

Gincana da Netshoes dá cupons de 500 e 1000 reais para a Black Friday 2024

Ação “Missão Cupom de Verdade” acontecerá nesta quinta-feira, 28, no Instagram e no aplicativo da marca

Clientes deverão desvendar as pistas liberadas na rede social e encontrar os cupons no app

São Paulo, 28 de novembro de 2024 – A Netshoes, maior e-commerce de artigos esportivos e lifestyle do país, vai dar cupons de 500 e 1000 reais em mais uma campanha da Black November, a Black Friday da companhia, que acontece o mês inteiro. A ação “Missão Cupom de Verdade” será realizada nesta quinta-feira, 28, no Instagram e no aplicativo para smartphones da empresa. Ao encontrar os cupons, os clientes premiados poderão usar o valor em desconto nas compras via app.

As pistas serão divulgadas no Instagram da Netshoes, por meio dos Stories, e ao decifrar a charada, o consumidor deverá ir até o aplicativo da companhia e digitar seu palpite na barra de busca. Se a resposta estiver correta, uma página especial será aberta, com as instruções para o uso do desconto. Vale destacar que os cupons são limitados e, por isso, podem se esgotar rapidamente.

Para movimentar a divulgação da campanha, a Netshoes conta com perfis de influenciadores nas redes sociais. Eles serão responsáveis por potencializar as conversas sobre a “Missão Cupom de Verdade” e também reforçar a divulgação da promoção começou nesta quarta-feira, 27, a ação se inicia na quinta, 28.

A Netshoes foi a primeira empresa brasileira a lançar a estratégia de um mês de novembro inteiro com promoções e descontos antecipados no ano 2013 e hoje é seguida pela maioria dos lojistas. Para a data, a companhia traz descontos de até 80%, com roupas a partir de 29,90, sportstyle com até 75% de desconto e top marcas e sneakers com até 70% .

Black Friday “dispensa imitações”

Para a campanha de marketing deste ano, a Netshoes aposta na sátira aos “fakes” como carro-chefe da sua [campanha de Black November](#), movimento em que é pioneira no Brasil. A Netshoes foi a primeira empresa brasileira a lançar a estratégia de um mês de novembro inteiro com promoções e descontos antecipados no ano 2013 e hoje é seguida pela maioria dos lojistas.

Para este ano, em que mais de 60% dos consumidores pretendem fazer compras na Black Friday, de acordo com pesquisas do Google, a Netshoes quer evidenciar sua boa reputação

que inclui pioneirismo, tradição, confiança, ótimos preços e sortimento de produtos. Por isso, a campanha de marketing irá aproveitar o momento em que o varejo mais sofre com a desconfiança do cliente e ofertas falsas para reforçar seu compromisso com a venda de produtos de qualidade e boa procedência.

“Vamos usar nosso pioneirismo da Black November, compromisso e credibilidade com nossos consumidores, contra ofertas que não entregam a verdade”, afirma Gabriele Claudino, head de marketing da Netshoes. “A ideia das peças e outras ativações é causar estranhamento e satirizar o fake típico dessa época, contrastando com a enxurrada de ofertas de verdade que só a Netshoes tem.”

Para potencializar o alcance da campanha, a Netshoes contará com estratégias de memetização, marketing de guerrilha e com um squad de influenciadores digitais - entre eles, Rodrigo Góes, mais conhecido como “Fake Natty” e que tem quase 2 milhões de seguidores no Instagram, e Luana Benfica, com 3,6 milhões de fãs no TikTok -, além de ativações na CazéTV, Spotify, YouTube e outras redes sociais.

Sobre a Netshoes

A Netshoes é o maior e-commerce de artigos esportivos e lifestyle do país e oferece um amplo portfólio de produtos e serviços. Além disso, acredita que o esporte é para todos e por isso tem comprometimento com o consumidor para proporcionar a melhor experiência de compra, entrega e qualidade dos produtos. A marca está no varejo digital há 22 anos e tem mais de 20 milhões de fãs nas redes sociais. A empresa também opera mais de 10 e-commerces no Brasil, como as lojas oficiais da NBA, NFL e Kappa, Rainha e Topper, além das lojas de clubes como ShopTimão, São Paulo Mania, Loja do Cruzeiro, InterShop, ShopVasco, Santos Store e Loja da Chape. Em 2019, a Netshoes passou a fazer parte do Magalu, reforçando o comprometimento da empresa com o consumidor e a visão de ser referência global em experiência de compra on-line por meio de inovação e conectividade em multiplataformas.

IMPRENSA NETSHOES

André Vendrami

andre.vendrami@novapr.com.br

Fernanda Muchão

fernanda.muchao@novapr.com.br

Paula Carone

paula.carone@novapr.com.br