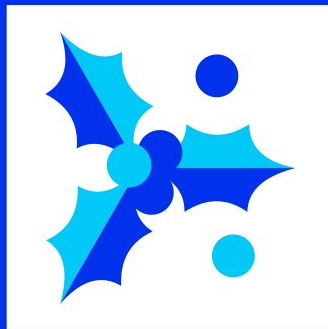
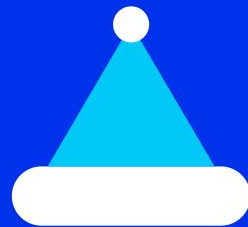
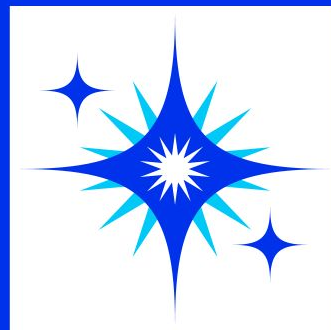


Natal

✧ 2025 ✧



Dados de Mercado

O Natal não é apenas uma celebração, é um marco significativo para os anunciantes de mídia. **Em 2024, o período natalino se destacou como um dos momentos mais impactantes para campanhas publicitárias, com um crescimento de 15% nas despesas de mídia comparado ao ano anterior (Fonte: eMarketer).** As pesquisas mostram que 72% dos consumidores estão mais propensos a fazer compras durante o período festivo, e 63% afirmam que estão dispostos a gastar mais com promoções e ofertas especiais (Fonte: Nielsen).

Este é o momento ideal para acompanhar a jornada do consumidor de perto e maximizar o impacto das suas campanhas. Nossas soluções de mídia mobile são projetadas para ajudar marcas a entenderem e atingirem seu público-alvo com precisão.

Segundo a CNDL, 81% pretendem presentear outras pessoas e/ou a si mesmo no Natal.

Confira o projeto e descubra como podemos potencializar seus resultados nesta temporada!



Dados de Mercado



Aumento dos Gastos com Publicidade Digital:

Em 2024, os investimentos em publicidade digital no Brasil cresceram 18% em comparação com o ano anterior, totalizando aproximadamente R\$ 50 bilhões. Esse aumento reflete o crescente valor atribuído ao ambiente digital, especialmente durante a temporada de Natal (Fonte: IAB Brasil).



Investimentos em Anúncios de Natal:

Durante o período natalino, os anunciantes aumentaram seus gastos com campanhas digitais em 20%, com uma forte ênfase em redes sociais e marketing de busca. Isso demonstra a eficácia das campanhas digitais para engajar consumidores e maximizar o retorno sobre o investimento (Fonte: Zenith).



Taxa de Engajamento com Anúncios Natalinos:

Anúncios que destacam promoções e ofertas especiais durante o Natal têm uma taxa de engajamento 30% maior em comparação com anúncios padrão. Isso indica que as campanhas temáticas são mais eficazes em capturar a atenção e gerar interações (Fonte: Nielsen Brasil).



Dados de Mercado



Impacto das Ofertas Especiais:

Campanhas que oferecem descontos e ofertas exclusivas para o Natal têm uma conversão 25% maior do que campanhas que não incluem promoções sazonais. O uso de estratégias como retargeting e anúncios personalizados durante o período de festas também demonstrou um aumento significativo nas taxas de conversão (Fonte: Socialbakers).



Preferência por Compras Online:

Aproximadamente 70% dos brasileiros preferiram fazer suas compras de Natal online em 2024, com um aumento de 15% em relação ao ano anterior. Essa tendência destaca a importância de estratégias de mídia digital para alcançar consumidores que estão cada vez mais inclinados a comprar pela internet (Fonte: Ebit/Nielsen).



