Black Friday



Mais estratégia.
Mais precisão.
Impacto real.

terra Ads

2026

A Black Friday deixou de ser uma batalha de descontos para virar **uma corrida por atenção**



Aqui sua marca acompanha a **jornada completa** do consumidor.

Estratégia

Identificamos quem é o usuário ideal para sua marca através de dados first-party

Precisão

Mapeamos o comportamento desse público em diversas esferas quali & quanti.

Impacto real

Criamos campanhas 100% customizadas, com eficiência e resultado.



Um universo de soluções guiadas por **dados first-party.**

Sua marca em contato com **119 MM** de pessoas



* Fonte dos dados: Comscore – Audiência Duplicada + Dados Internos Vivo | Abril 2026

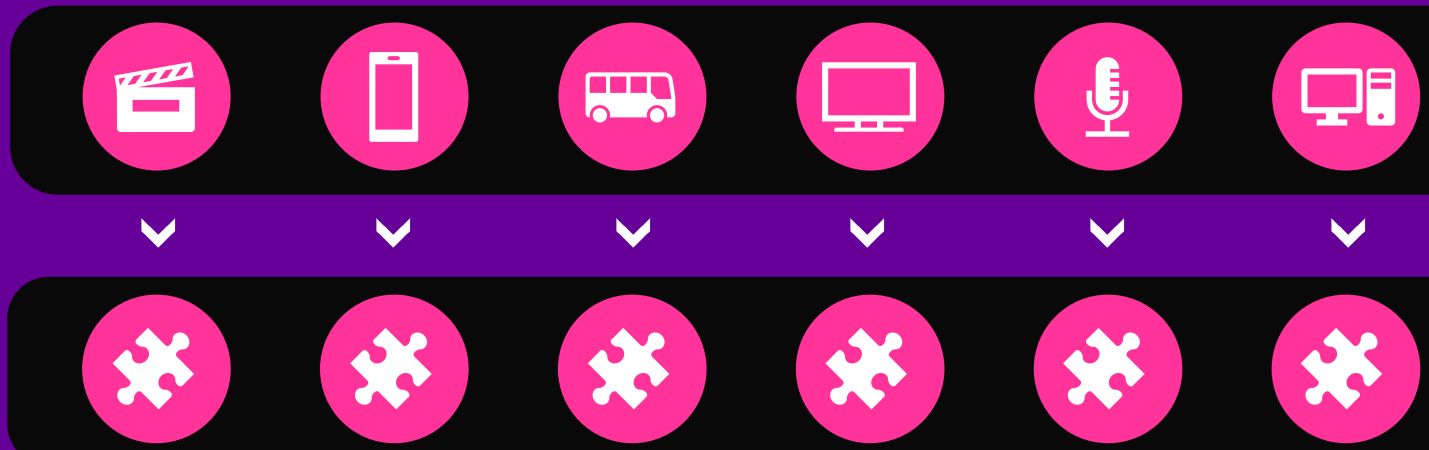
terra Ads

O Brasil tem as maiores taxas de tráfego inválido (IVT) da América Latina:

Em campanhas comuns, 41% das impressões são desperdiçadas*

Cada ponta da jornada do consumidor gera um relatório, com diferentes KPIs e sem controle de quantas vezes ou em qual momento o usuário único foi impactado por sua mensagem.

Estratégia comum:



Jornada fragmentada, sem controle de frequência real

=

Relatórios desconectados e dados baseados em cookies

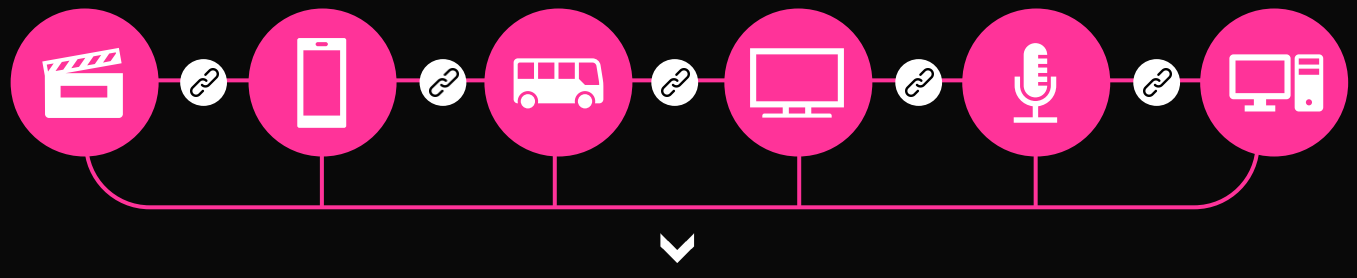
*Pixalate. | Tráfego inválido é o termo técnico que engloba bots, cliques automatizados, domain spoofing, ad stacking e outras formas de simular audiência legítima sem entregar valor real ao anunciante.

