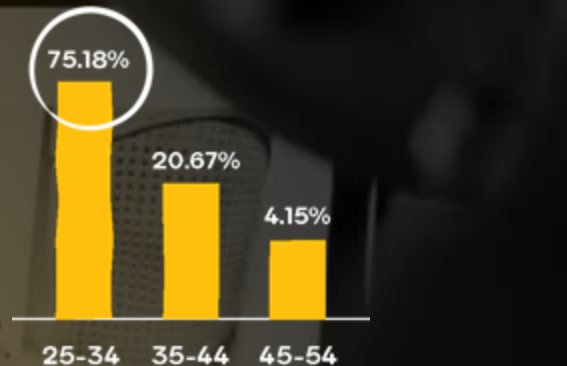
Nacional (Brasil) + Pontos físicos

**SP, MG, RJ e**

**RS** Priorização de praças  
mais quentes



## Criação de look alike baseado no perfil dos compradores



# Comparação com o Mercado



Categoria de empanados

## Vendas de Black Friday

✓ -1,8%

queda na categoria de empanados

## Supermercados

Maior canal de venda

^ 4,1%

Crescimento da marca DURANTE o período da Black Friday, comparado ao ano anterior

## Geolift (Prova de Visitas Físicas)

**+ 65k**

Visitas ao supermercados

Relatório completo em  
período de validação.



# RESULTADOS DE BRAND LIFT

Benchmark  
acima de:

5%

Lift do grupo  
exposto a ter  
visto a  
campanha

22%

Lift de  
consideração de  
marca

14%

É considerado um lift positivo!

Lift 22%

1. Você se lembra de ter visto um anúncio online de produtos para air fryer nos últimos dias?

Sim

Não

Não tenho certeza

Lift 14%

2. Qual a probabilidade de você considerar comprar produtos da linha de produtos para air fryer na próxima compra de congelados?

