Mídia Kit 2026

# Associe sua marca a momentos de alegria e confraternização e venda muito mais.

Da formação do grupo à troca de presentes, o AmigoSecreto.com.br aproxima pessoas e faz parte de momentos especiais. Estar presente nessa experiência conecta sua marca à alegria de celebrar e fortalece os laços com o público.




O MERCADO

## Uma das maiores temporadas de compras do Brasil acontece dentro de uma tradição.

O público não chega por anúncios publicitários, mas de forma orgânica e natural, movido por uma tradição. Vem para se organizar e brincar, trazendo consigo a intenção e a necessidade real de comprar um presente.

Pesquisas apontam que mais de 40% dos brasileiros participam de um amigo secreto no fim do ano e que mais de 80% dessas confraternizações acontecem dentro de empresas.

### Mais de 90 milhões

**de brasileiros participando do amigo secreto**

### Pelo menos 1 presente

**Cada participante assume o compromisso de presentear alguém.**

### R$ 110

**Ticket médio por presente.**

### Cerca de R$ 10 bilhões

**em potencial de compras de presentes de amigo secreto.***

POR QUE IMPORTA

**Quantos desses presentes serão comprados na sua loja? Quantos levarão a sua marca?**

* Estimativa baseada em mais de 90 milhões de participantes × 1 presente × R$ 110: mais de R$ 10 bilhões.

UMA JORNADA, QUATRO RESULTADOS

# Escolha o papel que a marca deve cumprir.

O plano pode trabalhar uma etapa específica ou conectar todas elas, da lembrança à visita qualificada.

01
### Ser lembrada
Display e patrocínio acompanham a navegação com alcance, frequência e associação à temporada.

02
### Entrar na escolha
Categorias, seções na vitrine, sugestões e carrosséis colocam o produto no repertório da pessoa.

03
### Virar desejo
O botão Quero ganhar transforma interesse em preferência declarada dentro da lista do participante.

04
### Gerar visita
O botão Comprar leva tráfego qualificado ao ambiente do anunciante, no momento da decisão.

DESDE 2001

# O site oficial de uma brincadeira que atravessa gerações.

O Amigo Secreto nasceu quando seus fundadores criaram um pequeno sistema para eliminar os papelzinhos e resolver o sorteio entre amigos. A solução foi compartilhada, cresceu pelo convite entre participantes e tornou-se referência nacional.

Hoje, a plataforma reúne grupos privados, sorteio inteligente, mensagens anônimas, mural, listas de desejos, vitrine de presentes e todos os dados da confraternização.

01
### Criar
O organizador abre o grupo, define data e faixa de valor.

02
### Convidar
Cada pessoa traz novos participantes para a plataforma.

03
### Sortear
Todos descobrem quem irão presentear, em absoluto segredo.

04
### Desejar
Listas de desejos transformam preferência em intenção declarada.

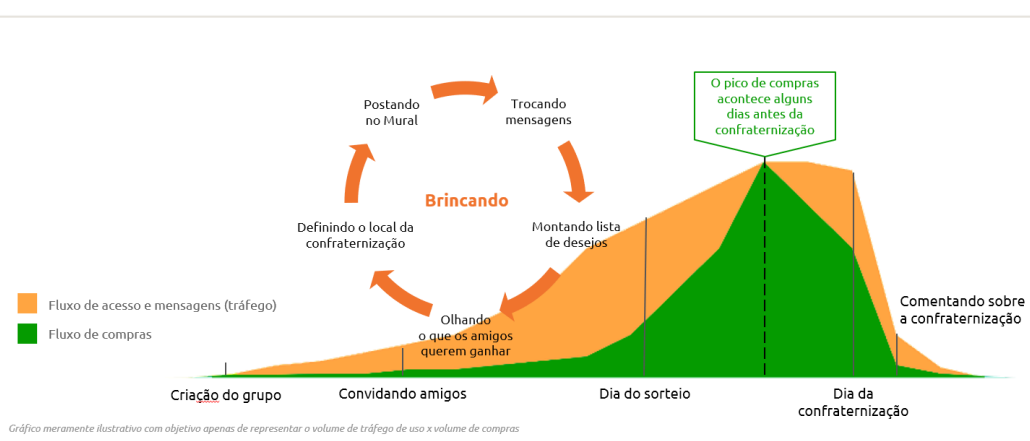
05
### Comprar
Ofertas relevantes levam tráfego qualificado à loja anunciante.