Impacto das Estratégias de Segmentação:

A segmentação avançada permitiu que campanhas de Natal fossem direcionadas com precisão, aumentando a relevância dos anúncios e melhorando o retorno sobre o investimento. Em 2024, as campanhas segmentadas por dados demográficos e comportamentais resultaram em um aumento de 35% na eficácia dos anúncios em comparação com campanhas não segmentadas (Fonte: Google Brasil).



Dados de Mercado



Preferência de compra no Natal



Jovens devem presentear mais: Dentro do recorte por faixa etária, 78% da população mais jovem (18-24) dizem ter a intenção de comprar presente neste Natal. Em seguida estão as pessoas com idade entre 25 e 44 anos (72%), entre 35 e 44 anos (64%), entre 45 e 59 anos (60%) e com mais de 60 anos (48%).

Dados de Mercado



Onde você pretende comprar os presentes de Natal desse ano?



E não são só as compras...

52% pretendem pesquisar preços e/ou informações sobre os produtos em **AMBOS OS CANAIS** antes de realizar a compra;

59% gostam da opção de **comprar o produto pela Internet e retirar na loja física**;

72% gostam da opção de **comprar o produto na loja física e receber em casa**.



Dados de Mercado

Com qual antecedência você pretende fazer as compras de presentes de Natal desse ano?

Loja online Loja física

Já fiz as minhas compras

6%

5%

Aproximadamente um mês
antes

42%

31%

Aproximadamente 15 dias
antes

26%

30%

Provavelmente na semana do
Natal

10%

16%

No próprio domingo de Natal

1%

2%

Por enquanto não pretendo
antecipar minhas compras

15%

16%

Principais termos



Principais sites/apps





Cota

Árvore de Natal

✦ R\$30.000,00 ✦

 PL

Store Visit

Impactar usuários do target com o objetivo de influenciar e mensurar visitas nos pontos de venda do anunciante.



Display

Praça: Definida pelo anunciante

Investimento: R\$15.000,00

Modelo de Compra: CPM

Preço CPM: R\$22,00

Estimativa de Entrega: 681.818 (impressões)



Áudio Ads

Impactar usuários do target que mencionarem palavras e frases do universo da campanha próximo ao mobile.



Display

Praça: Definida pelo anunciante

Investimento: R\$15.000,00

Modelo de Compra: CPM

Preço CPM: R\$22,00

Estimativa de Entrega: 681.818 (impressões)



Cota

Presentes de Natal

✦ R\$60.000,00 ✦ ✦



Áudio Ads

Impactar usuários do target que mencionarem palavras e frases do universo da campanha próximo ao mobile.



Display

Praça: Definida pelo anunciante

Investimento: R\$20.000,00

Modelo de Compra: CPC

Preço CPC: R\$1,00

Estimativa de Entrega: 20.000 (cliques)



Search Target

Impactar usuários do target que pesquisarem palavras e frases do universo da campanha em qualquer lupa do mobile.