Cookies expiram. Nossos dados, não ;)

Aqui a sua campanha é pensada por público e não só por canal.

Informações de navegação e comportamento baseadas em dados first-party, declarados e atualizados que geram **+32% de crescimento nos resultados dos principais KPIs**

Estratégia Vivo Ads Track:



Relatório unificado, com visão 360 sobre os resultados da sua campanha.

Jornada única, com controle de frequência e sem duplicação de usuários.

Sua marca onde o seu público realmente está, sem suposição.

CASE Varejo

A CAMPANHA

Entre Janeiro e Junho de 2026, realizamos a estratégia de mídia Always ON que uniu branding, audiência qualificada e performance para um dos maiores marketplaces do país*.

PÚBLICO-ALVO

CRUZAMENTO DE BASE: realizamos a identificação dos clientes do marketplace com dados proprietários Terra e Vivo Ads.

PONTO DE VENDA: mapeamento e monitoramento dos usuários que estiveram nos PDVs da marca..

GROWTH APP: identificamos os usuários com os APPs do marketplace ou dos concorrentes instalados

213 milhões de impactos totais

Vivo Ads Track entregou 17MM de impactos com **2,15% de CTR;**

Mídia Engajamento para o app teve **5% de CTR e 99% de VA;**

Mapeamento de 14,7MM de clientes no PDV com **2% de CTR;**

RELATÓRIO COM INSIGHTS PRECIOSOS

- Gênero;
- Classe Social;
- Região;
- Idade;
- Conteúdos mais consumidos;
- Interesses gerais e Persona;
- Insights e aprendizados com pontos fortes e recomendações de formatos de mídia.

* Ocultamos a identificação da empresa visando preservar a privacidade do parceiro.

Se **compra na Black,** passou aqui!

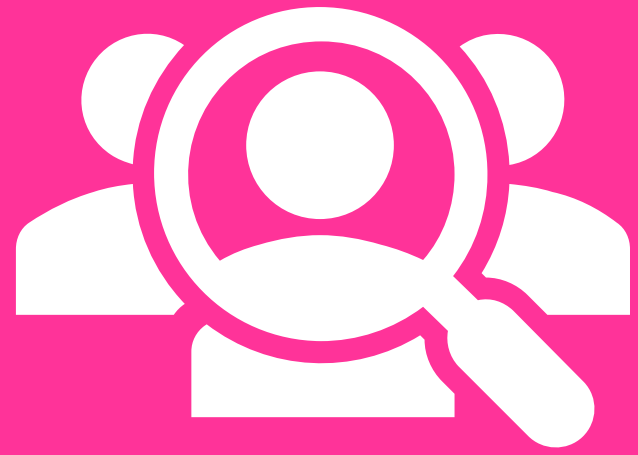
Somos o maior data-lake da América Latina: Nossos milhões de usuários declaram e atualizam de maneira recorrente informações demográficas, comportamentais e de navegação.

- ✓ Dados próprios, captados e tratados por aqui;
- ✓ Informações anonimizadas;
- ✓ Enriquecidas com fontes internas e externas.





A seguir, a estratégia de Black Friday que fala com o seu público



Sem segmentações genéricas. O projeto inicia com a criação de um **cluster exclusivo para sua marca**, baseado em **dados first-party** de milhões de usuários Terra & Vivo Ads:

DEMOGRAFIA

Dados como idade, gênero, classe social etc

COMPORTAMENTO

Informações relacionadas a consumo, identidade etc

NAVEGAÇÃO

O que buscam na internet, conteúdos e apps instalados

GEOLOCALIZAÇÃO

Por onde andam, com informações declaradas real time

SUA BASE DE DADOS

Lookalike da sua base de CRM com a nossa base de dados

ESTRATÉGIA DE INFLUÊNCIA

Se organizar direitinho, **todo mundo compra**

Vamos ajudar nossa audiencia a se organizar financeiramente para realizar sonhos de consumo na Black Friday. Sua marca vai oferecer uma série de carrosséis com dicas e posts no feed com frases bem-humoradas sobre o período.

