



BLACK *FRIDAY*

7 TENDÊNCIAS
de **OURO**

A **Black Friday de 2025** está batendo na porta. Mas, desta vez, não é apenas uma corrida por descontos.

É a sua oportunidade de transformar resultados em reconhecimento.

O momento em que os produtores que ousam se desafiar entram para a história do mercado digital.

Este não é apenas um guia de tendências. É um convite para viver a maior Black da sua carreira.

Na Eduzz, acreditamos que a grandeza vai além dos números: ela pertence a quem sabe usá-los para criar legado e ocupar o lugar que merece. Por isso, este ano lançamos uma grande novidade:

O Grande Desafio Black

Decidimos gamificar essa jornada e para cada evolução liberar premiações e conquistas inéditas.

 eduzz

BLACK FRIDAY

7 TENDÊNCIAS
de **OURO**

Em resumo:

Você vende mais → aumenta seu faturamento
→ sobe no RANKING → libera premiações.

Premiação inédita para os Top 100 players da Black Eduzz

Faça o seu maior faturamento e os 20 melhores por belt, ganharão um evento presencial e exclusivo com **Filippe Holzer** e **Leandro Aguiari**.

Um evento avaliado em mais de R\$50 mil, especial para os Top Players Black Friday de cada categoria. Além disso, você terá a oportunidade de subir ao palco do **Seven Summit 2025** e ser reconhecido e aplaudido por toda comunidade Eduzz.

E, claro: você terá a chance de viver o pico de faturamento mais poderoso da sua história.

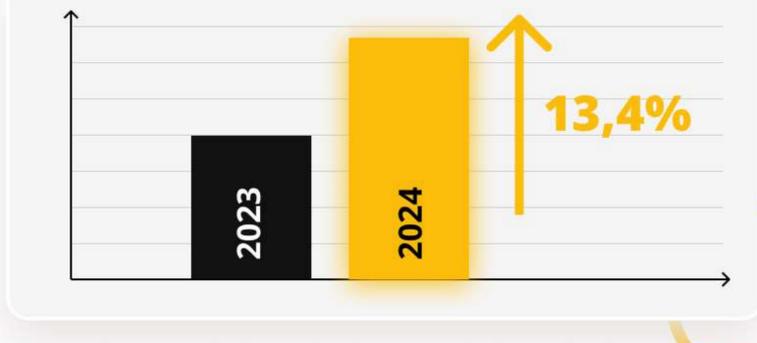
Se decidir entrar nessa jornada, este guia será o seu mapa. Siga cada capítulo, coloque as estratégias em prática e acompanhe sua evolução acontecer.

**A maior Black é PARA você, produtor.
E o palco está pronto para o seu nome brilhar.**

O QUE MUDOU NO MERCADO DIGITAL PARA A BLACK FRIDAY 2025

O mercado digital brasileiro está em constante evolução, e a Black Friday se tornou o epicentro dessa transformação. Para entender onde estamos e para onde vamos, é crucial olhar para o que funcionou no último ano.

Nossas análises mostram que o mercado **creceu 13,4%** entre a **Black Friday de 2023 e a de 2024**, um sinal claro de que as oportunidades estão se expandindo.



AS 7 TENDÊNCIAS OURO

A Solução da Eduzz para a sua Black Friday

Dentro deste guia, você vai encontrar as **7 Tendências Ouro**. Elas são as grandes alavancas de crescimento, as estratégias que vão destravar o seu faturamento.

E a melhor parte? Por trás de cada uma delas, existe uma **masterclass exclusiva** de aplicação prática, criada para te dar o caminho exato para o sucesso.

A **Black Friday** deste ano é a sua chance de se superar e atingir a sua maior performance, então vamos começar.