06
### Celebrar
A confraternização conclui uma jornada média de 30 dias.

A EXPERIÊNCIA POR DENTRO

# Entenda por que o usuário volta e onde a compra é definida.

O Amigo Secreto não é uma visita única. É uma jornada compartilhada que começa com o convite, ganha intensidade no sorteio e chega ao auge nos dias que antecedem a confraternização.




O uso cresce após o sorteio; a intenção de compra atinge o pico pouco antes da confraternização.

## O anunciante acompanha a decisão, não apenas o resultado.

Enquanto o grupo troca mensagens e consulta listas, a marca pode inspirar, apresentar alternativas, reforçar uma oferta e acompanhar a decisão até o fim. Isso cria diversos pontos de contato dentro de uma mesma necessidade de compra.

**Em termos simples:** a plataforma sabe que haverá um presente, conhece a faixa de valor do grupo e está presente justamente quando o participante procura o que comprar.

**1** **O grupo nasce**
Uma pessoa cria o grupo, escolhe o nome, informa a data da confraternização e define quanto todos pretendem gastar.

**2** **Os amigos chegam**
O convite circula por WhatsApp, e-mail ou link. Cada novo participante amplia organicamente o alcance da plataforma.

**3** **O sorteio acontece**
O sistema distribui os nomes em segredo. A partir daqui, cada pessoa passa a ter uma missão concreta: encontrar um presente.

**4** **O grupo continua vivo**
Mural, mensagens anônimas e recados mantêm as pessoas voltando ao site durante toda a preparação da festa.

**5** **O desejo fica visível**
Cada participante monta sua lista. Quem o sorteou consulta preferências, tamanhos, categorias e ideias antes de decidir.

**6** **A oferta vira solução**
A vitrine apresenta produtos compatíveis com a ocasião. O usuário pode salvar o item ou seguir diretamente para a loja anunciante.

O CICLO COMERCIAL **Descoberta → Intenção → Comparação → Desejo → Compra**

PERFIL E COMPORTAMENTO

# Uma audiência adulta, empregada e altamente participativa.

O grupo vive por cerca de 30 dias. Nesse período, as pessoas retornam, conversam, atualizam desejos, consultam preferências e se aproximam da compra.

