



euphoria



**WARNER BROS.
DISCOVERY**

**BLACK FRIDAY
2026**

A data

Black Friday

O momento que a **intenção** vira **ação**.



ERGIRL

A **Black Friday** se consolidou como o principal evento comercial do calendário brasileiro, concentrando consumidores mais atentos, mais planejados e mais propensos à compra.

Mais do que buscar descontos, as pessoas chegam à data com pesquisa prévia, listas de desejos e orçamento reservado para realizar compras relevantes.

É um período em que marcas que conquistam atenção têm maior chance de gerar consideração, conversão e preferência.



70%

dos brasileiros já se organizam antecipadamente para a Black Friday e **60% pretendem** investir mais de R\$ 500.

+11%

Foi o crescimento em faturamento da última Black Friday vs. 2024.

58%

Dos consumidores iniciam as pesquisas de marcas com mais de um mês de antecedência.

Potencial

A full-body image of Superman standing in a spotlight, looking upwards. He is wearing his iconic blue suit with a red and yellow 'S' shield on the chest and a red cape. The background is dark blue with subtle circular patterns.

Sua marca precisa estar onde a **atenção está.**



Durante a Black Friday, a disputa não é apenas por vendas. **É por atenção.**

Enquanto consumidores pesquisam, comparam e planejam suas compras, a **Warner Bros. Discovery reúne os conteúdos mais relevantes do entretenimento, que entregam para as marcas uma audiência altamente engajada** em momentos de máxima atenção.



Conteúdos **premium**



Alcance **multiplataforma**



Formatos de **impacto**



WARNER BROS.
DISCOVERY

QUALIDADE + AUDIÊNCIA:

+641 milhões

DE IMPACTOS MENSAIS.

HBO Max

Atenção em ambiente premium

 **WARNER BROS.
DISCOVERY**



O streaming oferece **uma experiência de consumo mais imersiva**, com usuários **altamente envolvidos no conteúdo** e receptivos às mensagens inseridas em sua jornada de entretenimento.

7 a cada **10**

VIEWERS DECLARAM
CONSUMIR O STREAMING
VÁRIAS VEZES NA SEMANA!

LÍDER

EM OFERECER CONTEÚDOS
DE QUALIDADE

56%

DOS ASSINANTES HBO MAX
AD-LITE PROCURAM PELAS
MELHORES OFERTAS ANTES
DA COMPRA.

Papel na estratégia de Black Friday → **Atenção qualificada**



Muito mais do que audiência, **TNT Sports reúne uma comunidade ativa** que acompanha, comenta e compartilha conteúdo diariamente, criando **oportunidades de conexão** mais próximas e relevantes entre marcas e consumidores.

+117M

DE DIFERENTES PESSOAS
ALÇADAS MENSALMENTE
NAS REDES SOCIAIS

N1º

EM VIEWS:
63% ACIMA DA SOMA DOS
CONCORRENTES

EM ENGAJAMENTO:
2X MAIS QUE O PRINCIPAL
CONCORRENTE

+90M

DE VIEWS MENSAIS
NO YOUTUBE

Papel na estratégia de Black Friday → **Conexão e relevância**

Pay TV

Alcance que gera impacto



A TV continua sendo um dos **meios mais eficientes para construir alcance e notoriedade** em curto espaço de tempo, conectando marcas a audiências massivas em conteúdos de alta afinidade.

89%

DE TODAS AS PESSOAS QUE ASSISTIRAM PAY TV EM 205, PASSOU POR ALGUM CANAL DO NOSSO PORTFÓLIO.

2.3M

DE DIFERENTES PESSOAS ALCANÇADAS DIARIAMENTE NOS CANAIS WBD

39%

DAS PESSOAS DESCOBREM MARCAS POR PUBLICIDADE NA TV

Papel na estratégia de Black Friday → Gerar **alcance** e acelerar **awareness**

Quem é a audiência

Da Pay TV?



69% do público **35+** assiste **Pay TV**
4 a 7 dias na semana.

48% assiste
DIARIAMENTE!



78% do público da
Pay TV é da **classe AB.**

A audiência da Pay TV é

ECONOMICAMENTE

ativa!



Público 35+ representa mais da metade do público que tem intenção de compra de:



CARRO



ELETRÔNICOS



ELETRODOMÉSTICOS



VIAGENS PARA O EXTERIOR

35+ ANOS

54%

54%

53%

51%

E NA **BLACK FRIDAY**, O POTENCIAL DE CONSUMO SE INTENSIFICA:

56% da classe AB pretende comprar na data, acima da média nacional de 39%.

Black friday é sobre

COMPRAR O MELHOR:

Produto;

Preço;

No melhor local.

E em 2026, as **condições de compra** da  **WARNER BROS. DISCOVERY** são **extraordinárias:**

Negociação especial
acima da média.

+ Reaplicação de mídia
em HBO MAX.





euphoria



**WARNER BROS.
DISCOVERY**

**BLACK FRIDAY
2026**