Como Envolver o Education Growth na BF

Na Black Friday, o tráfego é abundante, mas a atenção é limitada. O grande diferencial está em educar sua audiência antes de vender. Produtores que aplicam Education Growth — ou seja, conteúdos que ensinam, aquecem e conduzem o cliente até a compra — conseguem multiplicar a conversão sem depender apenas de descontos agressivos.

Em 2024, os negócios digitais que combinaram conteúdo educativo + campanhas de aquisição tiveram maior engajamento e menor custo por lead, chegando na semana da Black com uma base mais preparada para comprar. Essa é a lógica do growth hacking aplicado à educação: transformar conteúdo em funil de vendas ativo.

Seu desafio:

integrar conteúdo estratégico às **suas ofertas de Black**.



1

Prepare um roteiro de pitch com abertura forte, proposta de valor clara e fechamento direto.

2

Use técnicas de oratória: pausas estratégicas, entonação, metáforas e exemplos reais para fixar a mensagem.

3

Use checklists, guias ou e-books como iscas digitais para capturar leads já em setembro/outubro.

4

Explore o storytelling de bastidor + call to action para humanizar sua comunicação e conduzir o cliente para a ação.

Estruturas de Pitch de Vendas com Oratória

(Fabiana Bertotti – Saber a hora de falar e como falar é uma arma poderosa)

O Cenário

Não basta ter uma boa oferta, é preciso saber falar dela da forma certa. Muitos produtores têm ótimos produtos, mas perdem vendas porque não sabem estruturar o pitch ou não transmitem segurança ao se comunicar. Uma boa oratória pode dobrar a taxa de fechamento, especialmente em webinários, lives, stories de oferta e pitches presenciais.

Durante a Black Friday, em um ambiente saturado de anúncios, a clareza e a emoção na comunicação se tornam armas poderosas. Quem domina a oratória se destaca, transmite autoridade e cria desejo sem precisar entrar na guerra de preços.

Seu desafio:

aprender a estruturar **sua fala como uma venda planejada**.



1

Produza mini-aulas e tutoriais práticos que resolvem pequenas dores e direcionam para sua oferta.

2

Crie uma sequência de e-mails e vídeos educativos que preparem o lead antes do pitch.

3

Use checklists, guias ou e-books como iscas digitais para capturar leads já em setembro/outubro.

4

Aplique isso em conjunto com o tráfego pago: o lead entra por um conteúdo educativo e chega na Black mais engajado e pronto para comprar.

TENDÊNCIA DE OURO 1

Venda de Alto Valor - High Ticket em Ascensão

O que os Dados Revelam:

Se a **Black Friday de 2023** foi a do crescimento, a de 2024 foi a da consolidação das ofertas de alto valor. Nossos dados mostram uma tendência impressionante: o mercado de High Ticket não para de crescer.

Produtos com ticket entre **R\$ 5 mil e R\$ 15 mil cresceram 22,6%**. Para quem mirou ainda mais alto, o resultado foi espetacular: **produtos acima de R\$ 15 mil cresceram 25,5%, com um ticket médio de R\$ 25.859.**

Isso significa que o seu cliente está mais maduro, mais confiante e pronto para investir em soluções que geram uma transformação real e profunda.

Por que a Black Friday é a Janela Perfeita?

A **Black Friday** deixou de ser apenas sobre “caçar desconto pequeno”. Hoje, compradores digitais planejam grandes investimentos nesse período: MBA, mentorias, consultorias, cursos premium.

O consumidor aproveita a data para fazer aquisições de alto valor com melhores condições (parcelamento, bônus, acesso exclusivo).

Em outras palavras: o cliente que já estava no funil espera a BF para comprar seu produto mais caro.

Seu desafio:

Arquitetar o High Ticket



Este é o momento de mirar alto, especialmente se você se enquadra nos níveis **Orange, Green, Black e Golden.**

Sua meta é aumentar o ticket médio e a taxa de aprovação, com o objetivo de **alcançar +15% em conversão de propostas acima de R\$ 8k.**

Para isso, é fundamental ativar as ferramentas certas.

