

El Black Friday adelanta la campaña de Navidad 2017

Se consolidan en esta fecha las ventas de productos y servicios de todo tipo, más allá de la electrónica, el sector en el que empezó. Para la semana del Black Friday 2017, se espera que las ventas aumenten más de un 50%

Desde 2012, finales de noviembre es sinónimo de descuentos y compras gracias a la importación de la tradición estadounidense del Black Friday. El e-commerce Aladinia.com ha estudiado cómo afecta esta fecha a su tienda de regalos experiencia online y nos aporta algunos datos reveladores. El primero de todos, referente al impacto cada vez mayor de esta celebración. Si en la semana del Black Friday de 2015 vendieron un 23% más de lo normal en esa época, en 2016 el salto ya fue del 51%. El Viernes Negro gana peso año tras año y los españoles se están haciendo suya esta tradición.

Otro efecto que provoca el Black Friday es que la campaña de regalos de Navidad se adelanta. Históricamente, el inicio de esta campaña se producía a principios de diciembre. Ahora, con el Black Friday y teniendo en cuenta que muchas tiendas hacen extensivos los descuentos a toda la semana, nos podemos encontrar que la campaña de Navidad empieza alrededor del 20 de noviembre. Aladinia también ha podido observar como el impacto positivo del Viernes Negro se mantiene y va creciendo hasta Reyes.

No sólo electrónica. Los productos estrella para el Black Friday de 2017

Sobre todo en sus inicios, los descuentos del Viernes Negro se especializaban mucho en productos de electrónica. Móviles, tablets, televisores, etc. eran el tipo de productos más vendidos. De hecho, Aladinia no empezó a notar sus efectos hasta el 2015, 3 años después de que se empezara a celebrar en España. No obstante, si un e-commerce de regalos experiencia como Aladinia ya hace años que nota sus beneficios, es evidente que las categorías de productos típicas del Black Friday se han ampliado. En su caso, Aladinia prevé que para este año el mushing (trineos tirados por perros), los deportes de nieve en general, los spas y los baños árabes sean las actividades más elegidas por sus clientes.

Datos de contacto:

Ignasi Thió

Responsable de merchandising y SEM

931 000 525

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Marketing](#) [Entretenimiento](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)