

Black FRIDAY

na  RECORD

Quando as melhores ofertas encontram
o poder do entretenimento

SETEMBRO/2026

Na **black friday**, todo mundo tem uma oferta

O desafio é ser lembrado.

Em um período marcado por milhares de estímulos e mensagens, conquistar a atenção do público e gerar relevância para a marca faz toda a diferença.



A data segue ganhando força no varejo

Um consumidor cada vez mais conectado impulsiona uma das principais datas de compra do ano.



Em 2025:

O varejo teve um faturamento de

R\$10.2BILHÕES

Mostrando alta de

7.8%

Em relação ao ano anterior

O e-commerce fechou com

R\$4.76BILHÕES

O melhor resultado desde 2021

O cartão de crédito seguiu como principal meio de pagamento



E o planejamento das compras começa muito antes

O consumidor pesquisa, compara e se prepara antes de decidir



82%

Das compras foram planejadas

74%

Monitoram preços antes



O público da RECORD já está de olho nas oportunidades

Uma audiência que planeja, espera o momento certo e tem potencial para transformar intenção em compra.



87%

Gastam em datas comemorativas

65%

Resistem em comprar um produto até que esteja em promoção

58%

Planejam bem as compras de produtos caros



O preço chama atenção,
mas a **confiança** ajuda a decidir

A TV alia alcance e credibilidade, sendo um dos meios mais eficazes para fortalecer marcas e informar sobre as oportunidades.



As escolhas dos consumidores revelam:

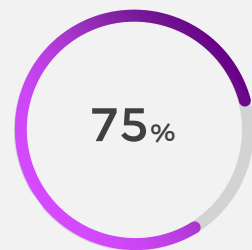
87% Dos brasileiros viram alguma propaganda da Black Friday



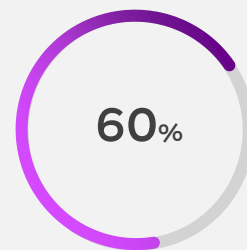
Da tela para o carrinho, um público que compra em diferentes categorias



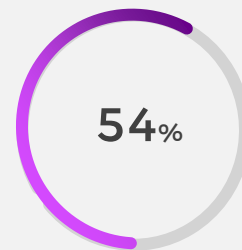
Rota de compra dos espectadores



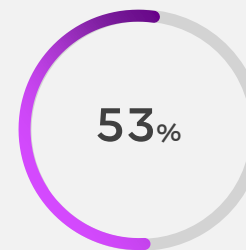
Compra de calçados,
artigos esportivos
e acessórios



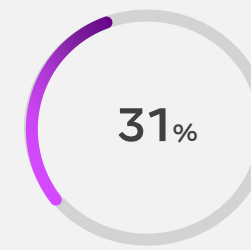
Super e
Hipermercado



E-commerce
Compra on-line



Redes de
farmácias



Lojas de
produtos de beleza

E com interesses que movimentam diferentes segmentos

82%

Sempre procuram novas ideias para melhorar a casa

Gostam de comprar novos aparelhos eletrodomésticos e de estar em dia com a tecnologia

75%

75%

Compraram calçados, artigos esportivos e acessórios

Compraram higiene, cosméticos e perfumes

43%



Sua marca no centro do conteúdo

Transformamos ofertas em conteúdo e marcas em parte do entretenimento, criando diferentes pontos de contato ao longo da jornada de compra.

