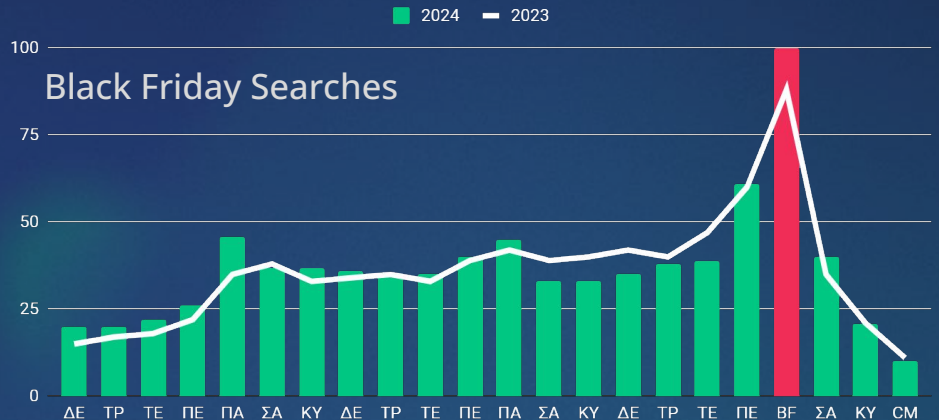


# Black Friday 2024

## +14%

### Αναζητήσεις

την ημέρα του Black Friday  
Οι αναζητήσεις ήταν αυξημένες την Παρασκευή σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Ο συνολικός όγκος των αναζητήσεων για αυτή την εβδομάδα, παρέμεινε σταθερός.



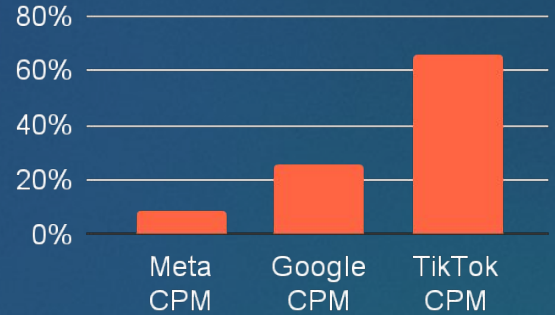
## +28%

### Revenue

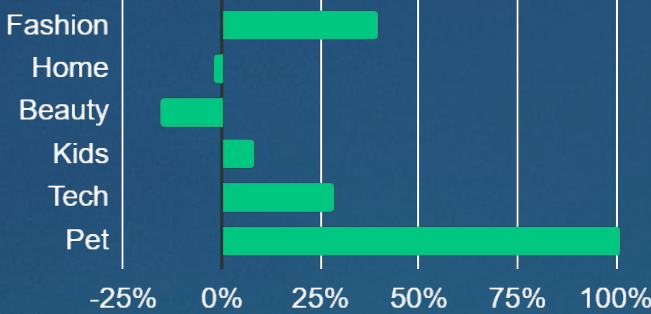
Σημαντική αύξηση τζίρου και διαφημιστικών δαπανών, με θετική απόδοση για τα eshops.

## +21%

### Media Spend

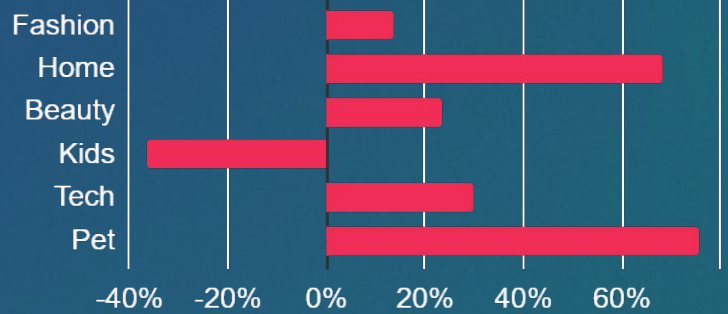


### Revenue



Διαφορετική απόδοση ανά κλάδο, με ισχυρή ανάπτυξη σε Fashion, Tech & Pet, στασιμότητα στο Home και προκλήσεις στο Beauty.

### Media Spend



Σημαντική αύξηση media spend στους περισσότερους κλάδους, με εξαίρεση το Kids, που σημείωσε μείωση

## Key Takeaways

- Η Black Friday έχει πλέον εξελιχθεί σε Black Week και Black Month
- Full Funnel Strategy: Καλύτερα αποτελέσματα με ολοκληρωμένη προσέγγιση
- Pre-Black Friday ενέργειες: Ακόμα αποτελεσματικές, με έμφαση στη συνέπεια
- Καταναλωτές πιο απαιτητικοί με τη χαμηλότερη τιμή 30 ημερών
- Οι μεγάλες εκπτώσεις ξεχωρίζουν - Εξαιρέσεις για τα premium brands
- Προτιμήστε μείωση τιμών αντί κουπονιών για βέλτιστα αποτελέσματα

Οι συγκρίσεις αφορούν την περίοδο 25/11/24 έως 2/12/24 σε σχέση με την αντίστοιχη περιόδου (20/11 έως 27/11/23). Το Revenue βασίζεται στην καταγραφή του Google Analytics 4.