



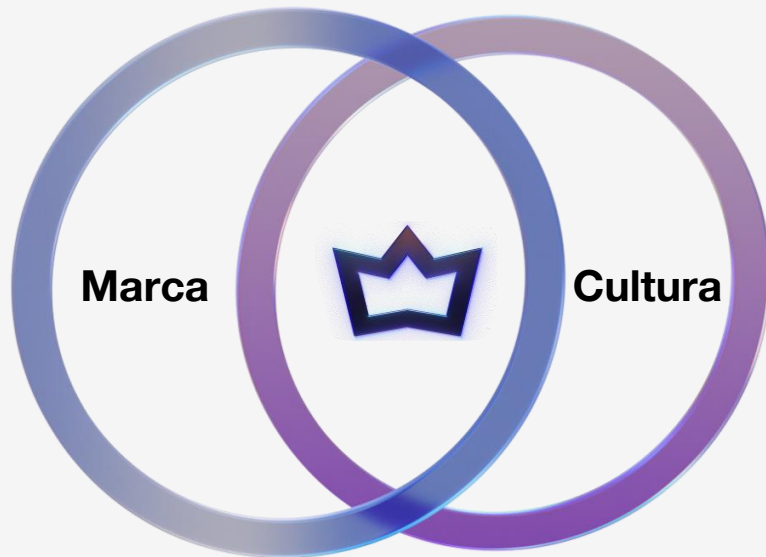
Seasonal Drops **Holiday Season**

 Meta

Powered by  winnin



A Winnin oferece às marcas a inteligência para **encontrar seu lugar autêntico na cultura**



A CAMADA QUE FALTAVA EM INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIO

Como transformamos Inteligência Cultural em Crescimento de negócio

01 · DEMAND INTELLIGENCE

ONDE A
DEMANDA
ESTÁ
SURGINDO?

GROWTH OPPORTUNITIES

02 · BRAND INTELLIGENCE

ONDE POSSO
VENCER COM
CREDIBILIDADE?

RIGHT TO WIN

03 · COMMUNITY INTELLIGENCE

COMO EU
GANHO
RELEVÂNCIA?

GROWTH ACCELERATORS

04 · SHARE OF ATTENTION

ESTOU
VENCENDO NA
CULTURA?

MARKET RELEVANCE

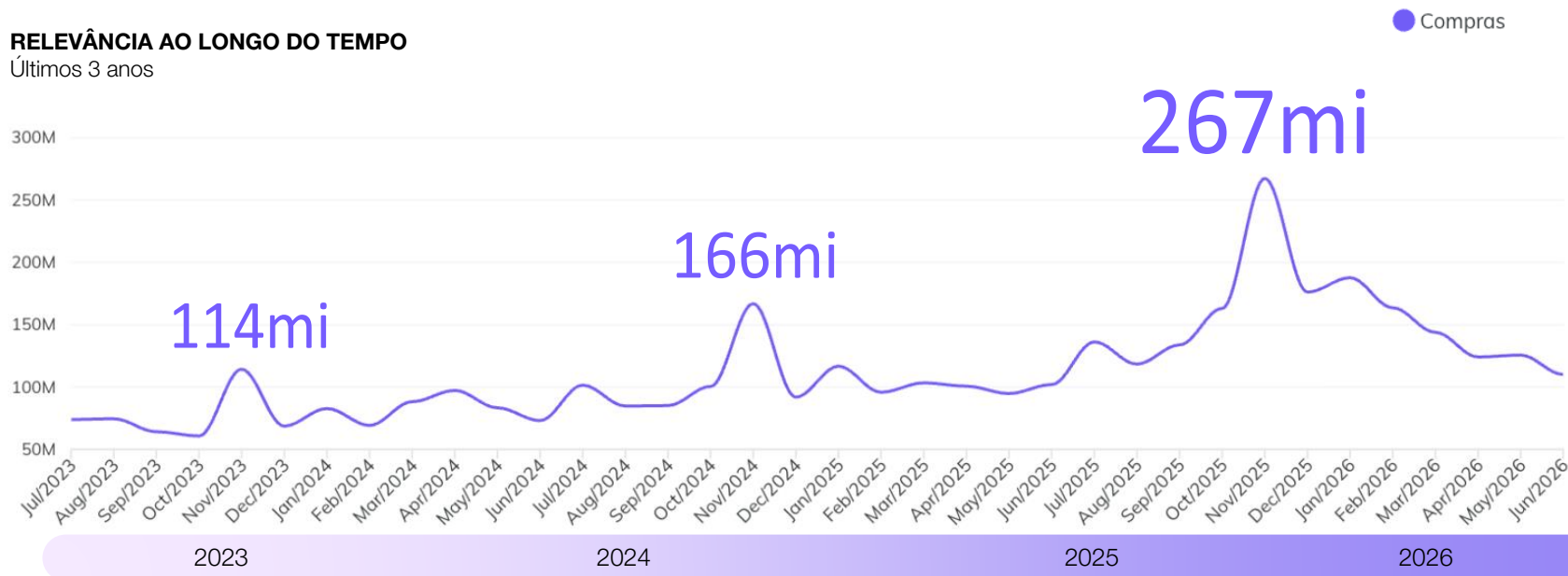
O futuro pertence a empresas com melhor direção.