Vídeo

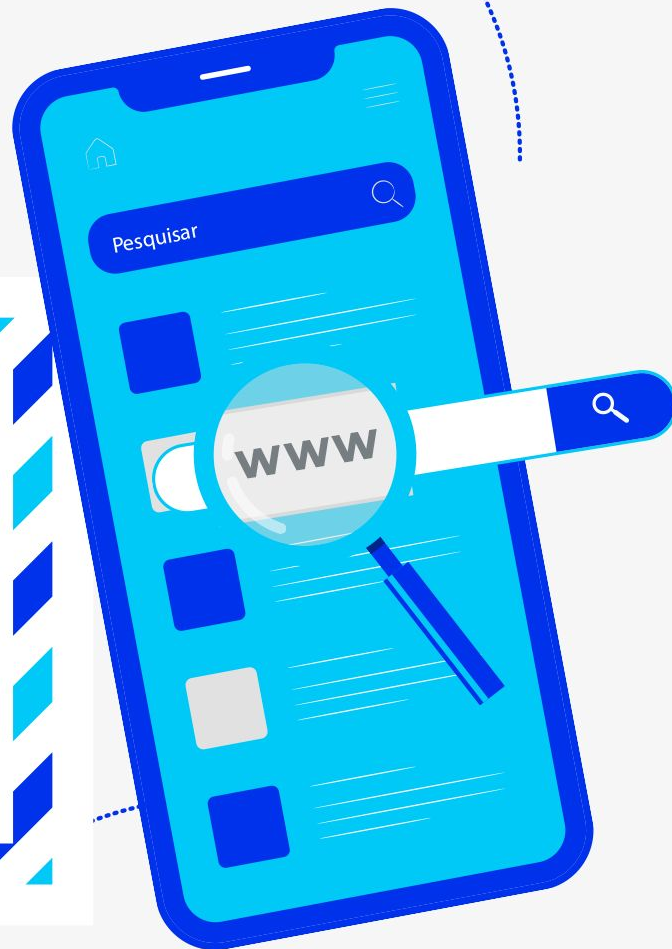
Praça: Definida pelo anunciante

Investimento: R\$20.000,00

Modelo de Compra: CPV

Preço CPV: R\$0,25

Estimativa de Entrega: 80.000 (complete views)



Contextual

Impactar o target que estiver navegando em páginas, editoriais e matérias com termos relacionados a data.



Native

Praça: Definida pelo anunciante

Investimento: R\$20.000,00

Modelo de Compra: CPM

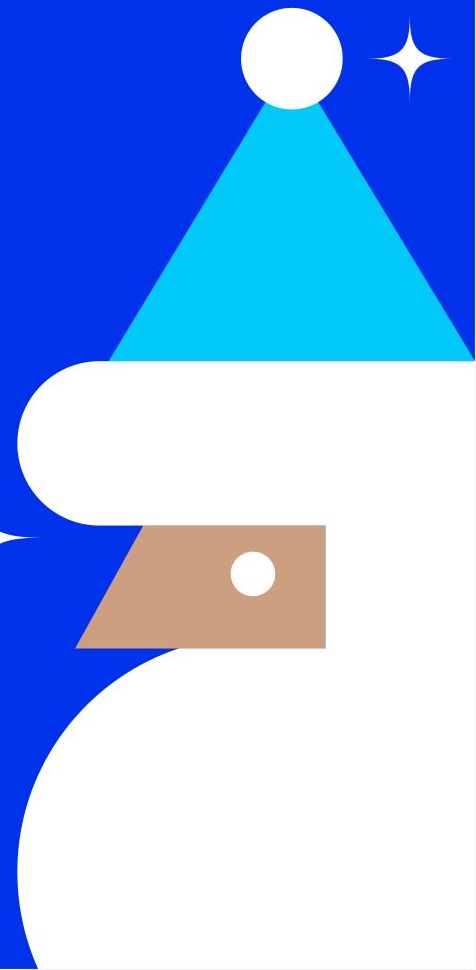
Preço CPM: R\$18,00

Estimativa de Entrega: 1.111.111 (impressões)



Cota Papai Noel

✦ R\$120.000,00 ✦



Áudio Ads

Impactar usuários do target que mencionarem palavras e frases do universo da campanha próximo ao mobile.



Display

Praça: Definida pelo anunciante

Investimento: R\$30.000,00

Modelo de Compra: CPC

Preço CPC: R\$0,90

Estimativa de Entrega: 33.333 (cliques)



Search Target

Impactar usuários do target que pesquisarem palavras e frases do universo da campanha em qualquer lupa do mobile.



