

BLACK FRIDAY

28 de Noviembre 2014



OBJETIVO

El éxito del Black Friday en el
sector textil/accesorios/calzado

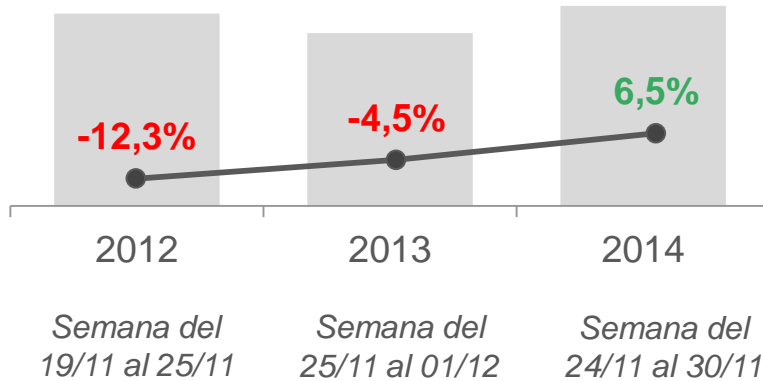
EL BLACK FRIDAY PERMITIÓ INCREMENTAR EL VOLUMEN DE COMPRAS Y LA FACTURACIÓN DE LA SEMANA

EVOLUCIÓN UNIDADES: **+4,9%**

EVOLUCIÓN VALOR: **+6,5%**



Facturación (miles de €)



Volumen (miles de uds)



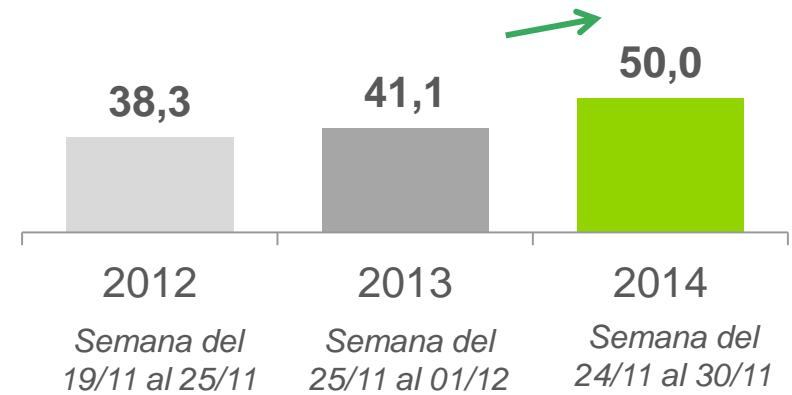
BLACK FRIDAY NO HA CONSEGUIDO MOVILIZAR A NUEVOS COMPRADORES.
SIN EMBARGO, LOS IMPACTADOS POR LA ACCIÓN HAN COMPRADO MÁS PRENDAS Y
HAN GASTADO MÁS



Compra Media (uds)



Gasto Medio (€)



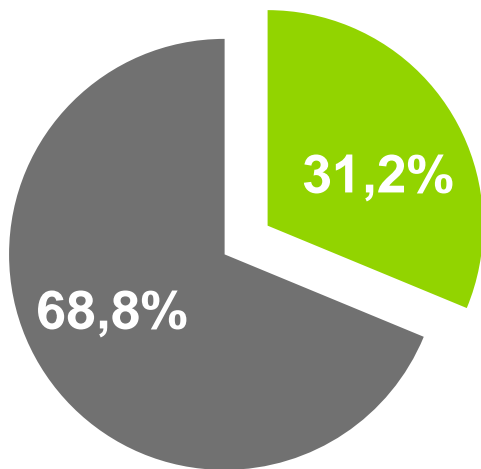
SI LAS REBAJAS /DESCUENTOS YA SON UN FENÓMENO INSTAURADO EN TODOS LOS MESES DE L AÑO, EL BF HA CONSEGUIDO QUE ES ESA SEMANA EL 35,2% DE TODO LO COMPRADO SE HAYA HECHO CON DESCUENTO.