É a única marca que vou considerar

É uma de 2 ou 3 marcas que vou considerar

É uma marca que talvez considere

É uma marca que não vou considerar

Lift 10%

3. Você recomendaria a linha de produtos para air fryer a um amigo?

Sim

Não

Não tenho certeza

Não conheço essa linha



## Comparação com a plataforma 2024 X 2025\*\*

Campanha CPG 2024

**1,20%**  
CTR



Campanha CPG 2025

**1,59%**  
CTR



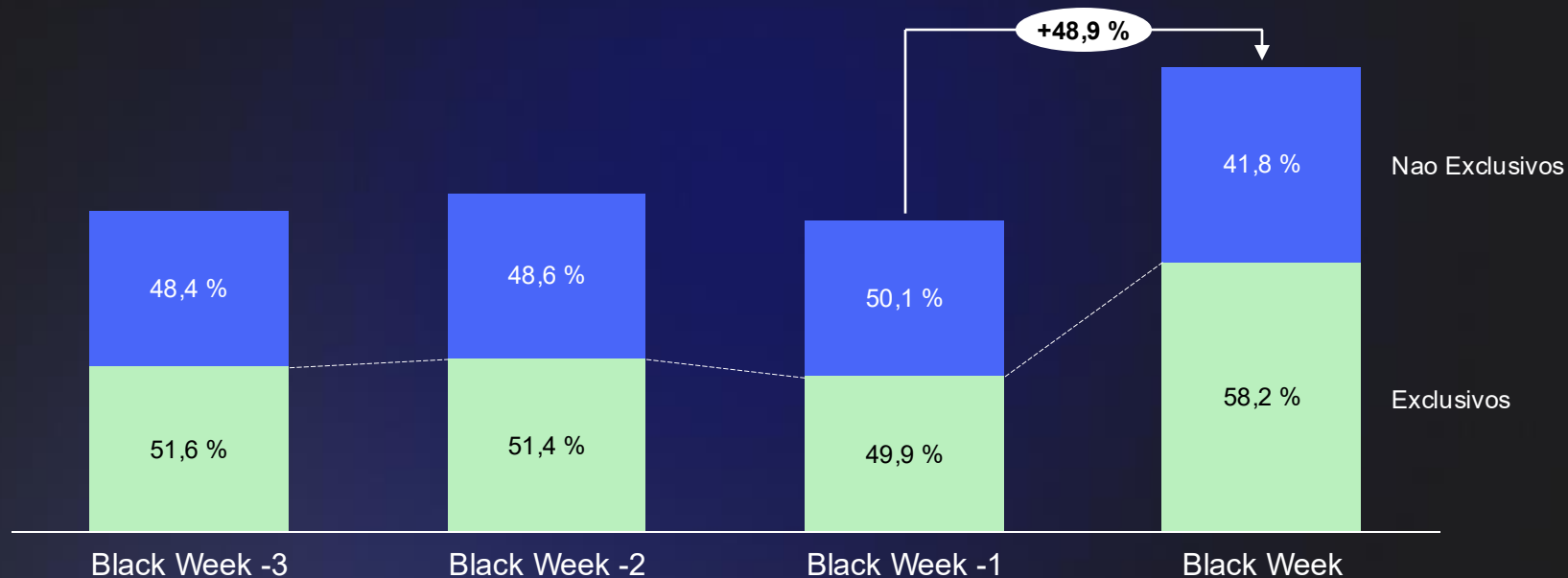
**32%**

crescimento no CTR usando as  
otimizações baseadas no  
dashboard de Black Friday Hora a  
Hora