Com a Eduzz você tem acesso a um sistema completo para fazer suas vendas de alto valor decolar na BF 2025, acesse:

→ Checkout otimizado + Depoimento + Negociação Eduzz para High Ticket → Parcelamento Sem Limites + TMB (parcelamento com boleto) + Múltiplos Cartões



Aula liberada : 03/10

Masteclass de implementação guiada:

Para você dominar essa estratégia, preparamos uma masterclass exclusiva.

Venha aprender a construir sua oferta de alto valor, do framing ao fechamento, no webinar: **Venda de Alto Valor - High Ticket em Ascensão.**



Escaneie o QR CODE
Ou [clique aqui.](#)

eduzz
BLACK FRIDAY

TENDÊNCIA DE OURO 2

Low Ticket Turbinado Produtos de entrada com múltiplos order bumps

O Fim do Low Ticket Puro:

Nos últimos anos, os produtos de entrada — aqueles de ticket mais baixo, geralmente entre R\$27 e R\$197 — perderam força quando oferecidos de forma isolada, apenas como um curso simples, uma aula gravada ou um e-book.

Os números confirmam isso: em 2024, as ofertas de baixo valor sem complementos caíram em vendas, registrando uma queda de -4% em tickets até R\$100 e -6,1% em tickets de R\$100 até R\$1.000. Isso mostra que, sozinho, o preço baixo já não é suficiente para convencer o consumidor.

Por outro lado, quando o produto de entrada vem acompanhado de serviços embutidos ou entregas adicionais, o cenário muda completamente. Nesse formato, o crescimento foi expressivo: +12,5% em produtos até R\$100 com serviços inclusos (como acompanhamento em grupo, revisão de tarefas ou suporte básico) e +35,7% em produtos de R\$100 a R\$1.000 também com serviços agregados.

O que esses dados deixam claro é que o cliente atual não busca apenas “algo barato”, ele busca sentir que está comprando mais valor pelo mesmo preço.

E quando o produtor consegue estruturar uma oferta de entrada simples, mas enriquecida com elementos de serviço ou complementos estratégicos, não só aumenta a taxa de conversão, como abre caminho para expandir o ticket médio com order bumps e upsells.

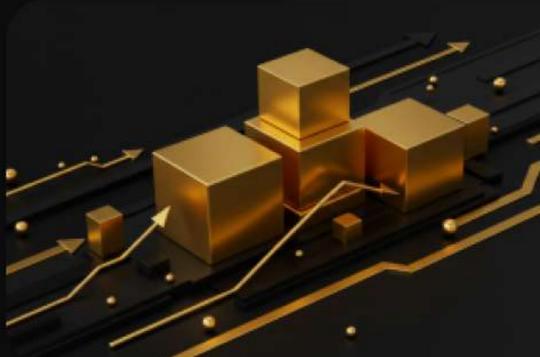
De Porta de Entrada a Máquina de Recompra

Aqui está o grande insight: as ofertas de Low Ticket com serviço embutido decolaram. Elas cresceram **12,5%** (com ticket médio de R\$ 62) e **35,7%** (com ticket médio de R\$ 442).

Esse é o segredo para destravar um volume massivo de vendas e, o mais importante, iniciar um ciclo de recompra.

Seu desafio:

Empacotar o Serviço



Sua meta é clara: aumentar a taxa de conversão no topo do funil e multiplicar o LTV (Lifetime Value).

Para isso, **você precisa alcançar +20% de novos clientes e +10% de receita por cliente no ciclo 1-3.**

- Ação:** Empacote um serviço junto com o seu produto. Use o **Order Bump de serviço da Eduzz** para oferecer uma consultoria curta ou um setup. É um pequeno passo que cria um valor percebido enorme.