Entretenimento + Lembrança + Conversão

Uma estratégia que
ganha escala em todo o
ecossistema RECORD



+213
MILHÕES

de pessoas com possibilidade de acesso aos
conteúdos que, independentemente da
plataforma, estão presentes em sua rotina diária.
(TV Linear, RecordPlus, Portal R7 e Redes Sociais)

(EDTV IBOPE – Ref. IBGE)

ACL

+52.6 BILHÕES
de views no YouTube
+ de 269 canais administrados

+93.9 MILHÕES
inscritos no YouTube

227 PERFIS
+308 MILHÕES
soma de seguidores das redes



+203 MILHÕES
espectadores alcançados na TV



+96.2 MILHÕES
usuários únicos por mês



recordplus

+17 MILHÕES
de pessoas na base em 2025

E uma presença que
já mostrou sua força
na black friday

+ de **105** milhões
de espectadores diferentes
alcançados na última black

A RECORD fala com quem decide as compras do lar



Na Black Friday de 2025, alcançamos **60%** destes espectadores

147 em afinidade

47% acima da média



No streaming, a data também ganha força

Em novembro de 2025, o **RecordPlus** ampliou a audiência e criou novas oportunidades de conexão com um público qualificado.

% Variação da Audiência *Nov 25 x Nov 24*

+76%

em usuários únicos

+62%

em vídeoviews

% Variação Poder do Público *Nov 25*

43%

tem renda média a partir de R\$ 2.824,01 mil

46%

deles tem score de crédito muito bom a partir de 700

48%

tem ensino médio e superior completo

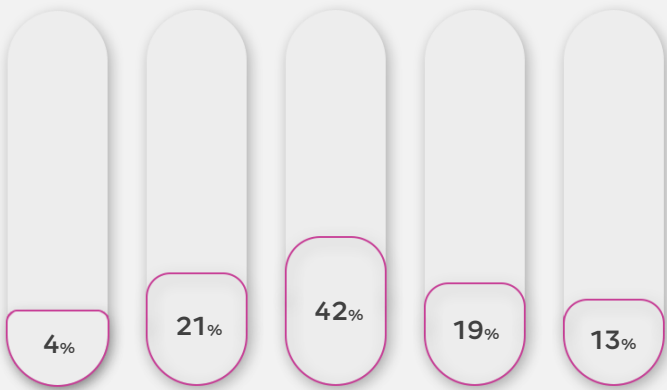
% Perfil *Nov 25*

42%
masculino



58%
feminino

Faixa etária



18 a 24 25 a 34 35 a 49 50 a 59 60+

Idade

No R7, conteúdo e escala ampliam essa conversa

Média 2026

+90.2MM

Usuários únicos mês

+342MM

Visualizações de páginas

+198MM

Visualizações de vídeos

Redes sociais



8,2milhões
de seguidores



13,4milhões
de seguidores



474mil
de seguidores



1 milhão
de seguidores



4.3milhões
de seguidores

E nas **redes**, a conversa continua



Conteúdo que amplia a presença das marcas e mantém a audiência conectada.

+527_{MM}

de visualizações/mês

+10.9_{MM}

de engajamentos/mês



Se a decisão de compra começa antes,
a **black friday** da marca
também precisa começar.



Guia



Com o compromisso de ser parceiro dos apaixonados por desconto, o projeto começa com **uma plataforma que guiará o consumidor em toda sua jornada de compra**, com reviews, dicas e listas feitas através de uma curadoria de **conteúdo do R7**.