**90%**
**empregados**

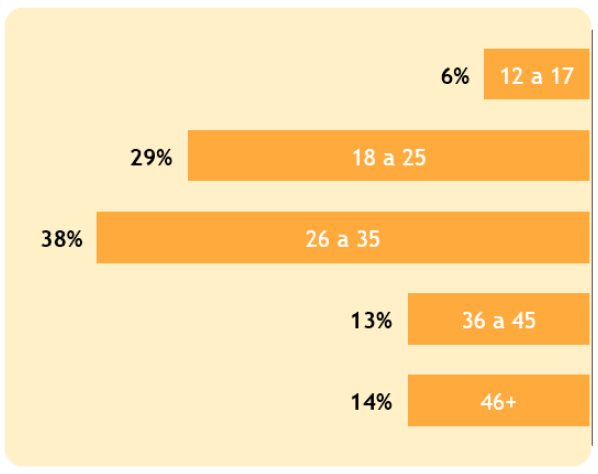
**67%**
**entre 18 e 35 anos**

**83,6%**
**com ensino superior completo ou em curso**

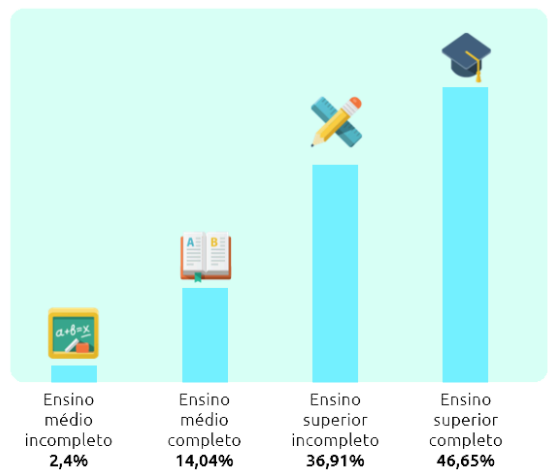
**3 visitas**
**semanais por usuário no pico**

**7 min**
**de duração média**

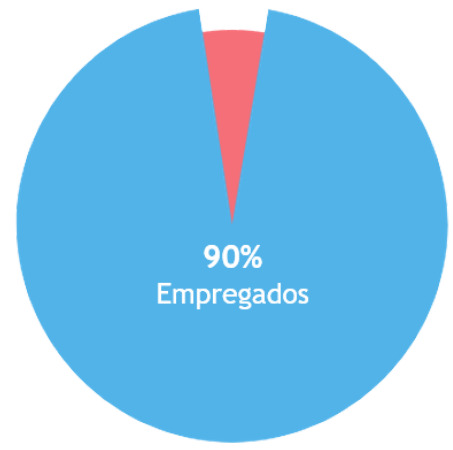
**8,17 páginas**
**por visita no histórico**




Distribuição histórica por idade




Escolaridade da base




Situação profissional

Por que anunciar aqui

# Publicidade que ajuda a escolher, com as etapas centrais da brincadeira protegidas.

01

### Intenção real

Existe uma pessoa para presentear, uma faixa de preço e uma data limite.

02

### Compra necessária

Cada participante precisa adquirir pelo menos um presente para completar a brincadeira.

03

### Desejo declarado

A lista de desejos revela quais produtos têm maior chance de virar compra.

04

### Efeito multiplicador

Quem chega para comprar o presente do amigo também descobre itens para si e para a família.

05

### Liderança orgânica

A marca e o domínio são associados à brincadeira há mais de duas décadas.

06

### Temporada completa

A presença comercial pode acompanhar outubro, novembro, dezembro e o fechamento em janeiro.

DO ALCANCE AO RESULTADO

# Mesmo uma pequena conversão movimenta números relevantes.

O exemplo histórico do mídia kit mostra a lógica: com 2 milhões de participantes e ticket médio de R$ 100, apenas 5% de conversão já representariam 100 mil compradores e R$ 10 milhões em vendas.




Uma tradição nacional, recorrente e reconhecida. A força da ocasião nasce fora da mídia: famílias, amigos e empresas já chegam querendo brincar.