Para onde a temporada
de compras aponta?

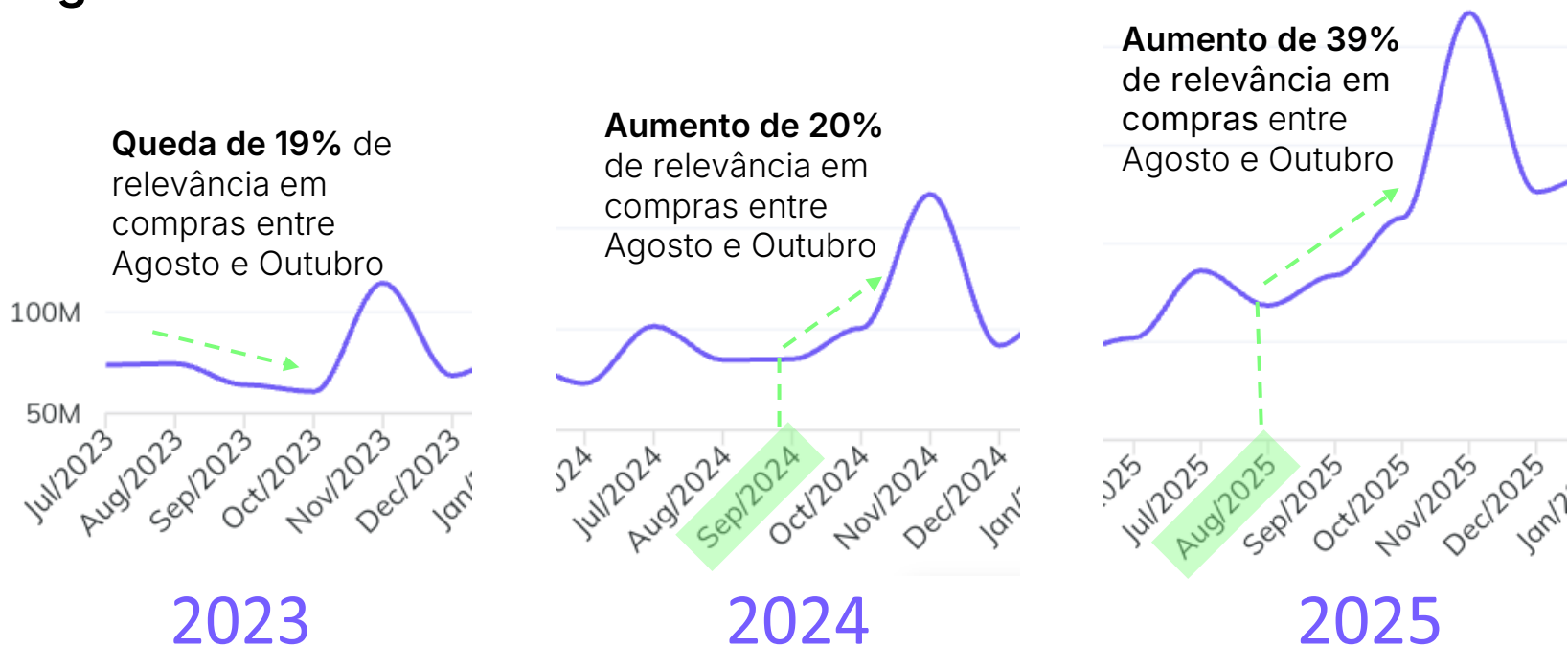
Nos últimos 3 anos, as conversas em torno de compras cresceram **constantemente**, sempre marcando picos durante o mês de Black Friday.