# **Destiques de** **Perfil**



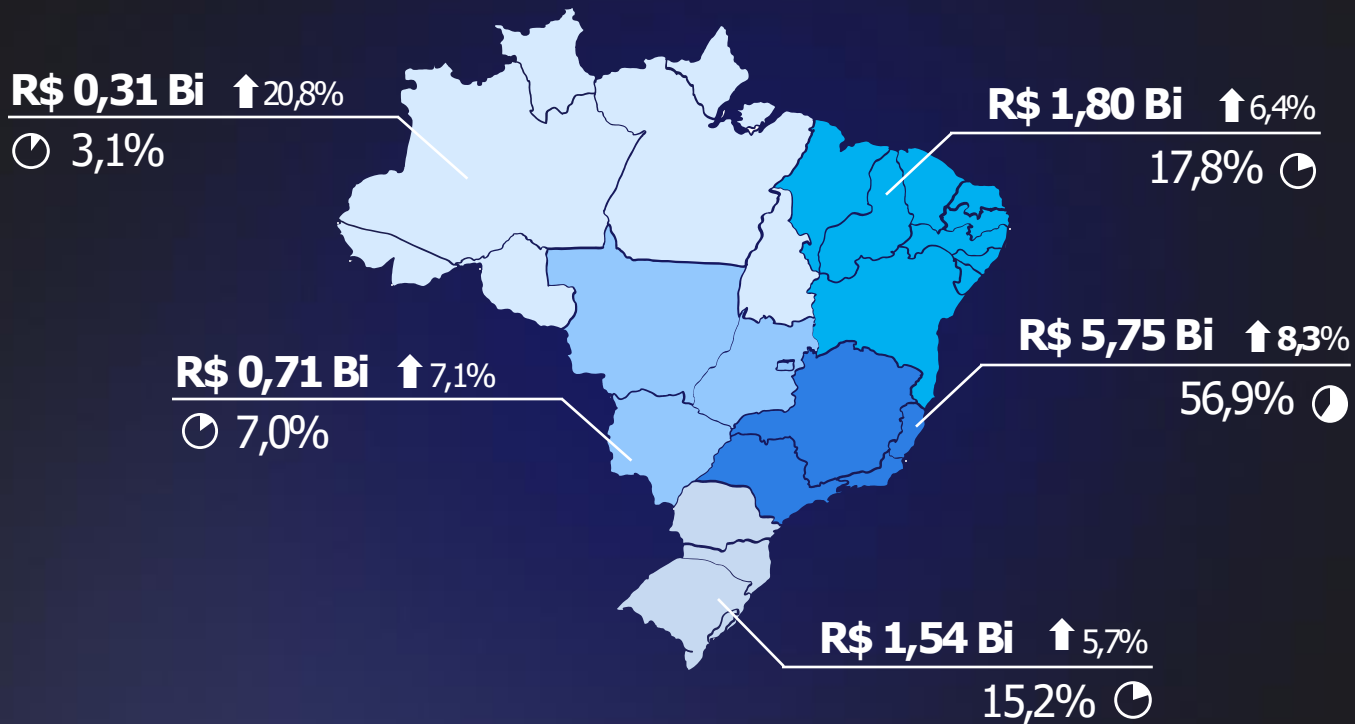
## Consumidores durante Novembro 2025





# Faturamento por Região

Black Friday

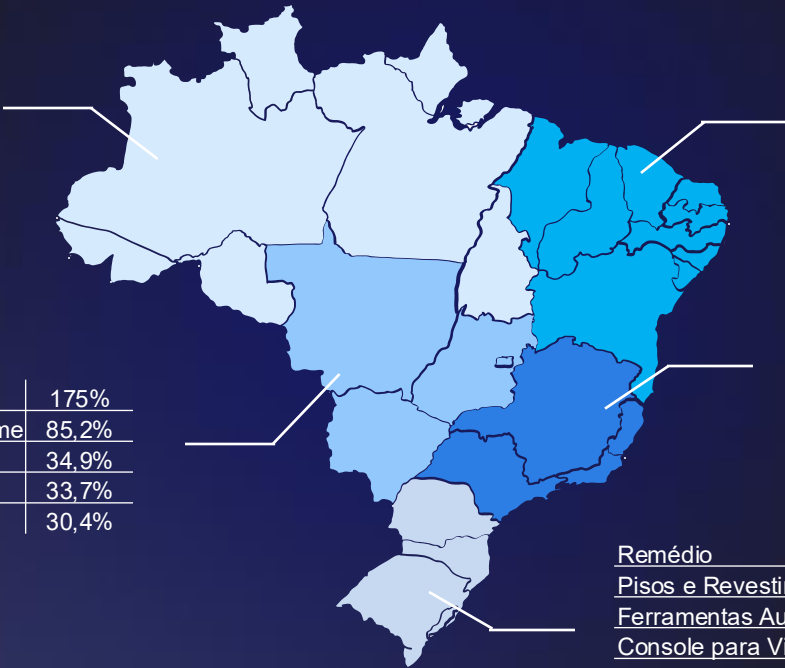


# Maior crescimento por Região

Black Friday 2024 x 2023

Ferramentas Automotivas	288%
Remédio	164%
Pneu	93,9%
Console para Videogame	65,0%
TV	46,4%

Remédio	175%
Console para Videogame	85,2%
Hardware	34,9%
Freezer	33,7%
Robô aspirador	30,4%



Piso e Revestimento	150%
Remédio	126%
Bebidas Alcoólicas	99,4%
Ferramentas Automotivas	93,2%
Console para Videogame	42,7%

Remédio	126%
Console para Videogame	67,5%
Hardware	35,7%
Bebidas alcoólicas	18,9%
Pneu	18,6%

Remédio	94,7%
Pisos e Revestimentos	92,4%
Ferramentas Automotivas	75,1%
Console para Videogame	55,4%
Freezer	42,0%

# Perfil dos Consumidores

Faturamento por gênero

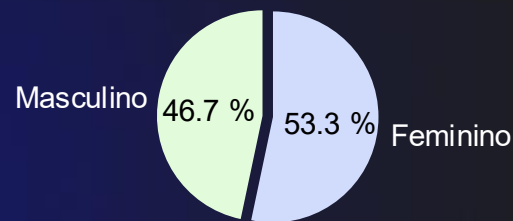
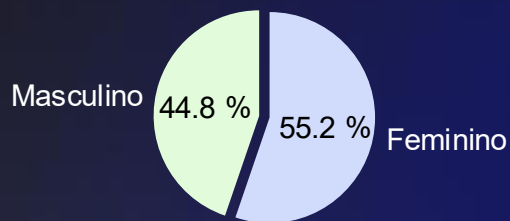
## Pré Black Friday