Aula liberada : 10/10

Webinário com o Vinicius Souza:

Como empacotar serviço no Low Ticket e multiplicar LTV

Em 2016, deixou o mundo corporativo para empreender no digital e, desde então, já impactou mais de 70 mil alunos em treinamentos, palestras e mentorias. No webinário “O Fim do Low Ticket Puro”, ele compartilha como empacotar serviços em ofertas de entrada e transformar pequenos tickets em grandes resultados.



Escaneie o QR CODE

Ou [clique aqui.](#)

eduzz

BLACK FRIDAY

Comunidade e Recompra

Funil em Camadas: Um Cliente, Várias Vendas

Na Black Friday, muitos produtores ainda concentram todos os esforços em uma única oferta, o que limita o faturamento e reduz a chance de fidelizar clientes. O que os dados mostram, no entanto, é que o verdadeiro crescimento vem do empilhamento de funis: oferecer produtos diferentes em sequência, de tickets variados, e levar o mesmo cliente a percorrer mais etapas da jornada de compra.

Quando o produtor organiza seus produtos em camadas de funil — da entrada acessível até ofertas de maior valor — ele não depende apenas do volume de novos clientes.

Cada comprador passa a ter múltiplos pontos de contato: começa em um produto de entrada, avança para um curso completo, participa de uma comunidade e, por fim, pode investir em mentorias ou programas premium. Esse modelo não só aumenta o LTV (valor de vida do cliente), como também constrói autoridade e vínculo de longo prazo, já que a comunidade funciona como motor de retenção e recomendação.

Seu desafio:

Orquestrar para Vender 3x



Essa é uma estratégia para **todos os produtores**, independentemente do nível. O desafio é orquestrar eventos que não apenas vendam, mas que também preparem o cliente para o próximo passo da sua jornada.

A meta é aumentar a taxa de adesão e a receita por cliente, com um objetivo de **converter 20% dos participantes** para o próximo degrau do seu funil.

Como Transformar Eventos em Receita

Na Black Friday, o erro mais comum é apostar tudo em um único produto e esperar que o volume compense. Mas o verdadeiro jogo está em fazer cada cliente comprar mais de uma vez. Seu desafio é montar um funil em camadas, onde o cliente entra por uma oferta simples e, naturalmente, avança para outras soluções do seu ecossistema.

Aqui está o que você deve aplicar:

1 - Use a Área de Membros (Alpaclass) para centralizar seus conteúdos e criar uma comunidade onde o aluno não apenas consome, mas permanece conectado. Isso aumenta retenção e abre espaço para novas vendas.

2 - Configure Order Bumps no checkout de cada produto, oferecendo complementos rápidos que elevam o ticket médio sem esforço.

3 - Planeje o Empilhamento de Funis: pense no que o cliente pode comprar depois da primeira entrada. Exemplo:

- Entrada** → Workshop de R\$47.
- Order Bump** → Kit de materiais de R\$27.
- Upsell** → Curso completo de R\$297.
- Cross** → Comunidade mensal de R\$49.
- Premium** → Mentoria de R\$5.000.

Seu desafio é simples: não pare na primeira venda. Estruture uma jornada onde cada produto seja o próximo passo natural do cliente. Com isso, você multiplica o LTV, fortalece sua autoridade e garante que a sua Black Friday não seja apenas um pico, mas o início de um crescimento contínuo.



Aula liberada : 17/10

Webinário que Destrava: Participe da nossa masterclass com Natanael Oliveira

Natanael Oliveira é publicitário, autor best-seller e mentor de empresários que desejam transformar conhecimento em lucro. Especialista na criação de produtos digitais que vendem todos os dias, Natanael é o nome por trás de funis de vendas que já ultrapassaram 50 milhões de reais em faturamento online.



Escaneie o QR CODE
Ou [clique aqui.](#)

eduzz

BLACK FRIDAY

TENDÊNCIA DE OURO 4

Recorrência que Sustenta a Pós-BF

Recorrência que Fideliza

Estratégias de assinaturas, comunidades pagas e order bumps recorrentes para manter previsibilidade e fidelidade após a Black.

