



A Eduzz
faz a sua

Black

com você.



A CAIXA PRETA DA EDUZZ, ABERTA

Dados internos da Eduzz sobre a **Black Friday**

Abrimos a nossa base pra você. Tudo o que a gente sabe sobre como o mercado digital compra na Black, com os números reais do checkout Eduzz e o que fazer com cada um deles na sua campanha.

01 · DADOS PROPRIETÁRIOS

direto da base e do checkout Eduzz

02 · COMPORTAMENTO REAL

o que o comprador fez, sem achismo

03 · O QUE FAZER COM ISSO

cada número vira uma decisão pra sua Black

+2,5 mi

produtos já cadastrados na Eduzz

+3 mi

aulas assistidas por mês na área de membros

+1 mi

transações por mês no checkout

+40 mil

produtores impactados

Esses números sempre ficaram aqui dentro. Agora estão na sua mão.
O mercado está em seleção natural, e os dados mostram quem está jogando melhor.

01

O CENÁRIO

Onde o dinheiro **está** na Black

DADO INTERNO EDUZZ

Enquanto o varejo cai, o digital sobe

Ticket médio na Black Friday 2025, varejo geral contra infoprodutos na Eduzz.

VAREJO GERAL

-12%

no ticket médio do varejo no dia da Black Friday 2025 (Neotrust)

BASE EDUZZ · INFOPRODUTOS

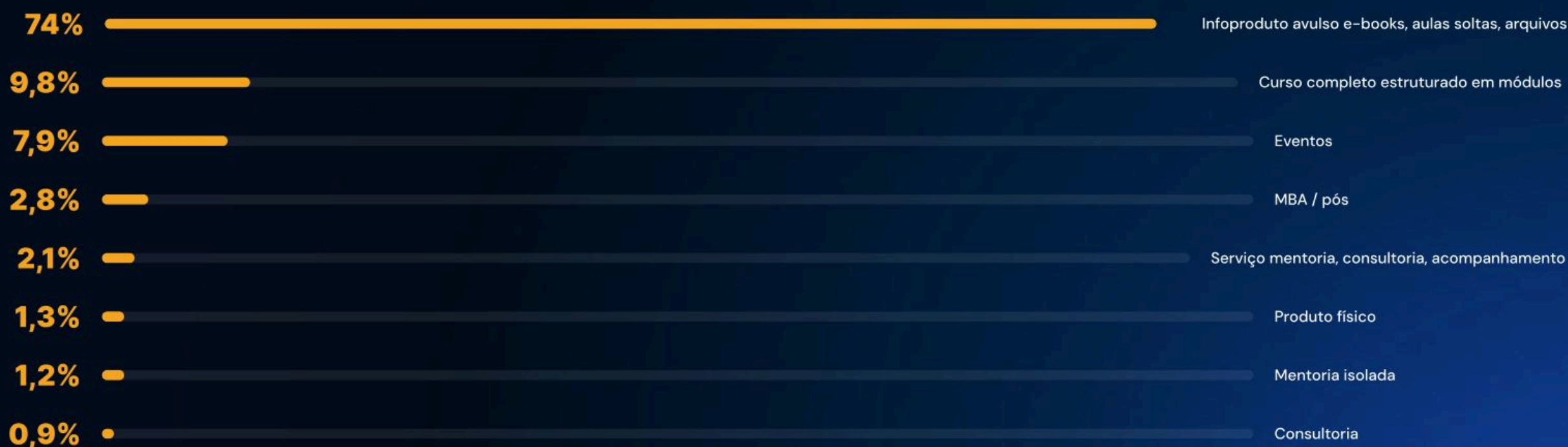
+65%

de aumento no ticket médio das vendas durante o período de Black Friday

DADO INTERNO EDUZZ

O que o brasileiro realmente compra

Participação de cada tipo de produto nas vendas da base Eduzz.



O infoproduto avulso é o motor de aquisição do mercado digital brasileiro. Use ele pra trazer gente nova e planeje o que vem depois dessa primeira compra.

O que faz as pessoas comprarem na Black

Fatores que mais pesam na decisão de compra no período, em ordem de peso.

- 1º Bônus exclusivos (mentorias, consultorias, templates, e-books)
- 2º Descontos agressivos (acima de 50%)
- 3º Acesso vitalício ao conteúdo
- 4º Flexibilidade no pagamento (parcelamento sem juros, desconto à vista)
- 5º Certificação ou credencial reconhecida
- 6º Experiência prática e aplicável
- 7º Combos de infoprodutos com preço especial
- 8º Reputação e autoridade do criador
- 9º Garantia de reembolso estendida
- 10º Acesso antecipado ou conteúdo VIP

Bônus exclusivos lideram com folga. Antes de decidir o tamanho do desconto, decida qual bônus de valor entra na sua oferta.

DADO INTERNO EDUZZ

As faixas de ticket que mais crescem no dia da Black

Crescimento de participação de cada faixa de preço nos pedidos do dia.

<div>R\$ 500 A R\$ 1.000</div> <div>+123%</div> <div>participação: 4,0% → 8,9%</div>	<div>ACIMA DE R\$ 1.000</div> <div>+103%</div> <div>participação: 2,9% → 5,9%</div>	<div>R\$ 200 A R\$ 500</div> <div>+48%</div> <div>participação: 9,3% → 13,8%</div>	<div>ATÉ R\$ 50 (ENTRADA)</div> <div>queda</div> <div>participação: 60,3% → 45,3%</div>
--	---	--	---

⚠ Buraco de mercado a evitar: a faixa de R\$ 100 a R\$ 150 tem só 5,36% dos pedidos do dia.