01/11 > 26/11

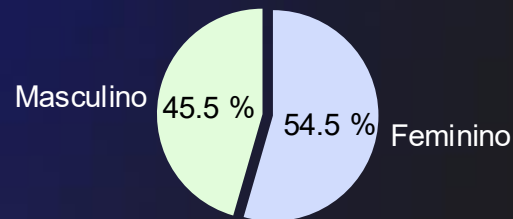
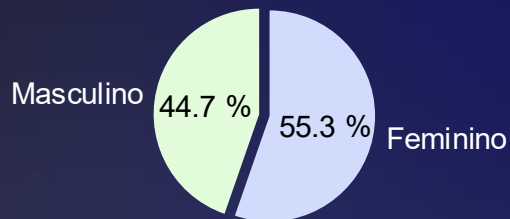
## Black Friday

quinta-feira > domingo

2024



2025



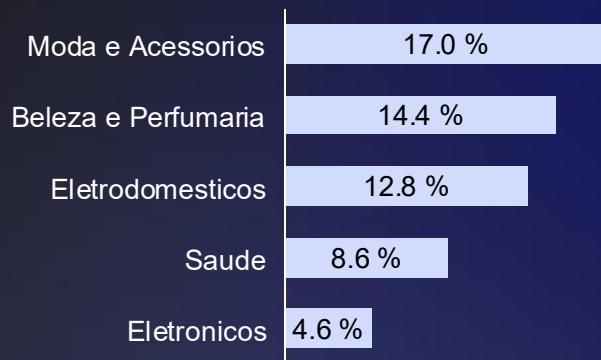
Público Feminino continua ganhando representatividade

# Perfil dos Consumidores

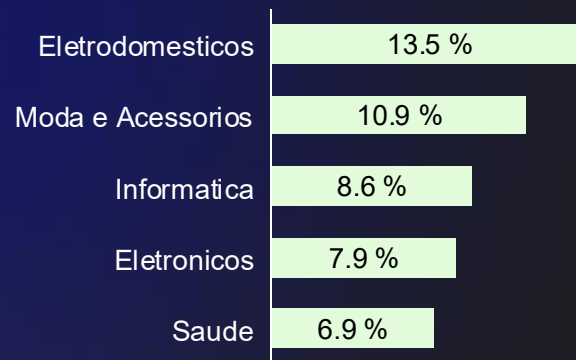
Distribuição do Faturamento por Categoria

## Black Friday 2025

### Feminino

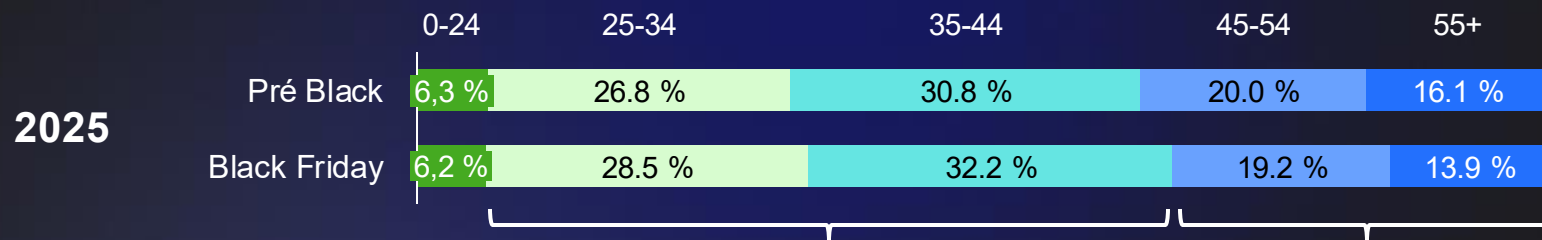
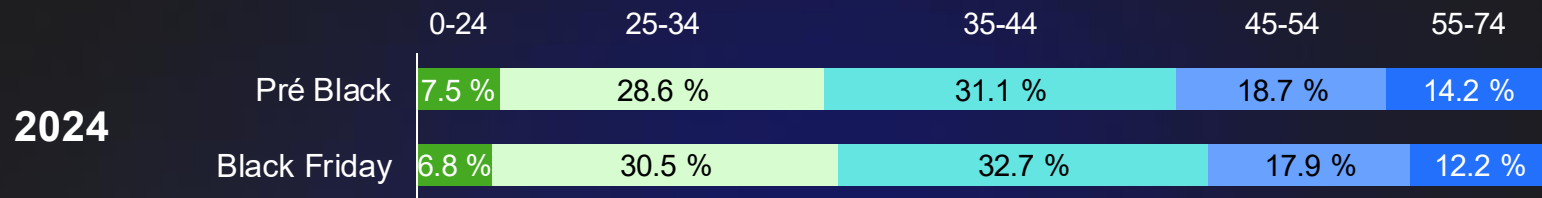