RELEVÂNCIA AO LONGO DO TEMPO

Últimos 3 anos



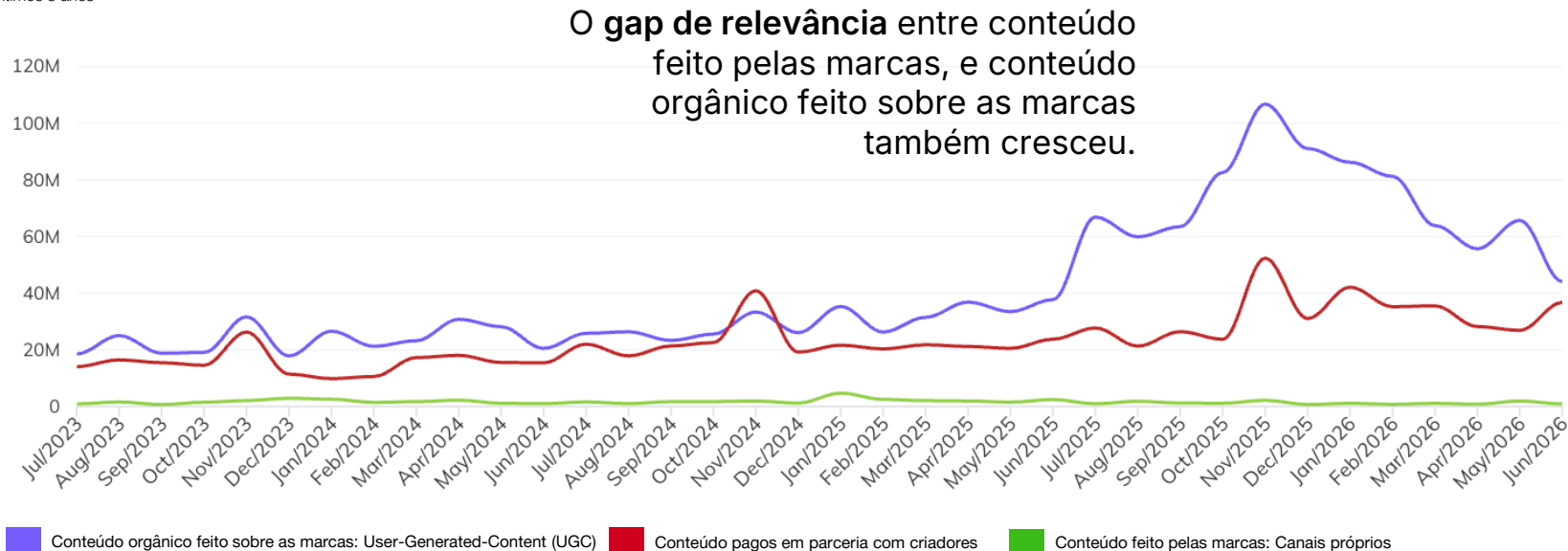
Ao longo deste período, a curva vem mudando de figura:
a relevância para compras começa cada vez mais cedo no segundo semestre.



Mas não necessariamente da maneira que a sua marca acha.

RELEVÂNCIA AO LONGO DO TEMPO

Últimos 3 anos



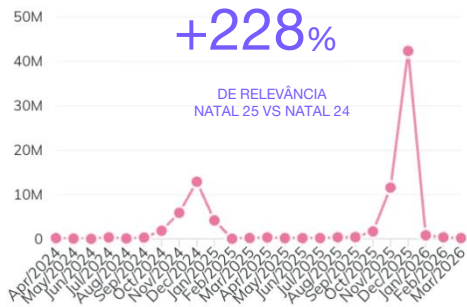
A demanda existe, mas as marcas não acompanharam.

Os comportamentos que dominaram a última temporada de compras

As compras durante o **Natal de 2025** foram as que mais **cresceram** em relevância.

