

## Magalu cresce em duplo dígito e tem melhor Black Friday de sua história

*Empresa lidera o setor na Black Friday de 2024, com mais de 1,2 bilhão em vendas só na sexta-feira*

**São Paulo, 2 de dezembro de 2024.** O Magalu cresceu duplo dígito durante a Black Friday de 2024. A empresa vendeu mais de 1,2 bilhão de reais em produtos só na sexta-feira, registrando crescimento em todos os seus canais de venda (e-commerce, marketplace e lojas físicas) e marcando a melhor Black Friday de sua história. O número de clientes que compraram na Black Friday do Magalu aumentou em 16%, na comparação com o ano passado.

Na data, o aplicativo do Magalu foi o mais baixado do Brasil, todas as suas marcas (Magalu, Kabum, Época Cosméticos e Netshoes) figuraram entre as mais comentadas do Twitter e a empresa foi sucesso de engajamento com sua ação promocional Black Push. “Essa foi, realmente, uma Black Friday histórica para o Magalu. Em um ano que a empresa vem em ritmo de retomada, apresentando lucro em todos os trimestres, fazer uma data de vendas aquecida como essa deixa feliz qualquer pessoa que é do varejo”, afirma Fabricio Garcia, vice-presidente de operações do Magalu. “Conseguimos fazer uma grande Black Friday, com margens equilibradas e ganho de participação de mercado.”

TVs, smartphones, refrigeradores e lavadoras foram as categorias de destaque na Black Friday, produtos que são "sonho de consumo" e que tradicionalmente os clientes esperam a Black Friday para aproveitar descontos. Mas, entre os maiores crescimentos, estiveram linhas como suplementos, instrumentos musicais, bebês, beleza, games, limpeza e wearables e brinquedos - com destaque para os produtos de marketplace que já estavam estocados nos centros de distribuição do Magalu, no fulfilment.

A companhia também explorou a data para aplicar sua estratégia de crédito. O Cartão Luiza foi destaque em parcelamentos e CDC Digital e a possibilidade de pagamento com dois cartões fizeram suas estreias na Black Friday com números impressionantes. E o aumento de venda não se refletiu em aumento de reclamações, com o NPS (Net Promoter Score) aumentando 9 pontos e uma redução de 26% no total de reclamações, no Reclame Aqui, na comparação com o ano passado. Para isso, a tecnologia foi muito importante: o número de clientes que resolveram seus problemas com o autosserviço aumentou 64% neste ano.

Entre os produtos que foram destaques está o PlayStation 5, cuja venda aumentou em 10 vezes durante a sexta-feira, 29. O número de videogames comercializados - com desconto de quase 1 000 reais - em um único dia ultrapassou a quantidade vendida durante todo o mês de outubro.

Durante a semana pré-Black Friday, entre 25 e 27 de novembro, o Magalu apostou na campanha Black Push, exclusiva para usuários do app da companhia, com ofertas entre 50% e 80%, enviadas apenas por meio de notificação. No primeiro dia, o sucesso foi com a venda de 4 000 vidros de azeite de oliva Gallo 500ml em apenas 15 minutos. O valor era de apenas 9 reais. No dia seguinte, os clientes esgotaram em 4 minutos o estoque de 4 000 galões de sabão líquido OMO 4,2L colocado em promoção por apenas 10,90 reais. Outros descontos surpresa envolveram a TV Smart Vizzion 32 polegadas por apenas 550 reais, o pack de cerveja Corona a 15 reais, entre outros.

A companhia trouxe descontos desde o começo do mês, com ofertas “agora ou nunca” - promoções que duram apenas 24 horas e não voltam mais baratas, opções de pagamento em até 24x, descontos exclusivos no aplicativo com a campanha “Black Push” e estratégia de marketing com nomes como o influenciador e apresentador Diogo Defante, CazéTv, a socialite e influenciadora digital Narcisa Tamborindeguy e nomes em alta nas redes sociais como Láctea, Priscila Evellyn, Cela e Patrícia Ramos.

**IMPrensa MAGALU****André Vendrami**[andre.vendrami@novapr.com.br](mailto:andre.vendrami@novapr.com.br)**Fernanda Muchão**[fernanda.muchao@novapr.com.br](mailto:fernanda.muchao@novapr.com.br)**Paula Carone**[paula.carone@novapr.com.br](mailto:paula.carone@novapr.com.br)