1 - O Cenário

A Black Friday é o mês do pico, mas o erro clássico é deixar esse resultado morrer em dezembro. O verdadeiro jogo é **transformar compradores de ocasião em clientes de longo prazo**.

Em 2024 vimos um crescimento expressivo nos modelos recorrentes. No digital, comunidades pagas, clubes de assinatura e memberships se consolidaram porque entregam **atualização constante, suporte contínuo e, principalmente, pertencimento**. O cliente não quer só o produto: ele quer fazer parte de algo.

Dados da McKinsey mostram que negócios com recorrência podem elevar em até **80% o LTV (lifetime value) do cliente**, enquanto reduzem o churn médio em mais de 30%. Isso significa **mais previsibilidade de caixa e menos dependência de picos sazonais**.

Outro ponto decisivo para 2025 é o avanço dos **checkouts inteligentes**. Estratégias como o **Order Bump de Recorrência**, uma assinatura de baixo ticket adicionada direto no momento da compra estão se tornando padrão. Com elas, produtores transformam um pico de Black Friday em fluxo mensal garantido, sem fricção extra na jornada.

Em um mercado digital cada vez mais competitivo e com CAC em alta, **recorrência não é mais diferencial, é sobrevivência**. Na Black 2025, o desconto é só a porta de entrada: quem vai escalar são os negócios que sabem reter, engajar e monetizar continuamente.

Seu desafio:

Seja um Mestre da Recorrência



Seu desafio é usar a Black Friday não só como **pico de faturamento**, mas como o **ponto de partida para um fluxo contínuo de receita**. Isso significa transformar compradores de uma vez só em clientes fiéis, que permanecem pagando e consumindo mês após mês.

1 - Order Bump de Recorrência → no checkout da sua oferta principal, adicione a opção de **assinatura recorrente** (ex.: comunidade exclusiva, conteúdos mensais, suporte estendido). É a forma mais rápida de ativar fidelização já na primeira compra.

2 - Comunidade Paga com Alpaclass → crie um espaço exclusivo para clientes, com novos conteúdos, encontros ao vivo ou atualizações constantes, para reforçar valor contínuo.

3 - Planos escaláveis de assinatura → ofereça níveis de recorrência (R\$29, R\$49, R\$97), ajustados ao perfil do público, e incentive upgrades ao longo do tempo.

Seu desafio é simples: não deixe a Black ser apenas um pico. Estruture um modelo em que cada venda feita em novembro já traga consigo meses de receita futura, transformando sua base em uma comunidade fiel e seu negócio em uma máquina previsível de faturamento.



Aula liberada : 21/10

Webinário que Destrava:

Recorrência que sustenta após Black Friday com **Léo Macieira**

Venda todo dia para desconhecidos no automático usando apenas 1 único conteúdo Master sem depender de seguidores.



Escaneie o QR CODE

Ou [clique aqui](#).

eduzz

BLACK FRIDAY

TENDÊNCIA DE OURO 5

Lançamento Pago como pico de vendas

O Que os Dados Revelam

A **Black Friday** é o maior evento de vendas do ano, mas não espere por novembro para começar. Nossos dados mostram que as estratégias de **Lançamento Pago (Paid Launch)**, **Híbrido e Perpétuo** continuam fortes, especialmente quando você se antecipa.

A grande sacada? Começar a aquecer seu público com tráfego pago já na primeira semana de novembro. O mercado está ansioso, e quem se posiciona antes, acelera na frente.

Seu desafio:

Dominar as Janelas de Ouro



O desafio não é apenas gastar em tráfego, mas ser cirúrgico. Com os dados em mãos, você pode direcionar suas campanhas para os horários e dias de maior eficácia.

Para a Black Friday de 2025, o pico de vendas se concentra entre 10h e 14h. Sua missão é reforçar as campanhas nessa janela e usar a distribuição por fuso horário para capturar o público internacional.

