

12 de junho - namorados

# Dia dos NAMORADOS

O amor está no ar e no último ano movimentou mais de

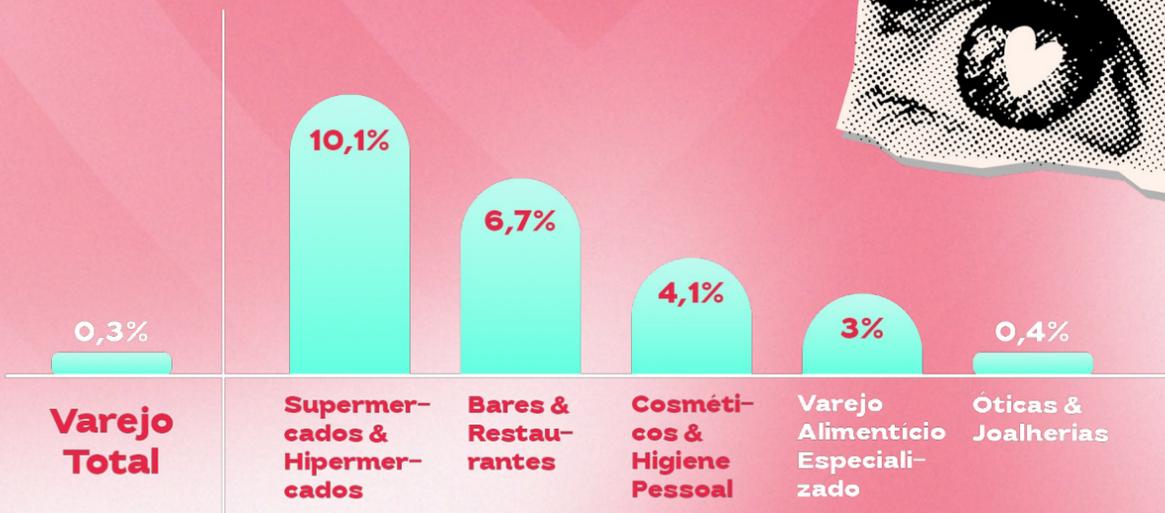
**R\$ 2 Bi!**

Em 2023, tivemos o **crescimento de vendas** de alguns setores.

## Desempenho 2023

### Dia dos namorados

Crescimento Faturamento Nominal Varejo Brasil  
Dia dos Namorados 2023 vc 2022



ICVA - Dia dos namorados 2023

Comparação entre os períodos de 06 a 12 de junho de 2023 vc 06 a 12 de junho de 2022.

Já no quesito presentes, vemos uma preferência pelas categorias:

Brinquedos e Jogos

Roupas/Calçados/Bolsas

Livros

Alimentos e Bebidas

Eletrônicos

Saúde e Beleza

Fonte: YouGov

## O público **prefere comprar online!**

Cerca de **56%** das pessoas que comemorariam o Dia dos Namorados tem preferência pelo **comércio eletrônico**

Fonte: YouGov

As pessoas gostam de demonstrar amor!

**62,3%**

da população afirma estar em algum tipo de relacionamento

**85%**

dos casais pretendem presentear no dia dos namorados

**76%**

dizem que presentear nessa data é forma de demonstrar carinho e afeto

Fonte: Plataforma Gente

## Os influencers fazem parte dessa jornada de compra

Da uma olhada em como foram as redes sociais no último ano

Taxa de Engajamento  
**5,46%**

- Insta  
Foto: 3,26%  
Carrossel: 5,55%  
Reels: 7,37%
- Tik Tok  
7,55%
- YouTube  
6,1%

Interações gerais  
**302 mi**



Visualizações gerais  
**1,12 bi**



Fonte: Tagger

### Marcas que mais tiveram post patrocinado na data

**SHEIN**

**PERNAMBUCANAS**



*Kopenhagen*



**paco rabanne**  
PARIS



**RENNER**

**CacauShow**  
\*\*\*\*\*

### Marcas que mais tiveram menções orgânicas

**SHEIN** **oBoticário**



**NETFLIX**



**CONVERSE**

**RENNER**



**AREZZO**

Fonte: Tagger

## O PODER da influência!

75% já comprou algum produto por influência de algum influenciador

+60% das pessoas curtem quando um influenciador dá uma dica sobre um produto ou serviço

64% das pessoas que seguem influenciadores depositam um alto nível de confiança neles

Fonte: OpinionBox / Qualibest+Spark / MindMiners+Spark

Para tangibilizar, selecionamos alguns moods de perfis e alguns dos principais conteúdos para esse dia dos namorados

### Macros



@reviewsporsp



@tiagosouzacs



@anaflaviaverdade



@gienliu

### Micros



@miwakashiwagi



@daphneruivo

\*Apenas modelos de Persona para exemplificação da curadoria. Após o fechamento do projeto a Spark fará uma curadoria para o cliente.

**Te conheço tão bem:** Vídeo bem humorado com os creators dublando as falas que seus amados mais utilizam durante o dia-a-dia.

**Se liga na listas:** Uma lista com os Top 5 presentes mais criativos para dar pra pessoa amada.

**Conquistando pelo estômago;** Tutorial ensinando uma receita simples e deliciosa para fazer a dois e comemorar essa data.

**Competição sadia:** Desafios de casal para saber quem conhece mais o outro são sempre engraçados e divertidos.

**Pegadinha do amor:** Um conteúdo que gera conexão são as pegadinhas com final feliz e muito amor.

**Amor plural:** Mostrar casais em todas suas formas é uma maneira de engajar e apoiar causas.



**Vamos montar juntos uma estratégia para sua marca aproveitar as oportunidades do Dia dos Namorados?!**

**Com mais de 10 anos de mercado e atendimento especializado para todas as frentes de influência, a Spark utiliza metodologias & estratégias data-driven para elaborar a sua campanha de influência.**

**Temos soluções de todos os tamanhos para o seu negócio**

### Pacote P 20 micros

Interações  
Estimadas  
**18.000**

Impactos  
Estimados  
**300.000**

#### Tiktok

1 vídeo no perfil do creator + 1 vídeo no perfil da marca

OU

#### Instagram

1 combo de stories + 1 feed (reels /carrossel/estático)

OU

#### Instagram + TikTok

1 combo de stories + 1 vídeo no TikTok

**R\$ 55.000,00**

### Pacote M 50 micros

Interações  
Estimadas  
**45.000**

Impactos  
Estimados  
**750.000**

#### Tiktok

1 vídeo no perfil do creator + 1 vídeo no perfil da marca

OU

#### Instagram

1 combo de stories + 1 feed (reels /carrossel/estático)

OU

#### Instagram + TikTok

1 combo de stories + 1 vídeo no TikTok

**R\$ 130.000,00**

### Pacote G 40 micros

Impactos estimados  
**11.000.000**

#### Escopo

1 combo de stories + 1 reels de até 15" + 1 vídeo display

Nível máximo de impacto por meio de audiências customizadas + Remarketing + Programática

**Objetivo:** Topo, Meio e Final de Funil

**Período:** A partir da veiculação, são necessários 60 dias de impulsionamento

**Canais:** Metas ADS e Programática

**CPM:** R\$ 20,00 (apenas nesse caso, pode colocar o CPM)

**R\$ 250.000,00**



**Fale com nossos especialistas!**

**ENTRAR EM CONTATO!**