O canal aborda assuntos sobre economia e finanças pessoais no Instagram, e é pensado para existir e navegar no ambiente social, visando estabelecer com o público **um diálogo fluido e descomplicado sobre dinheiro**.

MEU PÉ-DE-MEIA



NOSSA COMUNIDADE

- **+257 Mil** seguidores
- **5,85%** crescimento médio /mês
- **+6,6 MM** content views /mês

QUEM JÁ PATROCINOU

oBOTICÁRIO · GOL · 99 · Contabilizei. · Sicredi · Consórcio Embracon

***Seguidores:** 2/7/2026 | **Dados demográficos:** Junho de 2026 | **Demais informações:** Média entre os meses de Janeiro a Junho 2026.

Mood do perfil





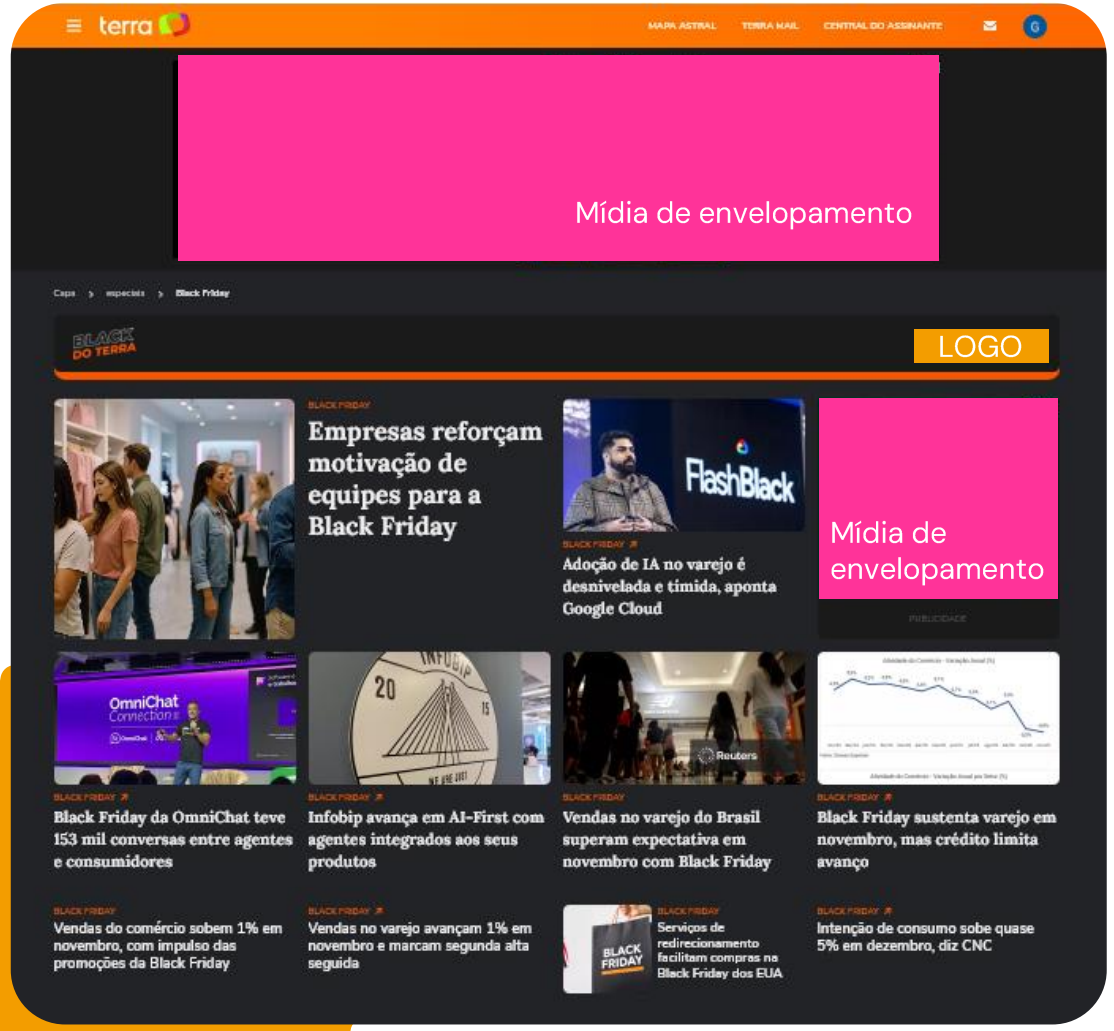


SUA MARCA ASSOCIADA À BLACK FRIDAY DURANTE TODO O PERÍODO

O **canal da Black Friday no Terra** posiciona sua marca no contexto certo

Nosso canal editorial reúne centenas de matérias sobre notícias, promoções, dicas, listas e muito mais. Tudo o que a audiência precisa saber sobre a Black Friday está aqui.

Sua marca participa da editoria através de logo no topo da página + envelopamento de mídia exclusivo para marcas patrocinadoras do projeto durante o período.



Impacto de mídia em **novembro**

VITRINE DE OFERTAS

O formato de mídia em **carrossel com exposição de produtos** da sua marca, segmentado para o público com maior intenção de compra.



HOME DO TERRA: DIÁRIAS + CONTAGEM REGRESSIVA

Durante o mês de Novembro, teremos uma contagem regressiva na Home e as diárias mais estratégicas serão bloqueadas para patrocinadores do projeto
(a definir em conjunto com a marca*)

Temos a 2ª homepage mais acessada no país.

EXPANSÃO COM VIVO ADS TRACK DISPLAY + VOD