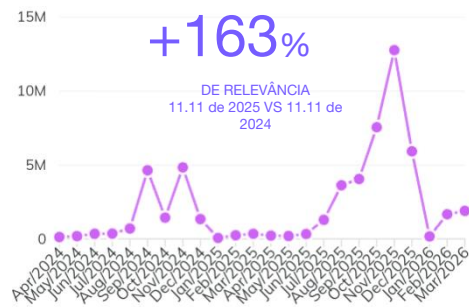
COMPRAS DE NATAL 🎄

RELEVÂNCIA AO LONGO DO TEMPO
Últimos 2 anos



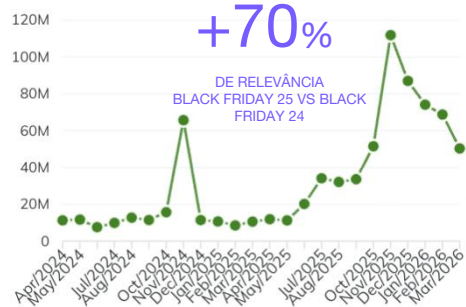
DATAS DUPLAS 📅

RELEVÂNCIA AO LONGO DO TEMPO
Últimos 2 anos



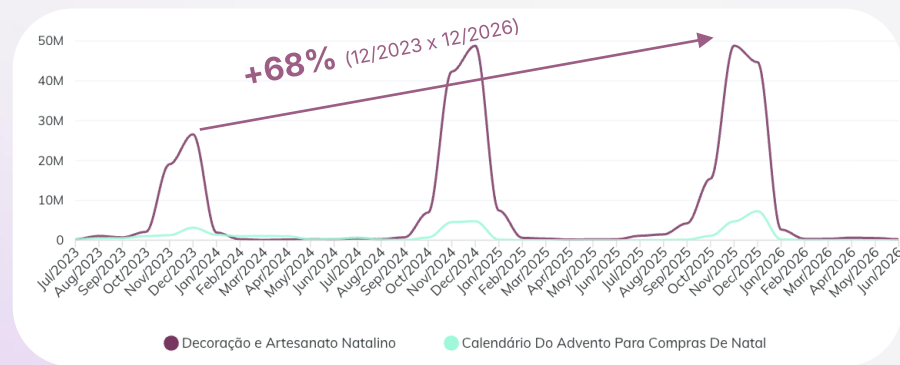
BLACK FRIDAY 🛍️

RELEVÂNCIA AO LONGO DO TEMPO
Últimos 2 anos



O ritual estendido e performático de Natal

Como a celebração vem se adaptando à casa como refúgio e à vontade de compartilhar.



DEMAND INTELLIGENCE

Calendário do advento e decoração natalina são comportamentos que esticam a experiência do Natal no tempo de maneira "camera friendly". O calendário se torna formato de conteúdo, uma motivo para gravar todos os dias, enquanto a decoração se torna identidade, criando um ambiente doméstico carregado de símbolos instagramáveis.



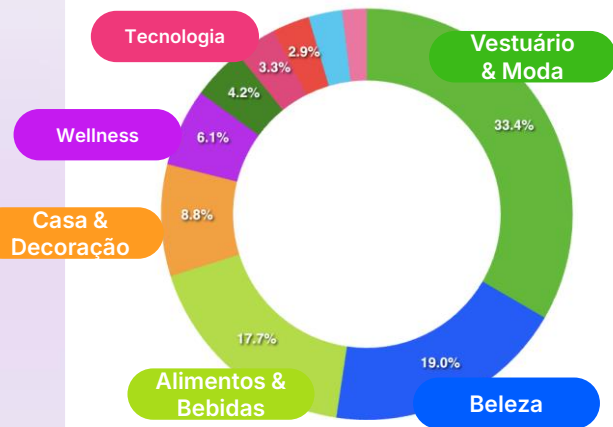
Moda e Beleza juntos movimentam metade do engajamento

Holiday Season 2024

Share of engagement

Topics comparison - Nov 01, 2024 - Dec 31, 2024

Data universe: 57M Engagement, 1B Views, 28k...