### Masculino



# Perfil dos Consumidores

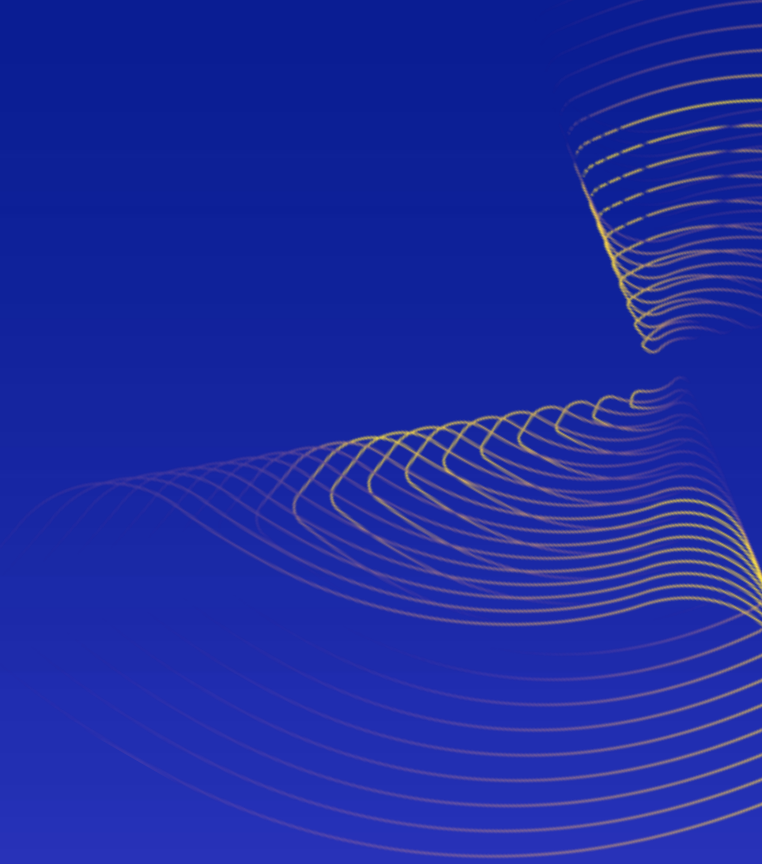
Faturamento por Faixas Etárias



Os consumidores de **25 até 44 anos** têm uma participação **mais alta** durante o período de **Black Friday**

