

Magalu supera números da Black Friday com liquidação de início de ano recorde

- *Pico de pedidos por minuto nas lojas foi 3 vezes maior do que na Black Friday; no e-commerce, número chegou ao dobro do registrado na mesma comparação*
- *Sexta-feira (5) registrou o recorde de vendas para um dia das lojas físicas do Magalu*
- *Empresa teve 50% do share de busca do varejo, durante liquidação, e foi o app mais baixado*

São Paulo, 8 de janeiro de 2023 - O Magalu, empresa que está digitalizando o varejo brasileiro, fez, na última sexta-feira, a maior Liquidação Fantástica de sua história. A empresa superou até números da Black Friday, principal data de vendas do varejo brasileiro, com sua liquidação de início de ano. O pico de vendas por minuto nas lojas físicas foi três vezes maior que o alcançado durante a Black Friday do ano passado. Já no e-commerce, o valor praticamente dobrou, na comparação com a Black.

O Magalu bateu o recorde de vendas nas lojas físicas durante a Liquidação Fantástica e registrou um crescimento de 8,3% em comparação à edição de 2023. A maior queima de estoque do varejo aconteceu neste final de semana e funciona como um termômetro do desempenho do setor no ano. Além desse bom desempenho em GMV, a companhia aumentou em 10% a comercialização de serviços, como garantia estendida e seguros, e cresceu em 6% a emissão de cartões Luiza, se comparado ao mesmo período.

O e-commerce seguiu a mesma tendência e cresceu com as marcas do ecossistema Magalu. Época Cosméticos, Estante Virtual Netshoes e KaBuM! registraram ótimo desempenho, com destaque para a marca especializada em games e tecnologia que ultrapassou 66,8% dos resultados projetados.

Apenas no primeiro dia de Liquidação Fantástica, o Magalu já registrava grande venda de diversos produtos nas lojas físicas: foram mais de 340 000 travesseiros, 180 000 panelas de pressão e mais de 70 000 fritadeiras elétricas. Em ambos os canais (físico e e-commerce), os maiores GMV de estoque próprio (1P) ficaram com uma lavadora de roupa 13kg, uma geladeira frost free e o Iphone 13.

No marketplace, os itens mais comercializados por sellers - varejistas que vendem na plataforma do Magalu - foram uma lixeira inox 3L, um modelo de prancha alisadora e ferro de passar roupas. Vale destacar que o número de pedidos de produtos do fulfillment cresceu 353% em relação a Black Friday de 2023. Esta modalidade permite que os comerciantes parceiros estoquem seus produtos nos centros de distribuição da companhia, o que reduz tempo de entrega e custos de frete.

Mídia

Na internet, o Magalu teve metade das buscas do varejo, na sexta-feira, e foi o app mais baixado das lojas de aplicativo. O evento também movimentou as redes sociais. Na sexta-feira, o Magalu foi masthead do Youtube com uma esteira de ofertas no topo da home da principal plataforma de vídeos do mundo. No total, foram mais de 1,5 milhões de visualizações e picos de 37 mil visualizações simultâneas. A marca foi a mais buscada no Google, superando assuntos quentes do momento, como a divulgação de participantes de um famoso reality show. No Facebook e TikTok, o Magalu foi a marca com mais impressões e, na Apple Store e no Google Play, o app da companhia foi o mais baixado, durante todo o fim de semana.

Sobre o Magalu. O Magalu é a empresa que está digitalizando o varejo brasileiro. Desde maio de 2011, a companhia é listada no Novo Mercado da B3. Nos últimos anos, fez diversas aquisições, consolidando sua presença nacional. Além de mais de 1.300 lojas, em 21 estados do país, o Magalu conta com mais seis marcas online (Netshoes, Zattini, Época Cosméticos, Estante Virtual e KaBuM!), 306 000 sellers em seu marketplace, e a plataforma de food delivery aiqfome. O App da companhia é acessado por mais de 47 milhões de usuários ativos mensais. Sua política de gestão de pessoas foi reconhecida com diversos prêmios.

Imprensa Magalu

André Vendrami

andre.vendrami@novapr.com.br

Gabriela Tornich

gabriela.tornich@novapr.com.br

Patricia Vivas

patricia.vivas@novapr.com.br