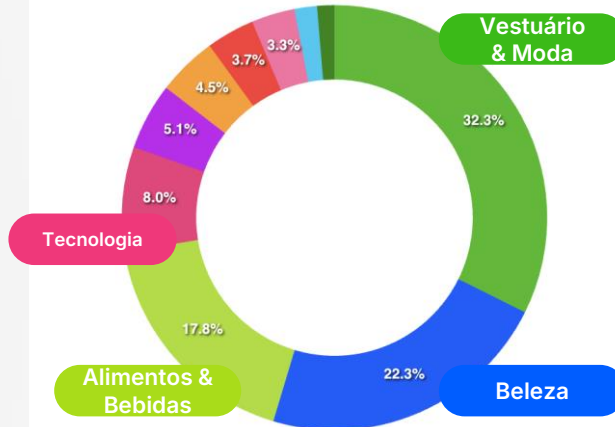


Holiday Season 2025

Share of engagement

Topics comparison - Nov 01, 2025 - Dec 31, 2025

Data universe: 61M Engagement, 3B Views, 44k...



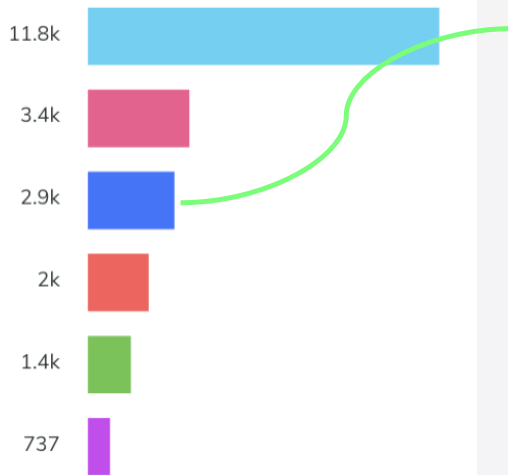
Mas **tecnologia** é a categoria que mais cresce em share entre as Holiday Seasons 2024 e 2025

O react abriu espaço para formatos mais autênticos

Holiday Season 24

Engagement

Topics comparison · Average · Nov 01, 2024 - Dec 31, 2024
Data universe: 4M Engagement, 77M Views, 3k Videos



Holiday Season 25

Engagement

Topics comparison · Average · Nov 01, 2025 - Dec 31, 2025
Data universe: 3M Engagement, 60M Views, 2k Videos



A reprodução massiva de achadinhos e Reacts parece saturar o consumidor com emoções exageradas e listas artificiais de afiliados, e abre espaço para conteúdos que sejam mais genuínos e *relatable*.



Tô economizando tanto 🤔, comenta EU QUERO que te envio o link desse item...
nicoolers
6 months ago
347k Views 12.5k Likes



Eu e quem? 🤔..... #reels #explore #fyp #viral #humor #reelsinstagram...
kilvinha
7 months ago
0 Views 38.5k Likes

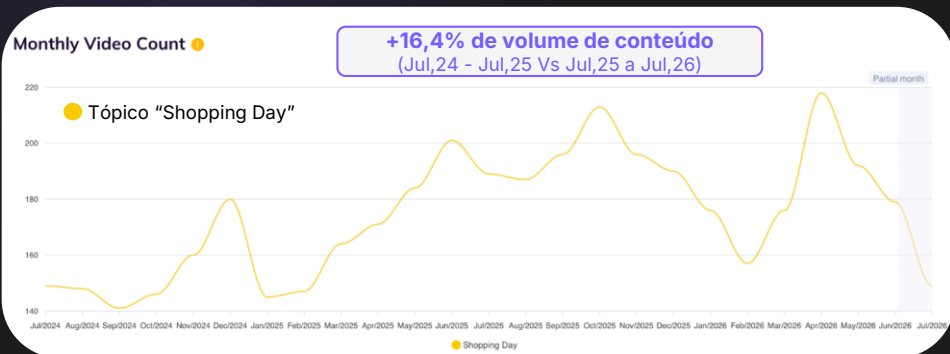
CREATOR TIP

Em vez de apostar só em promoção, explore com o criador situações cotidianas e engraçadas que o público já reconhece nele. O que gera identificação não precisa gritar "oferta", mas sim o consumidor se ver na história.