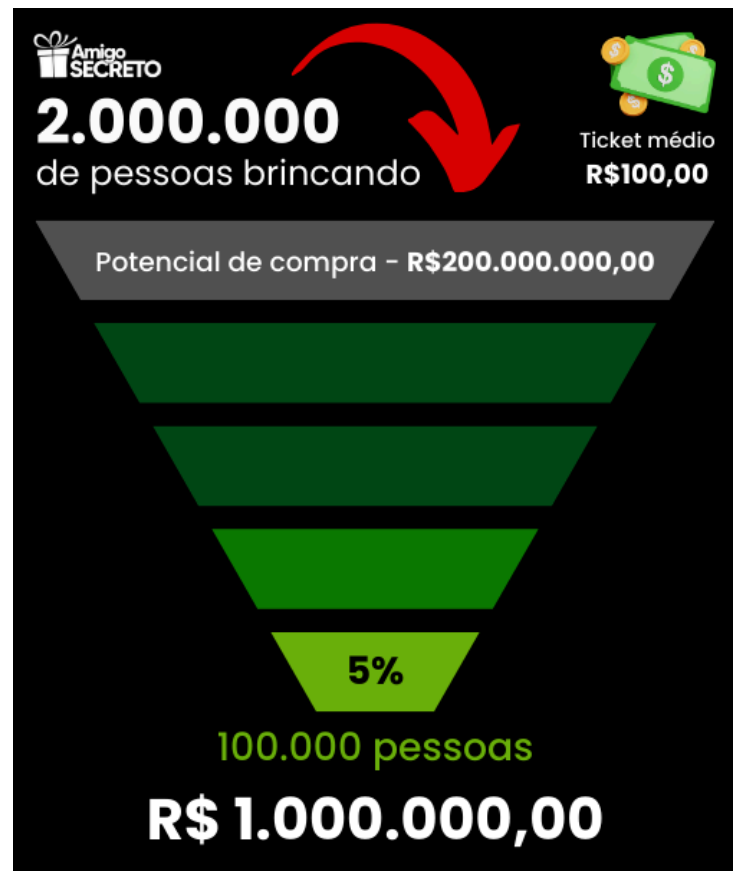



Ilustração de potencial, não garantia de resultado. A performance depende de categoria, produto, preço, criativo e disponibilidade.