%Distribución Volumen Rebajado/No Rebajado

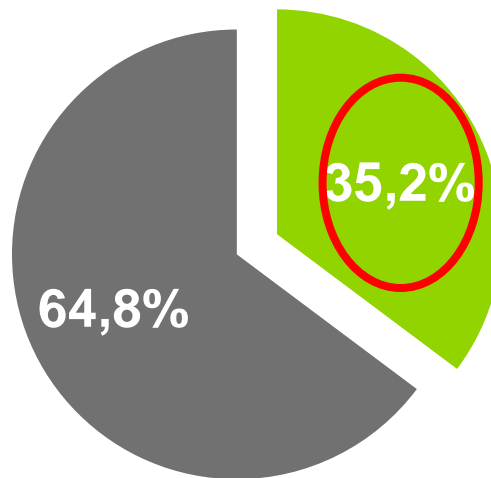
De cada 100 prendas compradas durante la semana del Black Friday...

SEMANA 25/11 al 1/12 del 2013



SEMANA BLACK FRIDAY 2014

Semana del 24/11 al 30/11

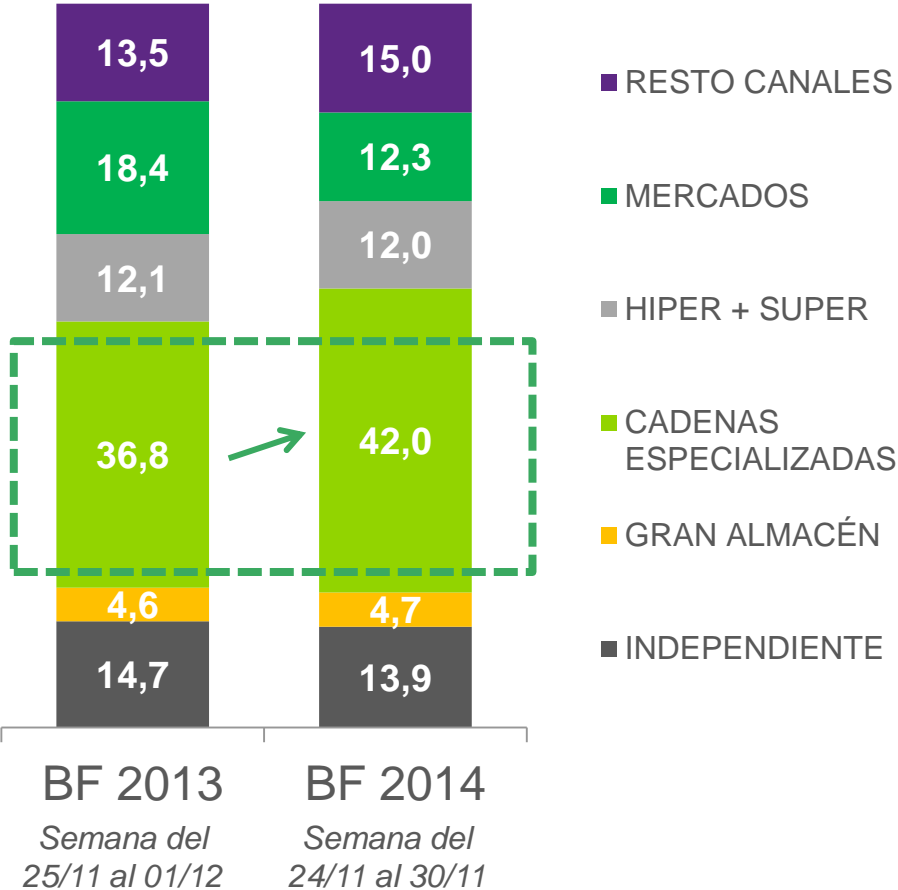


■ REBAJADO

■ NO REBAJADO

LAS CADENAS SON EL LUGAR DE COMPRA QUE MÁS HA INCREMENTADO SUS COMPRAS RESPECTO EL AÑO ANTERIOR DURANTE ESA SEMANA

%Distribución Volumen



CONCLUSIONES

- La mayor facturación del mercado en la semana del evento “Blank Friday” nos permite calificarlo de “éxito” .
- La semana del Black Friday no consiguió movilizar a más compradores, pero si que los que aprovecharon el evento se gastarán mas, aprovechando los descuentos especiales .
- La cadenas fueron las que más se beneficiaron del BF, concentrando el 42% de todas las unidades /prendas vendidas en esa semana