Vídeo

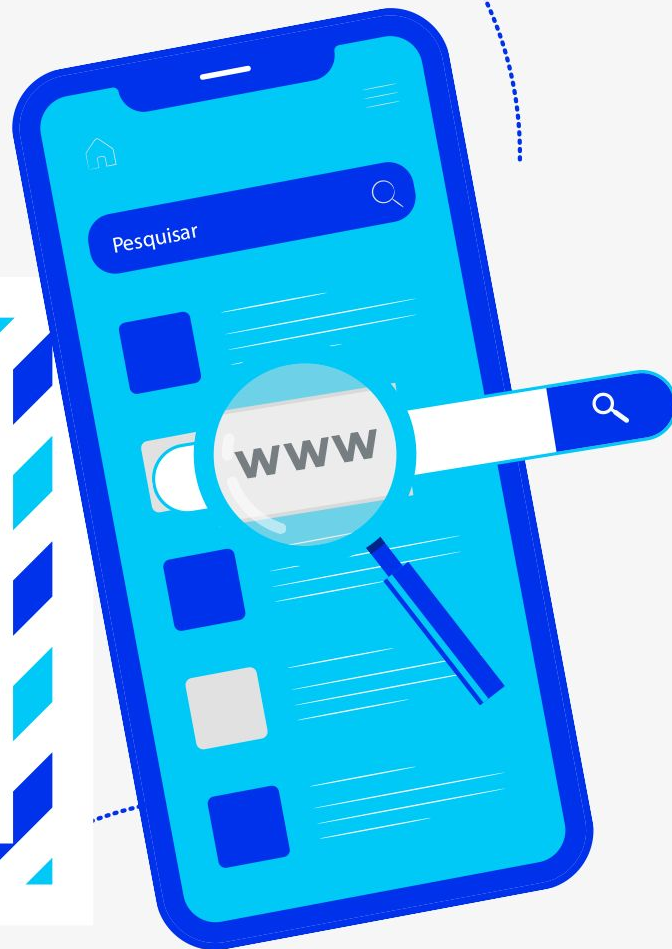
Praça: Definida pelo anunciante

Investimento: R\$30.000,00

Modelo de Compra: CPV

Preço CPV: R\$0,25

Estimativa de Entrega: 120.000 (complete views)



TV Sync

Sincronizar anúncios de TV com mídia mobile somente para usuários do target.



Rich Media

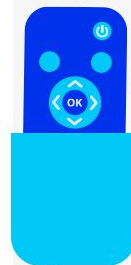
Praça: Definida pelo anunciante

Investimento: R\$30.000,00

Modelo de Compra: CPM

Preço CPM: R\$48,00

Estimativa de Entrega: 625.00 (impressões)



App Behavior

Impactar usuários do target que acessarem sites e aplicativos de interesse do anunciante, de forma a apropriar-se das respectivas audiências.



Native

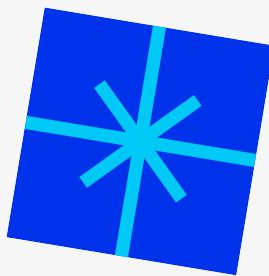
Praça: Definida pelo anunciante

Investimento: R\$30.000,00

Modelo de Compra: CPM

Preço CPM: R\$12,00

Estimativa de Entrega: 2.500.000 (impressões)



Fontes

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/search/busca-natal-cpg/>

<https://gente.globo.com/infografico-preparativos-para-o-natal-2023/>

<https://www.ebit.com.br/>

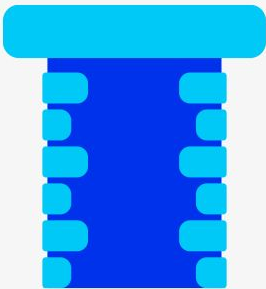
https://emplifi.io/?utm_source=socialbakers.com

<https://www.zenithmedia.com/>

<https://iabbrasil.com.br/>

<https://materiais.cndl.org.br/intencao-de-compras-para-o-natal-2023>

<https://mindminers.com/blog/comportamento-de-compra-natal-2023/>



Contato



OPL Digital

Site: www.opldigital.com

Telefone: +55 (11) 2528 - 9201

Whatsapp: +55 (11) 5041 - 6971

Endereço: Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini, 105
Itaim - São Paulo

Email Comercial: comercial@opldigital.com