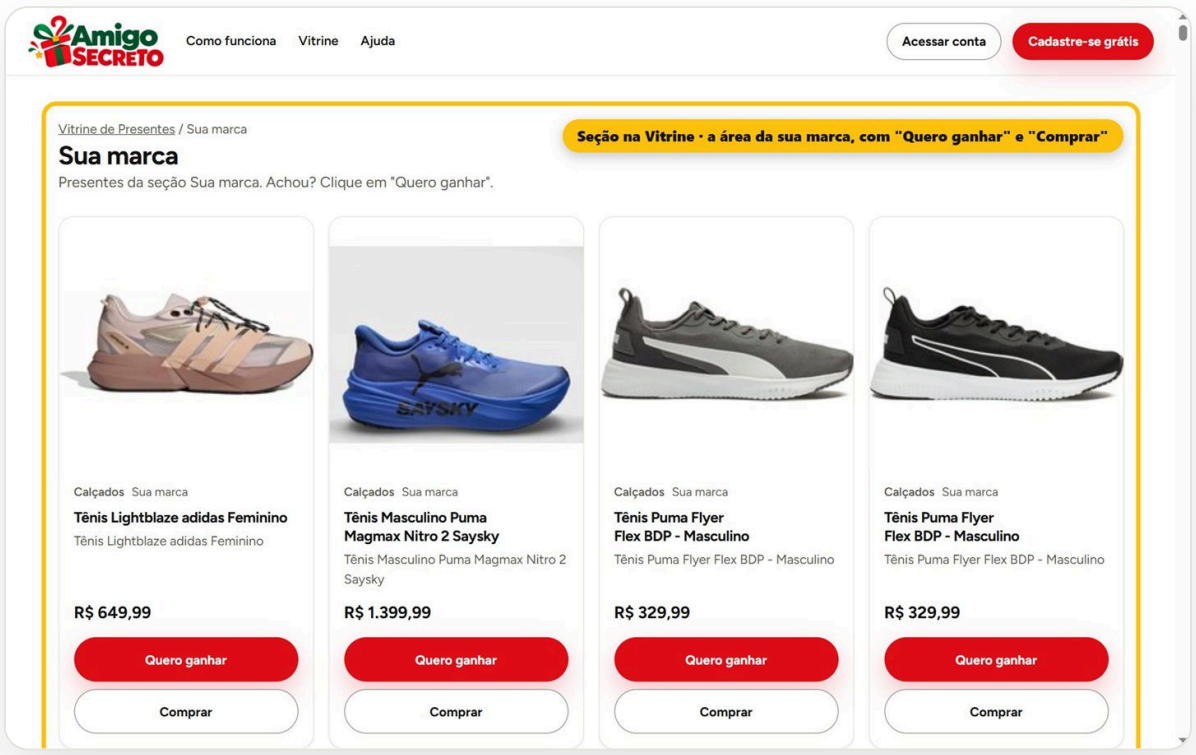
FORMATOS E INVESTIMENTOS

# Tudo o que a sua marca pode fazer no Amigo Secreto.

São **17** produtos, cada um mostrado no lugar em que o público o encontra. A posição da sua marca aparece contornada em amarelo. As imagens são do site no ar; as peças que só entram no site quando contratadas estão marcadas.

## Exposição de produtos

O produto da marca entra no lugar em que o participante procura o que dar. Cada oferta tem dois botões: "Quero ganhar", que salva o item na lista de desejos, e "Comprar", que leva a pessoa ao site do anunciante.




Captura de uma seção real da vitrine; o nome da marca é ilustrativo.

### Seção na Vitrine

**Área da marca na vitrine · temporada inteira**

| | |
|---|---|
| Sem exclusividade | **R$ 30 mil / temporada** |
| Com exclusividade | **R$ 40 mil / temporada** |

Sua empresa terá uma Seção na Vitrine para expor quantos produtos desejar, acessível a todos os usuários do site, cerca de 2 milhões neste ano. Com exclusividade, apenas os seus banners aparecem na sua seção, sem chance de banners de outros anunciantes.