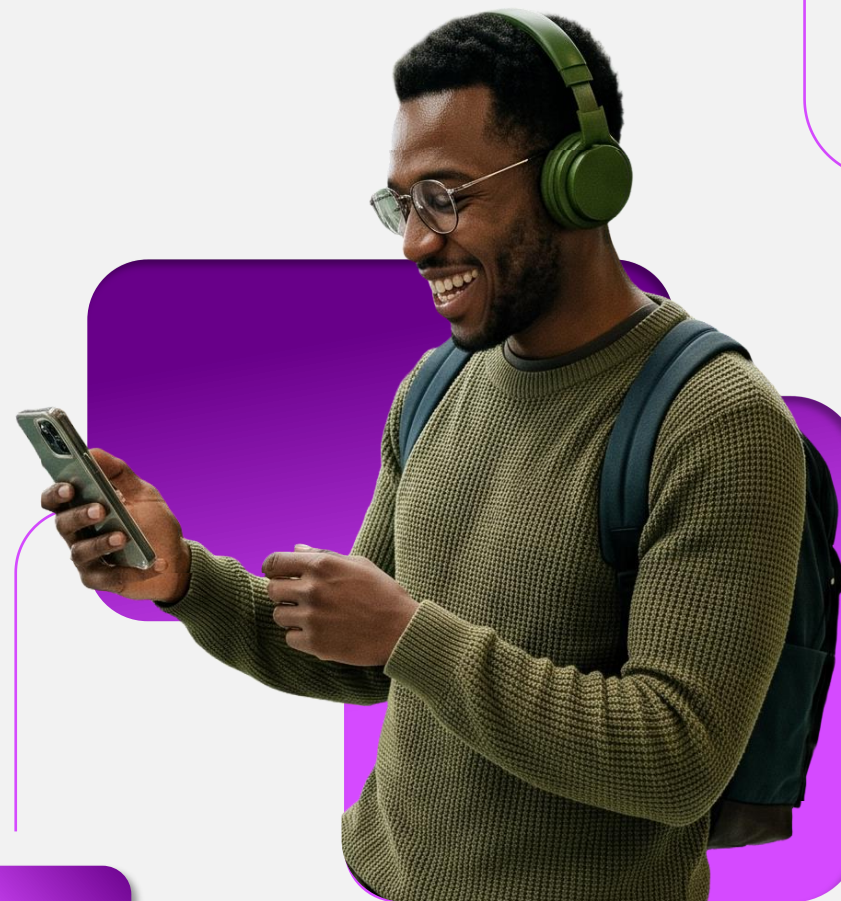


A Black Friday vira assunto na **programação da RECORD**

Os apresentadores, em seus respectivos programas, vão aquecer o assunto mostrando uma certa ansiedade pela data. Contarão ao público quais produtos ou serviços que pretendem comprar, dando spoilers de algumas ofertas e mostrando que a Black Friday pode ser o mês inteiro.

Nas redes sociais, vamos acompanhar essa busca pelos produtos e serviços com os apresentadores. Lá, eles farão reviews dos produtos que desejam, contextualizarão o uso do produto em suas vidas/rotinas e muito mais.

Cada apresentador terá seu próprio cupom de desconto e os produtos escolhidos de cada um podem estar relacionados à suas áreas de interesses conhecidos pelo público.



Plantão Black Friday

Na sexta-feira teremos um plantão de ofertas que vai invadir toda a programação da RECORD.

Direto dos estúdios da RECORD, em um espaço ambientado Black Friday, Felipe Andreoli e Rafa Brites farão diversas entradas nos breaks dos programas, trazendo aos espectadores as principais ofertas do dia e um QR Code com acesso a live.



Nas Redes Sociais

Além de amplificarmos os conteúdos nas redes sociais de hora em hora, podemos publicar dicas de compras nos canais do WhatsApp da RECORD e R7.



Especial



Nesta edição, as dinâmicas do jogo mudam e o palco se transforma em um verdadeiro festival de cupons, prêmios e ofertas.

Duas pessoas da plateia serão chamadas para jogar, por vez, em uma disputa, para ver quem conquista os prêmios das pegadas premiadas com os produtos do anunciante, cupons e valores em dinheiro.

Os produtos ganham destaque na tela e speech de Tom Cavalcante. Um QR Code para a promoção ficará disponível durante todo programa.

Mídia de Apoio Estratégica

Para potencializar a presença da marca durante a Black Friday, desenvolvemos uma entrega de mídia avulsa na programação da RECORD, ampliando a visibilidade da campanha e a conexão com um público qualificado ao longo de todo o período.

A mídia se estenderá até os dias subsequentes à data para promover a **Cyber Monday** (30 de Novembro).



Diária RECORD

Na sexta-feira (27/11),
promoveremos uma diária inteira
com **formatos exclusivos!**

São formatos diferenciados no conteúdo e no
break, distribuídos estrategicamente ao longo
do dia em nossa programação, proporcionando
maior ganho de frequência para o anunciante.