Concentre a sua oferta principal nas faixas de R\$ 200 a R\$ 1.000+ . É ali que o comprador da Black está disposto a subir.

DADO INTERNO EDUZZ

Onde o salto de verdade acontece

Quanto o ticket cresce quando o cliente muda de tipo de produto na próxima compra.

<div>PRODUTO FÍSICO → INFOPRODUTO</div> <div>6,6x ticket maior</div>	<div>INFOPRODUTO → SERVIÇO</div> <div>9,2x ticket maior</div>
--	---

O salto vem de mudar o tipo de produto que você oferece a seguir. Vender mais do mesmo cresce pouco.

Cada estratégia tem um objetivo no seu negócio

Monte a esteira sabendo o papel de cada produto.

RETENÇÃO E RELACIONAMENTO	ATIVÇÃO DE CLIENTES	GERAÇÃO DE CAIXA	AUTORIDADE
E-book	Minicurso	Mentoria e imersão	Clube de assinatura
Conteúdo	Lançamento pago	High ticket	Mastermind
	Evento presencial	Time comercial	Time de CS

DADO INTERNO EDUZZ

A venda de novembro acontece o mês inteiro A sexta-feira ficou pequena perto do mês.

77%

das vendas de novembro acontecem fora da semana da Black Friday

3,6%

é tudo o que a própria sexta-feira representa dos pedidos do mês

Distribua ofertas ao longo do mês inteiro, sem guardar tudo pra semana da promoção.
A oportunidade ficou maior que um único dia.

DADO INTERNO EDUZZ

Quem começa cedo sai na frente A temporada começa muito antes da sexta-feira.

94,9%

do volume de novembro fica com quem já vendia nos primeiros 9 dias do mês

0,6%

Crescimento de participação de cada faixa de preço nos pedidos do dia.

Abra novembro já vendendo, com uma oferta leve. Não espere a semana da
promoção pra começar.

DADO INTERNO EDUZZ

Reserve uma data só pra sua base Quem compra no dia da Black Friday.

36,1%

Já é cliente do expert

34,0%

Comprador novo para o expert

29,9%

Comprador novo na Eduzz

Em outubro, um mês normal, o cliente fiel responde por 28,3% das vendas. No dia da Black Friday, salta pra 36,1%.

Programme, dentro da sua temporada, uma oferta-âncora com data e hora marcada pra sua base.
É nesse momento que ela mais responde e paga mais.

DADO INTERNO EDUZZ

O comprador da Black é o cliente recorrente de amanhã A venda da Black abre uma janela de recompra.

1 em 5

Compradores da Black Friday volta a comprar do mesmo expert em até 180 dias

38 dias

É o tempo médio até a segunda compra, entre quem voltou

Deixe a segunda oferta pronta pra ativar entre 30 e 40 dias depois da Black , enquanto o cliente ainda está engajado com a primeira compra.

DADO INTERNO EDUZZ

O tráfego pago é essencial De onde vêm as vendas de novembro.

80%

das vendas de novembro vêm do ecossistema Meta (Facebook + Instagram)

8,9%

vêm de audiência própria (e-mail) — um espaço real de expansão

Invista em tráfego pago de forma consistente ao longo da temporada. E some audiência própria: ela reduz o custo de reativar quem já é cliente .

DADO INTERNO EDUZZ

Use a Eduzz a favor do seu funil 30% dos clientes, em média, fazem uma nova compra a partir do uso destes recursos:



Parcelamento Sem Limites



Múltiplos order bumps e order bump por assinatura



Upsell com 1 clique



Agentes de vendas com IA do Active Sales



Upsell e cross-sell na área de membros

1

90 DIAS ANTES · SETEMBRO

Monte a esteira por faixa de ticket

Monte a esteira por faixa de ticket e comece a aparecer com conteúdo consistente.

2

60 DIAS ANTES · OUTUBRO

Teste condições e mensagens

Teste condições de parcelamento e mensagens de oferta em pequena escala.

3

30 DIAS ANTES · INÍCIO DE NOVEMBRO

Abra a temporada vendendo

Abra a temporada vendendo e distribua ofertas ao longo do mês inteiro.

4

15 DIAS ANTES · MEIO DE NOVEMBRO

Ative sua base com a oferta-âncora

Ative sua base com a oferta-âncora e parcelamento facilitado.

5

BLACK WEEK

Mantenha o ritmo ou entre com novos produtos

Mantenha o ritmo de vendas da oferta-âncora ou entre com novos produtos.

6

DIA DA BLACK · DATA MARCADA

Ofertas relâmpago ou cupons

Última oportunidade pra ofertas relâmpago ou cupons. Aqui, evite disputar espaço com ofertas maiores.

7

30 A 40 DIAS DEPOIS · PÓS-BLACK

Acione a segunda oferta

Acione a segunda oferta e aproveite a janela de recompra de até 180 dias.

A Black Friday do mercado digital mudou de lógica.
Ela se constrói em uma **temporada inteira** , com um ápice programado,
para a base que já confia em você.

AINDA DÁ TEMPO

Monte a sua Black com a Eduzz ao seu lado

A Eduzz faz a sua Black com você.

Os dados estão na mesa. Agora vem a parte de transformar isso na sua oferta. Esse é o primeiro conteúdo da trilha da Black Friday Eduzz, e as próximas etapas seguem ao vivo, com especialistas do mercado construindo a Black junto com você.

Aulas ao vivo

com experts que vivem o mercado digital

Workshops práticos

pra sair com a oferta e o calendário prontos

Salas de estratégia

pra construir a Black junto com quem entende

Entrar na trilha da Black →