**Melhor uso** E-commerce, varejo, marketplaces e produtos presenteáveis.

### Grupo Temático

**Na criação do grupo, uma opção de brincadeira só com produtos da marca**

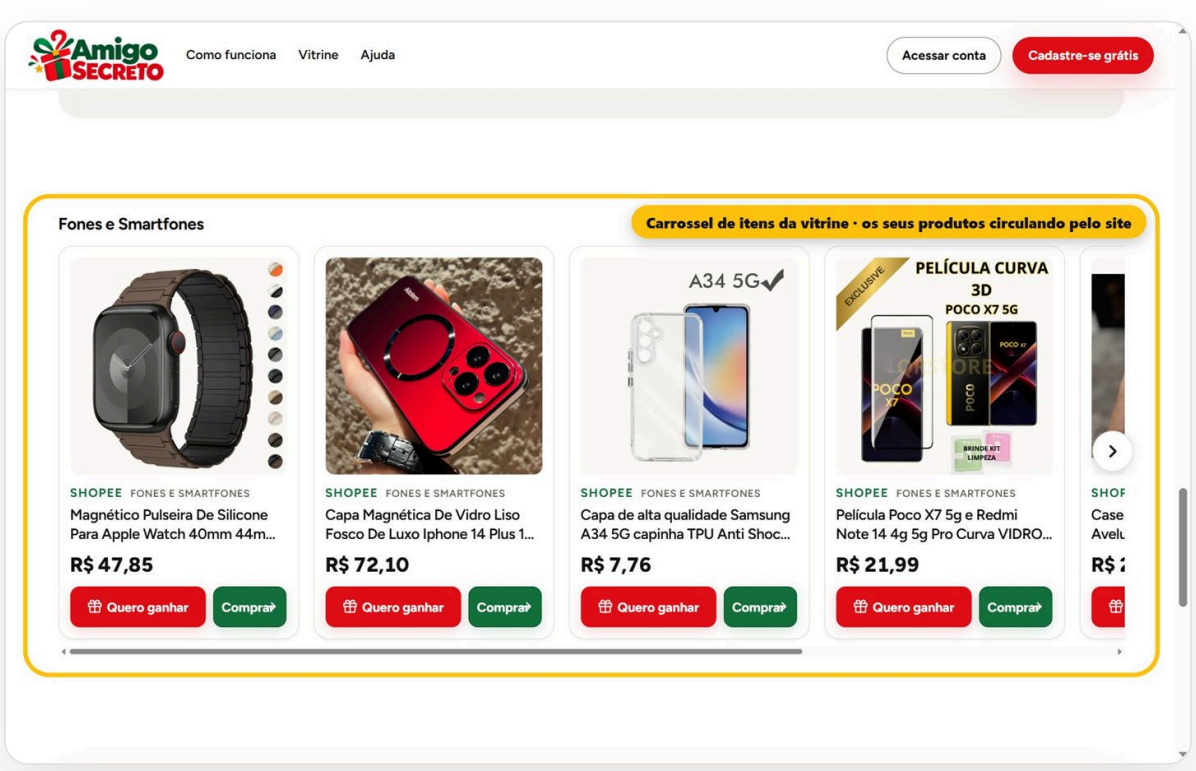
**R$ 30 mil / temporada**

Transforma a própria dinâmica do Amigo Secreto em ativação. A marca deixa de anunciar ao redor da brincadeira e passa a fazer parte dela.

**Melhor uso** Clientes, colaboradores, creators e programas de relacionamento.




**Entra no site só quando contratado** Como o grupo temático aparecia no site anterior: na criação do grupo, a opção Amigo Vinho, da Eniwine, com troca de presentes só com produtos do anunciante. O grupo da sua marca só passa a existir quando é contratado.




Captura do site no ar, com a posição da sua marca destacada.

### Carrossel de itens da vitrine

**Produtos da marca distribuídos ao longo do site · por mil exibições**

**R$ 50 CPM**

Apresenta diversas opções em pouco espaço, estimula descoberta e multiplica a chance de um item combinar com o presenteado. Aparece nas principais páginas da jornada, da home ao sorteio.

**Melhor uso** Catálogo, promoções e sortimento.

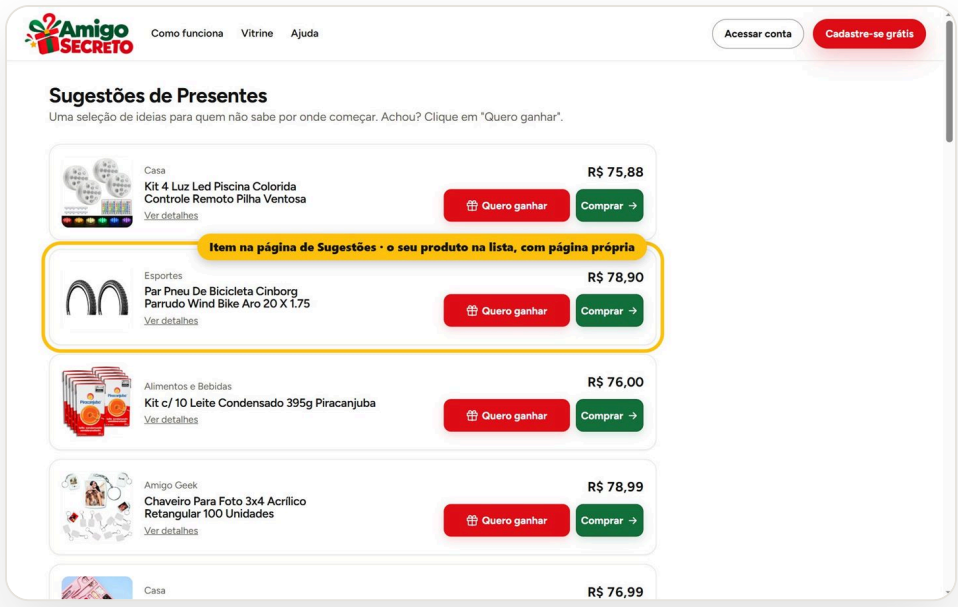
## Item na página de Sugestões

**Produto na página de Sugestões, com página própria · por mil exibições**

**R$ 50 CPM**

Entrega recomendação com contexto e aprofundamento. A página do produto explica benefícios antes de conduzir o usuário à loja.