 **A meta é clara:** reduzir o Custo por Aquisição (CPA) em **-15%** e aumentar o Retorno sobre Anúncio (ROAS) em **+20%** nas janelas de pico.

Como Destruar Essa Máquina de Vendas

Você precisa de uma estrutura sólida para o seu lançamento pago. A Eduzz tem as ferramentas certas para garantir que cada clique se transforme em uma oportunidade.

 **Ação:** Use o **Checkout** para simplificar a jornada de compra, o **PSL** e o **TMB** para acelerar a aprovação das transações e as **OrbitPages** para criar páginas de alta conversão.



Aula liberada : 24/10

Webinário que Destrava:

Lançamento Pago como pico de vendas

O Especialista será o **Felipe Maronesi**, Psicólogo que fez 10M em 1 ano na Eduzz e hoje é golden belt.



Escaneie o QR CODE
Ou [clique aqui.](#)

 eduzz

BLACK FRIDAY

TENDÊNCIA DE OURO 6

O segredo da Sala Secreta

Vendas que Quebram a Lógica

Em um mar de ofertas saturadas, o que faz uma proposta se destacar? A resposta não é o preço. É a **exclusividade**. Nossos insights mostram que ofertas fechadas, com sessões de Q&A (Perguntas e Respostas) e a sensação de “vantagem de insider”, elevam a conversão de tickets altos.

O grande insight aqui é que você não está mais vendendo um infoproduto. Você está vendendo um **acesso**.

O storytelling da exclusividade soma autoridade, urgência e um senso de comunidade inigualável

Seu desafio:

Transformar Ofertas em Eventos



Aqui a meta é elevar a taxa de fechamento em produtos High Ticket e converter **+25%** dos leads qualificados em vendas. Para isso, você precisa criar uma experiência de venda que seja tão valiosa quanto o próprio produto.

Vá além do funil de vendas tradicional. Crie um evento fechado, um hotseat ou uma sala secreta onde o cliente se sinta único e especial.

O segredo da Sala Secreta

 **Ação:** Use o **Método Monstruoso** para arquitetar a sua oferta, ancorar o valor de forma irrefutável e conduzir o fechamento de maneira impecável.



Aula liberada : 31/10

Webinário que Destrava:

Seu mentor aqui será **Filippe Holzer:**

- Empreendedor serial, escritor, lutador.
- Criador dos funis de vendas mais copiados do Brasil.
- 336 vezes 6 em 7.
- 169 vezes 7 em 7.
- 21 vezes 8 em 7.

Já lançou grandes nomes como Maíra Cardi, Thiago Nigro e Wendell Carvalho.



Escaneie o QR CODE
Ou [clique aqui.](#)

 eduzz

BLACK FRIDAY

TENDÊNCIA DE OURO 7

O Poder da Narrativa

A Lógica por Trás da Conversão

Em um mercado onde a Black Friday está saturada de preço e descontos genéricos, a sua oferta precisa de algo mais. A grande sacada aqui é entender que a narrativa é a sua maior aliada.

Nossos dados mostram que ofertas com storytelling performam muito melhor, pois elas quebram a guerra de desconto e sustentam o valor do seu produto.

A prova social e o storytelling emocional no fechamento de vendas elevam o ticket médio e a conversão final.

Seu desafio:

Contar a História Certa



O desafio é simples: transforme sua oferta em uma história que conecta, inspira e prova que você é a solução que seu cliente precisa. Essa estratégia é fundamental para **todos os Belts** de produtores, do iniciante ao avançado.

Como Usar a Narrativa para Vender Mais

A narrativa não é apenas sobre a "copy" do seu anúncio, mas sobre como você posiciona sua oferta.