Novos espaços de demanda: a jornada do consumidor na holiday season 2026

Espaços de **descoberta**

Compras na loja física se tornaram programa de lazer (e de conteúdo)



DEMAND INTELLIGENCE

O contraste entre as duas modalidades de compra está ficando mais nítido. Enquanto a online concentra o prazer no clique impulsivo e no unboxing, o consumidor está transformando a compra presencial em experiência social e divertida.

CREATOR TIP

Leve o criador ao seu ponto de venda e transforme a compra em experiência para além do momento do unboxing, que é o único existente no online.



Espaços de **consideração**

A IA está eliminando a incerteza no processo de compra

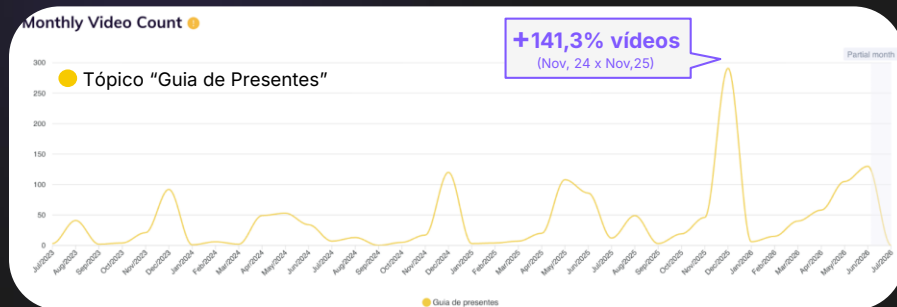


DEMAND INTELLIGENCE

O consumidor não compra mais no escuro. Antes de qualquer decisão, seja produto de cabelo, decoração ou look, ele testa, visualiza e valida com ajuda da IA. Esse comportamento remove fricções da jornada de compra, especialmente no online.



A curadoria humana no caos digital: guia de presentes



DEMAND INTELLIGENCE

Enquanto o ambiente digital cria abundância sem contexto: infinitas opções, mas sem o toque, sem o ambiente da loja, sem o vendedor, vemos o crescimento em formatos com toque humano de uma curadoria planejada que tem o criador como intermediário.

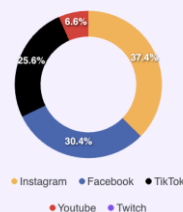
CREATOR TIP

Incentive o criador a trazer as próprias preferências, gostos e contexto pessoal para o guia de presentes. Quando a curadoria tem identidade, ela vira referência e pode aproximar ainda mais a audiência.



Video distribution

Instagram has the most videos about this territory and is 22% bigger than the second position



Espaços de decisão

Gastanças impulsivas como parte do planejamento



DEMAND INTELLIGENCE

O consumidor evoluiu sua consciência financeira, mas não eliminou o desejo pelas comprinhas impulsivas, tentando se controlar. Ao mesmo tempo que ironiza seu "descontrole financeiro", sabe que é importante repensar algumas compras.

CREATOR TIP

Explore com o criador o formato "quero muito isso" — itens que ficaram na cabeça, que ele salvou, que custam mais mas fazem sentido. Esse tipo de indicação não parece publi, parece conversa, evitando o scroll do consumidor.



coisas caras que valem a pena



A embalagem vazia é o troféu do novo consumidor



DEMAND INTELLIGENCE

"Acabados do mês" se torna um formato de prestação de contas pública com o próprio consumo.

É anti-desperdício e/ou controle financeiro como identidade. Terminar o produto virou virtude. Tem um orgulho aí: "eu não abandonei no meio, eu fui até o

CREATOR TIP

Dar liberdade para o seu criador testar por vários usos antes de comunicá-lo, permitindo que ele apareça com um aspecto mais "usado", ou mesmo próximo do fim, é uma forma de potencializar a credibilidade na estratégia de influência.



Espaços de fidelização

Reposição do mês

Como realização pessoal



DEMAND INTELLIGENCE

Com a cultura de compras ocupando um propósito coletivo de desopilação e lazer, e levando o consumidor a gastar mais do que planejava com frequência, a **reposição do mês também é ressignificada, e passa a ser um momento mais raro de realização pessoal: de uma compra justificada e necessária.**





O gap de relevância

- **Conteúdos gerado por marcas:** Owned (Ads) + Paid (Influenciadores)
- **UGC sobre marcas:** Earned Channels (User-Generated Content)