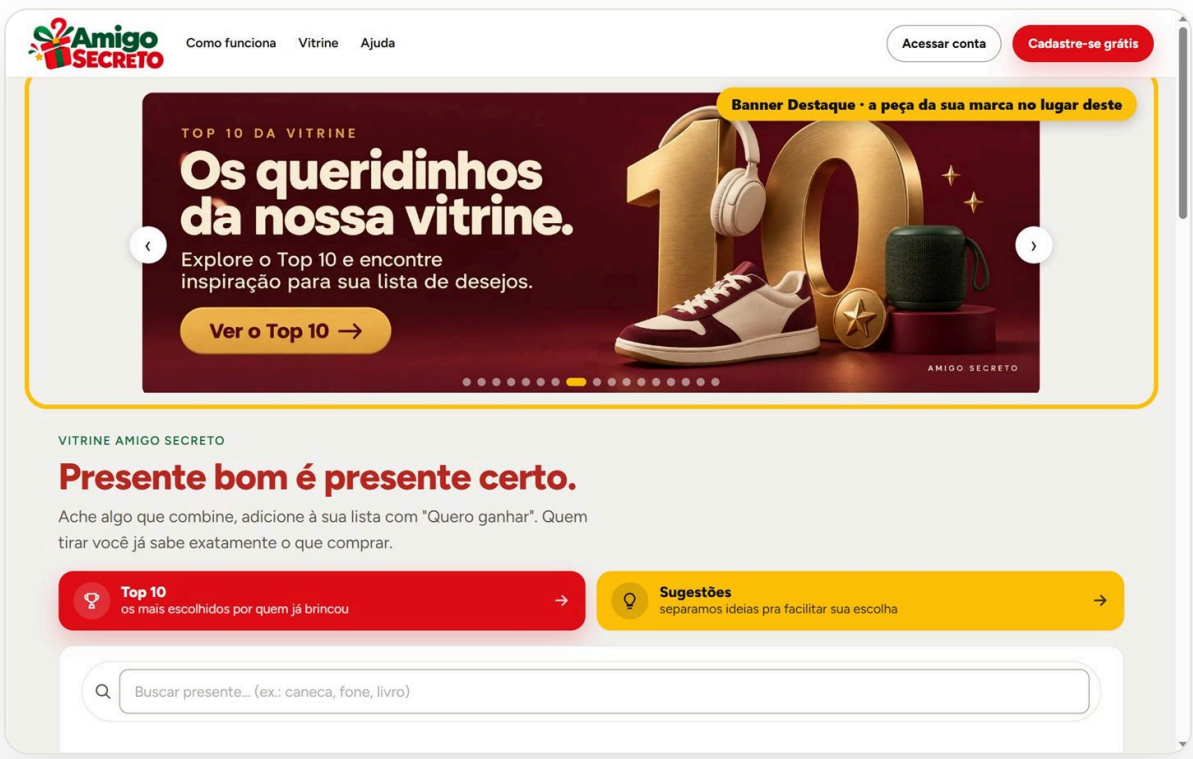
**Melhor uso** Produto herói, novidade e item que exige demonstração.




Captura do site no ar, com a posição da sua marca destacada.

# Banners de display

Os espaços que hoje recebem anúncios do Google podem ser reservados para a sua marca, por mil exibições (CPM). As medidas são as reais de cada espaço.




Captura do site no ar: a peça da sua marca entra no lugar deste banner.

## Banner Destaque

**O banner grande das páginas centrais da jornada**

**R$ 60 CPM**

O maior banner do site, no topo da vitrine e das telas de grupos. É peça nossa, sem rede do Google: quando vendido, a sua marca aparece sem concorrência na tela.