 **Ação:** Use **templates de copy** e **narrativa** por tipo de público para criar uma comunicação fluida e persuasiva.



Aula liberada : 07/11

Webinário com Leandro Aguiari:

Quer dominar a arte de contar histórias que vendem? Participe da nossa masterclass exclusiva com **Leandro Aguiari**.

200 lançamentos.
400 milhões faturados.
10 anos de mercado digital.

“Narrativa que sustenta valor e dobra conversão na BF”.



Escaneie o QR CODE
Ou [clique aqui](#).

 eduzz

BLACK FRIDAY

TENDÊNCIA 8:

Internacionalização Inteligente

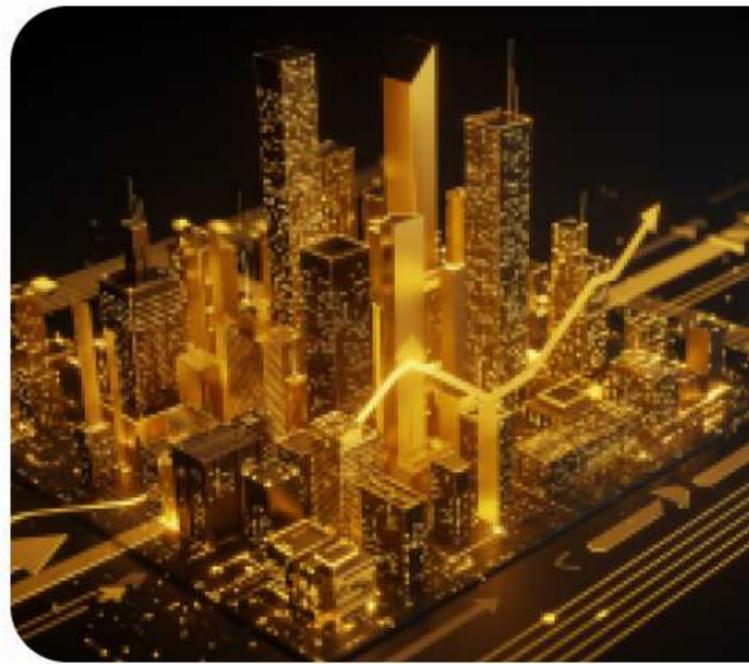
A Fronteira do Seu Negócio Acabou de Cair.

Seu produto é bom, seu mercado é limitado? E se a gente te disser que o próximo milhão está a um clique de distância? Nossos dados mostram uma forte presença de compradores internacionais fora do Brasil, o que indica uma oportunidade gigantesca por fuso e por idioma.

O grande insight? Enquanto seu concorrente está dormindo, você pode estar vendendo do outro lado do mundo.

Seu desafio:

Expanda Seu Império Digital



A internacionalização é a próxima grande jogada para **produtores Pro, Black e Golden**. Seu desafio é expandir seu alcance e capturar picos de conversão locais, adaptando a sua comunicação para cada fuso horário e cultura.

Sua meta é ver um aumento de +15% na receita fora do Brasil.

A Estratégia É Simples

Para alcançar esse resultado, a organização é fundamental.

✔ **Ação:** Crie **LPs (Landing Pages) e e-mails segmentados por idioma e horário**. Programe suas campanhas de forma inteligente para que elas atinjam o seu público no fuso horário correto, no momento de maior pico.



Escaneie o QR CODE
Ou [clique aqui](#).

eduzz

BLACK FRIDAY

TENDÊNCIA 9:

Formas de Pagamento que Viram Vendas

O Insight que Vai Salvar Seu Carrinho.

Sua oferta está irresistível, seu funil está perfeito, e o cliente chegou ao checkout. Mas o que acontece se o método de pagamento não for o ideal para ele?

A compra simplesmente não acontece.

O **insight** aqui é que o pagamento não é apenas o final do processo; é o último e mais crítico obstáculo para a conversão. O grande erro é subestimar a importância de alinhar a forma de pagamento ao comportamento real do seu cliente.