**Aumento** da participação dos consumidores **45+** entre 2024 e 2025

**11.11**



**11.11.2025****VS****Black Friday 2025****R\$ 2,79 Bi**

Faturamento

**R\$ 4,81 Bi****8,06 Mi**

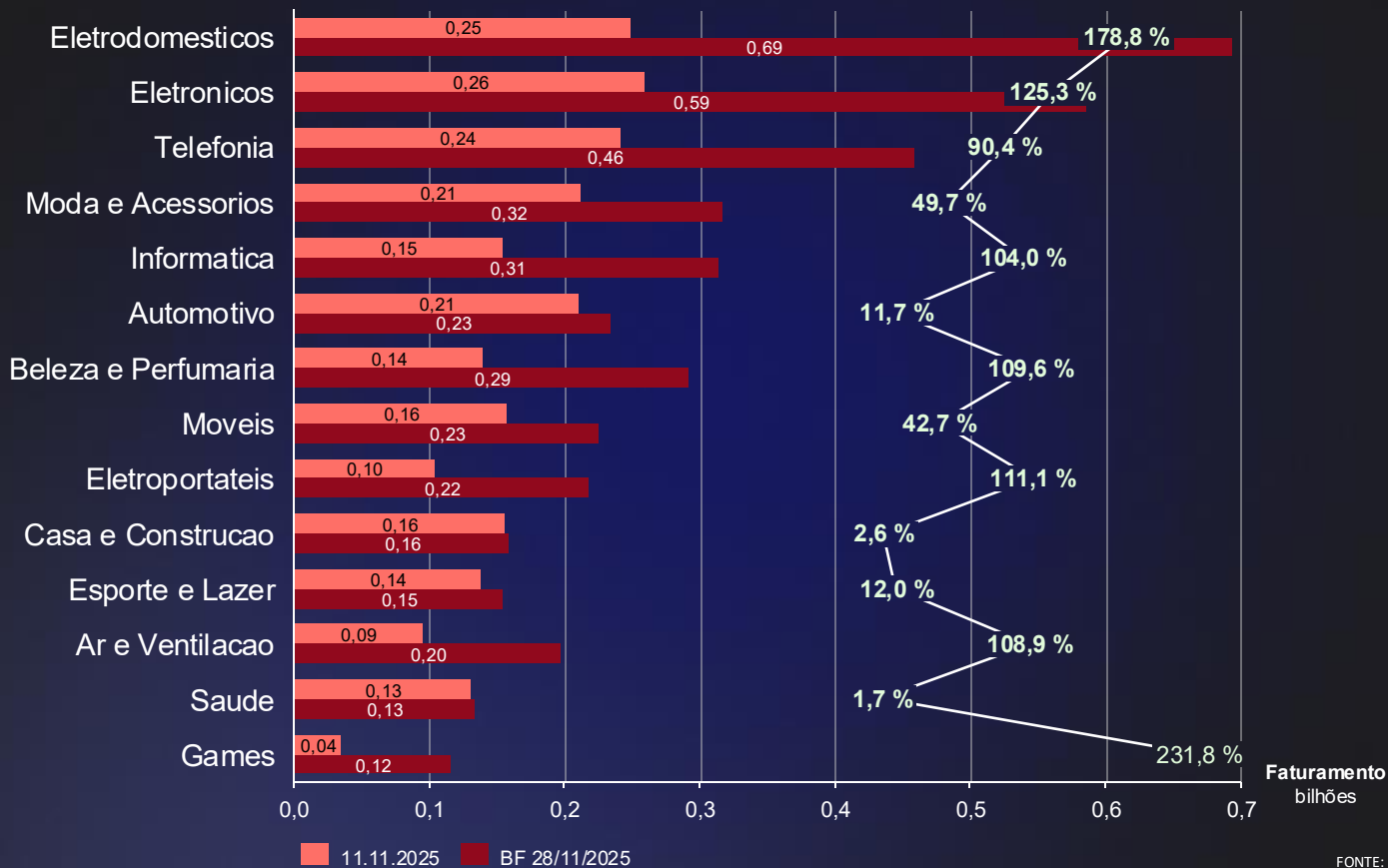
Pedidos

**8,69 Mi****R\$ 345**

Ticket Médio

**R\$ 553**

# 11.11.2025 v Black Friday 2025





**BLACK  
FRIDAY**



**HORA  
HORA**



**cønfí**

Realização:

**cønfí**

Apoio:



**LOGAN®**



**SAIBA MAIS SOBRE A  
PLATAFORMA NEOTRUST**



**Léo Bicalho**

E-mail [leo.bicalho@neotrust.com.vc](mailto:leo.bicalho@neotrust.com.vc)

Telefone: 11 99309-6876



**Francesco Simeone**

E-mail [fsimeone@logan.ai](mailto:fsimeone@logan.ai)

Telefone: 11 97585-0585