MÚLTIPLAS ENTREGAS

TV + DIGITAL

VINHETA DE SAÍDA
DE BLOCO
POP-UP
TARJA INTERATIVA
AÇÃO COMERCIAL
BREAK EXCLUSIVO
COMERCIAL
DIÁRIA TRIPLA
DESTAQUE EDITORIAL NA HOME
PRÉ-ROLL E PÓS-ROLL
PUBLIEDITORIAL + PUBLIPOST
PACOTE DE STORIES

Nossas estratégias de segmentação para resultados reais

Momento Estratégico

Escolha o melhor momento para falar com seu público (dia e horário)

Marketplace de Dados

Conectado a grandes provedores de dados

Multiplataformas

Mostre sua mídia de forma diferente em meios diferentes (celular, computador, TV)

Contexto

Conecte sua mídia dentro de contextos específicos para seus clientes



A maior semana de ofertas invade A Fazenda

Durante a semana da Black Friday, A Fazenda ganha uma experiência gamificada, conectando entretenimento, prêmios e benefícios reais. A cada dia, **uma nova dinâmica distribui pontos aos peões**, que poderão acumular para trocar por benefícios dentro do jogo, como gravar vídeo para familiares, envio de conteúdos para as redes sociais e trocar por produtos da marca em oferta.

Participação do Público

Ao final de cada episódio, Adriane Galisteu libera um QR Code exclusivo, direcionando a audiência para o aplicativo ou site da marca.

Dentro da plataforma, os usuários realizam cadastro, sejam ou não clientes, e desbloqueiam ofertas exclusivas de A Fazenda.

Hub

Durante toda a semana, um espaço do anunciante é instalado dentro da sede, tornando-se o ponto de encontro das ativações da marca.

Os pontos poderão ser utilizados ou guardados para conquistar recompensas ainda maiores através de um totem envelopado da marca.

No 24 horas, dentro do RecordPlus, teremos inserções de mídia com QR Code para a plataforma da marca.



A FAZENDA 18

A semana

Segunda-feira

Começou a Black

Adriane Galisteu anuncia a chegada da Semana Black Friday. Os peões conhecem o Espaço ambientado com um buffet de boas-vindas e descobrem as dinâmicas.

Ao final do programa, o primeiro QR Code aparece na tela convidando o público a acessar o aplicativo da campanha e iniciar sua própria jornada de benefícios.

Quarta-feira

Prova do Fazendeiro

A tradicional Prova do Fazendeiro recebe identidade da Black Friday. Além da disputa pela liderança, os participantes também concorrem a um grande bônus de pontos, tornando a prova ainda mais estratégica.

Sexta-feira

Festa Black Friday

A festa da semana ganha ambientação de Black Friday do anunciante.

Experiências como karaokê e outras distribuídas pelo ambiente permitem que os peões conquistem pontos extras durante toda a noite e os utilizem como quiserem, encerrando a participação da marca.

Terça-feira

Game Challenge

Uma dinâmica inspirada em jogos que disputam entre equipes será elaborada para a marca dentro do ambiente Black Friday, valendo pontos aos vencedores.

Quinta-feira

Desafio Conexão

Uma dinâmica rápida e descontraída coloca os participantes em atividades de habilidade, como acertar bolas nas cestas, desafios de precisão ou circuitos interativos.

A FAZENDA 18

Live do Eliminado na Black Friday

Às **Sextas feiras**, o R7 recebe o peão eliminado da semana. Durante a Black Friday, a live ganha uma abertura especial, antecipando a transmissão com um quadro dedicado às últimas ofertas da data. Cristina Rocha, no digital, comanda uma dinâmica descontraída entre o eliminado e os produtos do anunciante, apresentados e integrados ao conteúdo diretamente do nosso estúdio.



A FAZENDA 18

Da consideração à conversão

a **RECORD** acompanha o
consumidor durante
toda a jornada.





Quando as marcas
caminham com a gente,
o impacto vai além da tela.