Nossos dados mostram um comportamento claro e estratégico: o parcelamento no cartão de crédito vende 6x mais que o Pix. Isso revela que, na Black Friday, o cliente quer fechar o negócio, mas valoriza a flexibilidade para gerenciar seu investimento. O **Pix**, ainda que seja o segundo método mais popular, é a escolha para a compra de impulso, enquanto o cartão é para a decisão de maior valor.

Seu desafio:

Destruavar a Conversão Final



Seu desafio é criar um checkout que seja um motor de conversão, e não um funil de desistências. A meta é impactar diretamente a sua receita: **alcançar +3 p.p. na aprovação do checkout.**

Esse pequeno percentual pode significar dezenas de milhares de reais em vendas no final do mês.

A Estratégia na Prática.

O segredo para vencer esse desafio está na sua configuração de checkout.

Ação: Garanta que suas ofertas de High Ticket e Mid Ticket tenham **parcelamento sem juros**. Para os produtos **Low Ticket**, o **Pix** deve ser uma opção de destaque.



Escaneie o QR CODE
Ou [clique aqui](#).

eduzz

BLACK FRIDAY

TENDÊNCIA 10:

Cross de Nicho que Multiplica Ticket

O Seu Cliente Não Compra Apenas um Produto.

A **Black Friday** é o momento ideal para ir além da venda única. A percepção rasa é de que um cliente de "X" só compra "X". Mas a verdade é que as pessoas têm problemas e desejos complexos, que se conectam a diferentes áreas. O grande insight é que seu cliente não quer apenas um produto: ele quer a solução para um conjunto de necessidades.

Nossos dados mostram o mapeamento de oportunidades ocultas, revelando quais nichos se complementam para criar ofertas irresistíveis.

Por exemplo, clientes de **Administração e Gestão** também compram **produtos de RH e Ferramentas**. Quem busca **Conteúdo para Redes Sociais** também se interessa por **Vendas e Copywriting**.

Seu desafio:

Construir Ofertas Irresistíveis



Seu desafio é usar a inteligência de dados da Eduzz para construir ofertas que combinem o que seu cliente já procura. Ao criar **kits ou bundles estratégicos**, você não apenas aumenta o ticket médio, mas também a percepção de valor e o LTV (Lifetime Value).

Sua meta é clara e ambiciosa: +12% no ticket médio em campanhas que usam bundles.

A Estratégia na Prática.

O segredo para essa estratégia é a personalização e a inteligência.

- ✔ **Ação:** Crie ofertas de cross-sell e descontos progressivos, usando nossos dados para identificar os pares de nicho que têm maior co-compra.



Escaneie o QR CODE
Ou [clique aqui.](#)

eduzz

BLACK FRIDAY

Este guia te deu o playbook completo para o sucesso na **Black Friday**. As tendências são as jogadas que você precisa dominar para vencer o jogo. Mas um plano só se torna vitória com a execução.

A sua missão é clara: ative as ferramentas, aplique as estratégias e se supere. Por trás de cada Tendência Ouro que você acabou de ler, existe uma masterclass para te dar a aplicação prática e o detalhe que faz toda a diferença.

Lembre-se do prêmio que espera por você. Seja um dos vencedores que serão reconhecidos no palco do Seven Summit 2025, além de garantir sua vaga em um evento exclusivo com Holzer e Aguiari, na aclamada Casa do Storytelling.

O resultado que você vai ter na **Black Friday** vai te levar ao palco do Seven e a um evento exclusivo com dois dos maiores nomes do mercado.



Acesse o QR Code e comece o desafio agora.



A Vitória espera por você

A maior Black Friday da história da Eduzz é o resultado do seu sucesso.

Não é apenas sobre vender mais, é sobre crescer, superar seus limites e inspirar outros a fazerem o mesmo.

A **Eduzz** está ao seu lado para que você atinja a sua maior performance. Agora, é com você. Vá e vença!

Equipe Eduzz.