Sua campanha de **mídia display e vídeo em toda a internet**, dentro e fora dos nossos canais, com foco no perfil de público que melhor performa nos KPIs prioritários da marca..

*exceto dias 27 e 30 de novembro.

Impacto de mídia no **dia "D"**

DISPARO DE MENSAGERIA TIMING + GEOLOCALIZAÇÃO

Entre os dias **23 a 30 de novembro** a estratégia de mensageria combina o disparo para pessoas que passarem perto do PDV, com mensagens programadas em horários específicos, lembrando dos descontos e levando ao e-commerce.

BLAST COM VIVO ADS TRACK EM TODA A INTERNET.

Durante os dias 27 e 30 de novembro, todos os formatos do Terra serão envelopados pelas marcas patrocinadoras do projeto. A campanha será expandida para o público da marca em toda a internet brasileira com Ads Track Display.

Boost your experience

Jornadas adicionais para
desafios específicos



DO DIGITAL ATÉ O PDV
(EXCLUSIVO PARA PRODUTOS DISPONÍVEIS EM GÔNDOLAS DE SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS)

Retail Media

Nós identificamos e acompanhamos os usuários que interagem com a sua campanha no Terra e/ou Vivo Ads. Sabemos quando ele vai ao PDV e consome um item da sua marca, possibilitando mais análise, estratégia e eficiência!

- Identificação do comportamento de compra no varejo físico;
- Conexão com consumidores, impulsionando vendas em supermercados, hipermercados e atacarejos;
- Resultados mensuráveis com análise até o PDV.

***Jornada à parte.**
Consulte para mais informações.



CASE CPG

Retail Media

OBJETIVO

Entre Janeiro e Abril de 2026, analisamos o comportamento de compra de Lava Roupas Líquidos*.

INFORMAÇÕES ANALISADAS

PERFORMANCE DE VENDAS:

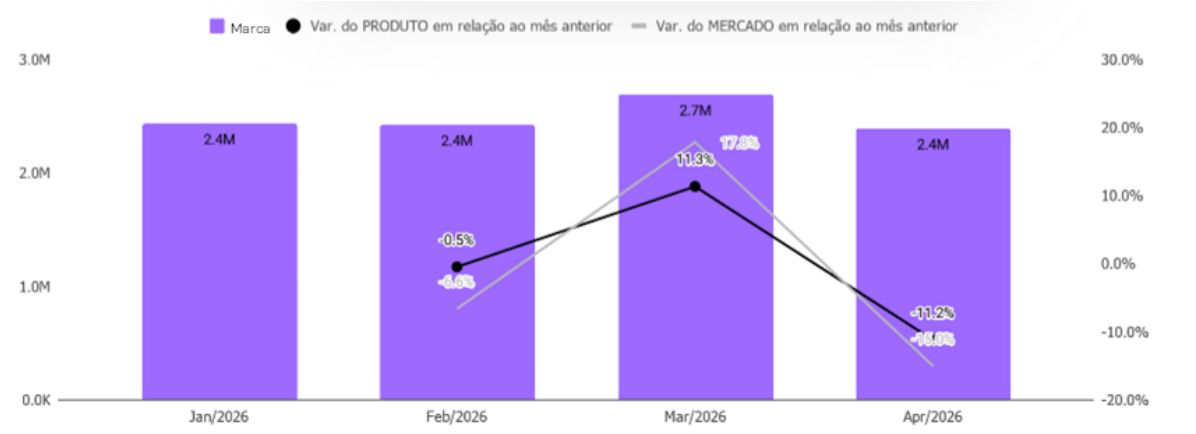
- Incremento da venda;
- Incidência da marca vs mercado;
- Market Share.

CESTA DE COMPRAS:

- Comparativo shopper da marca vs categoria;
- Itens da marca mais comprados;
- Missões de compra.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DOS SHOPPERS DO PRODUTO-ALVO EM COMPARAÇÃO COM A CATEGORIA.

123.428 CPFs **404.732 Notas Fiscais** **439.355 estabelecimentos**





Tipo de cesta	Definição
Emergência	Até 4 itens
Conveniência	De 5 a 11 itens
Reposição	De 12 a 25 itens
Abastecimento	Acima de 25 itens

* Ocultamos a identificação da empresa visando preservar a privacidade do parceiro.

MENSURAÇÃO DA SUA CAMPANHA COMPLETA

Brand Lift Preview

Nossa solução de mensuração aplicada para sua campanha inteira, com impacto em Digital, TV, OOH, Rádio, Jornal e Social Media, com grupos selecionados previamente, sem usp de pixel ou cookies.

+ MEDIÇÃO DE ATENÇÃO, SCORES DE INTERESSE E MUITO MAIS.

***Contratação à parte.**
Consulte para mais informações.



ESTRATÉGIA 360

Reimpacto até o Natal

Após o fim da Black Friday, continuamos a conversa com o público que abandonou produtos no carrinho, ou visitou o seu site criando um clusters a partir de lookalike da sua base de dados.

DISPLAY | MENSAGERIA | DOOH | VOD

***Jornada à parte.**
Consulte para mais informações.



Entre em contato

Envie um e-mail para
comercial.terra.br@telefonica.com



Mais estratégia.
Mais precisão.
Impacto real.

terra Ads

2026

Estudo Anexo

Comportamento de consumo da audiência Terra e Vivo Ads



COMSCORE PLANMETRIX
Plataforma auditada de audiência digital. Módulos utilizados: **Opinions & Attitudes — Shopping** (comportamento de compra, e-commerce, promoções, marcas, creators), **Extended Demographics** (perfil, classe, renda) e **Restaurants & Purchases** (marcas frequentadas L12m). Base: usuários Terra + Vivo com interesse declarado em Compras.

VIVO ADS TRACK
Inventário publicitário First-Party Data da Vivo (Telefônica Brasil). Alcance total: **120 MM Display · 86 MM RCS**. Segmentos chave para varejo: Compra Online (91 MM), Redes Sociais em Vídeo (100 MM), Pagamento Digital (72 MM), Fintechs (73 MM) e Bancos Tradicionais (81 MM). Dados independentes e complementares ao Comscore.

Usam **redes sociais**



Descoberta, validação e compra.

Nossa audiência ainda prefere utilizar as redes sociais como um canal de compartilhamento, descoberta e pesquisa, mas **observamos alguns começando a consumir as redes também como canal de compra.**

19MM pesquisam produtos no Google após ver no IG

6,1MM já compraram pelo IG Shopping

12,9MM descobrem produtos no TikTok

16,3MM compartilham promoções via WhatsApp

* **FONTE TERRA INSIGHTS:** COMSCORE PLANMETRIX E VIVO ADS TRACK

Compram em **lojas digitais**

Pesquisa e praticidade

A compra vem depois de uma boa pesquisa e essa é a oportunidade perfeita para aparecer primeiro nas buscas, associado em um veículo com mais de 26 anos de credibilidade.

19,7MM pesquisam online antes de comprar

6,8MM confiam em compras pela internet

12,2MM preferem comprar sem sair de casa

8,8MM compram pelo celular (mobile first)

* **FONTE TERRA INSIGHTS:** COMSCORE PLANMETRIX E VIVO ADS TRACK

Preferem o **ponto de venda**

O verdadeiro phygital

Eles frequentam as lojas físicas, mas a jornada começa ou termina no digital. Por aqui, nós posicionamos a sua marca em todas as etapas de consumo, da pesquisa ao PDV.

17,7MM combinam pesquisa online + compra física

13,6MM visitam lojas físicas ao menos 1x/semana

15MM preferem ver o produto antes de comprar

10,9MM gostam de ir ao shopping (lazer)

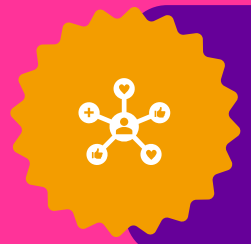
* **FONTE TERRA INSIGHTS:** COMSCORE PLANMETRIX E VIVO ADS TRACK

Comportamento de consumo da nossa audiência

A **construção do desejo** começa no **digital**



18,4MM consomem vídeo curto com produtos (tiktok/reels)



15MM seguem influenciadores de conteúdo de varejo



12,2MM já compraram produtos vistos em live



4,8MM assistem frequentemente a lives de venda (IG/tiktok)

* **FONTE TERRA INSIGHTS**: COMSCORE PLANMETRIX E VIVO ADS TRACK

Comportamento de consumo da nossa audiência

Entre desejo e compra, **a busca pelo melhor preço**

- **19MM** aguardam queda de preço antes de comprar
- **12,9MM** seguem canais de promoção no WhatsApp
- **15MM** buscam por cupom antes de finalizar a compra
- **10,9MM** usam comparadores de preço (Google Shopping)

* **FONTE TERRA INSIGHTS**: COMSCORE PLANMETRIX E VIVO ADS TRACK

Intenção da nossa audiência nos próximos 12 meses

O que eles **querem comprar?**

› Oportunidade para **promoções**

17MM	**Smartphone** (intenção de troca)
13MM	**Smart TV/ Televisor**
12MM	**Notebook/ computador**
9MM	**Ar-condicionado**
6,8MM	**Máquina de lavar roupas**
4,8MM	**Smartwatch/ smartband**

* **FONTE TERRA INSIGHTS**: COMSCORE PLANMETRIX E VIVO ADS TRACK

Consumo da nossa audiência nos últimos 12 meses

O que eles **já compraram?**

› Oportunidade para **acessórios e upgrades.**

15MM	**Eletroeletrônicos** (smartphone, TV, notebook)
14MM	**Moda, roupas e acessórios**
11MM	**Alimentos e bebidas** (supermercado online)
9,5MM	**Beleza e cosméticos**
7,5MM	**Eletrodomésticos** (geladeira, lavadora)
5,4MM	**Calçados e tênis**

* **FONTE TERRA INSIGHTS:** COMSCORE PLANMETRIX E VIVO ADS TRACK

Dados declarados pela nossa audiência

Compras na **Black Friday**



12,2MM
Compram
Eletroeletrônicos
(smartphone, TV, notebook)



9,5MM
Compram
Moda e Vestuário



6,8MM
Compram
Eletrodomésticos
(geladeira, lavadora etc)



4,1MM
Compram
Viagens e Turismo

20,4MM Pesquisam antecipadamente

15MM Compram pelo celular

* **FONTE TERRA INSIGHTS**: COMSCORE PLANMETRIX E VIVO ADS TRACK

Onde a nossa audiência compra online?

Principais **apps de varejo** instalados

#1 Mercado Livre
Líder absoluto, com alta frequência de compra

#2 Shopee
Crescimento explosivo, ticket médio menor

#3 Amazon Brasil
Alta fidelidade entre classes AB

#4 Ifood
Frequência de uso semanal

#5 Shein
Público jovem feminino

* **FONTE TERRA INSIGHTS**: COMSCORE PLANMETRIX E VIVO ADS TRACK

Black Friday



Mais estratégia.
Mais precisão.
Impacto real.

terra Ads

2026