**Melhor uso** Campanhas integradas e promoções de alta prioridade.

## Modal Interstitial

**320 × 480 px · tela exclusiva, depois que a pessoa já entrou no conteúdo**

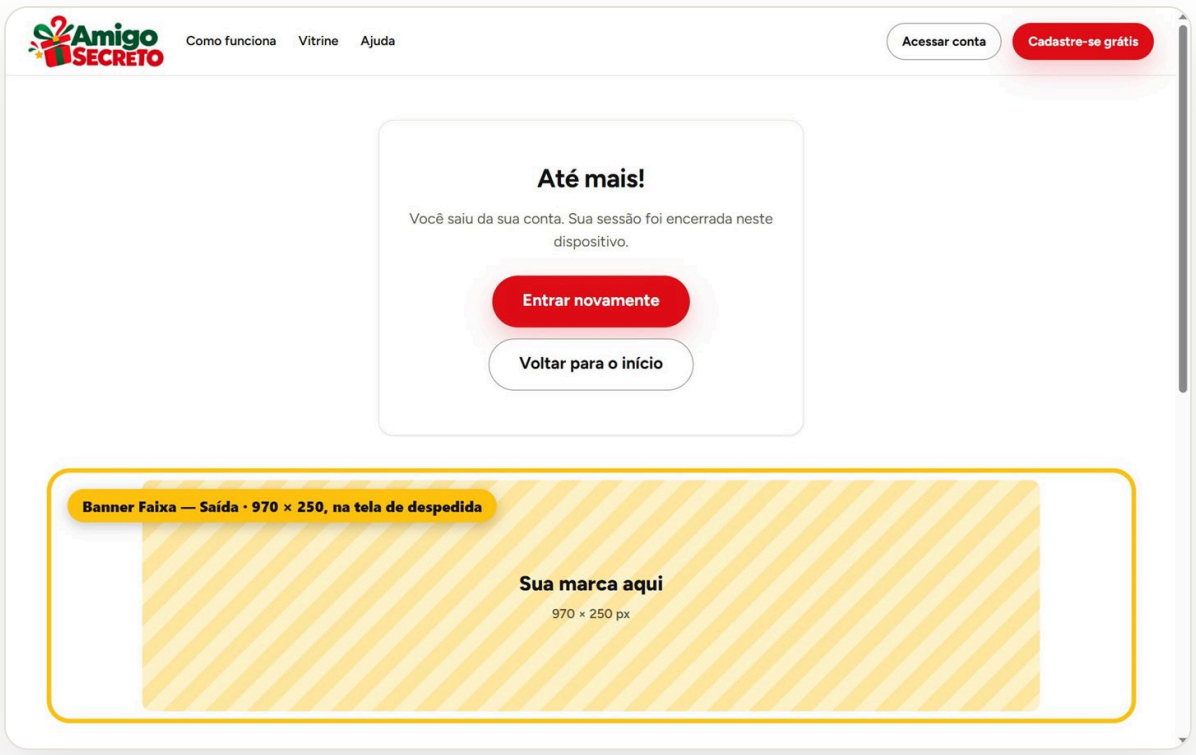
**R$ 50 CPM**

Entrega uma tela exclusiva num momento em que a pessoa já está navegando, nunca antes do cadastro, do convite ou da revelação. É o formato de maior impacto visual.

**Melhor uso** Grandes lançamentos, domínio de data e mensagens prioritárias.




**Entra no site só quando contratado** Exemplo de como a peça entra no site. Ela só passa a existir quando é contratada.




Captura do site no ar, com a posição da sua marca destacada.

## Banner Faixa — Saída

**970 × 250 px · na tela de despedida, quando a pessoa sai**

**R$ 50 CPM**

Converte o fim da sessão em uma última oportunidade de contato, sem concorrer com outras informações da página.

**Melhor uso** Cupom e oferta-relâmpago.

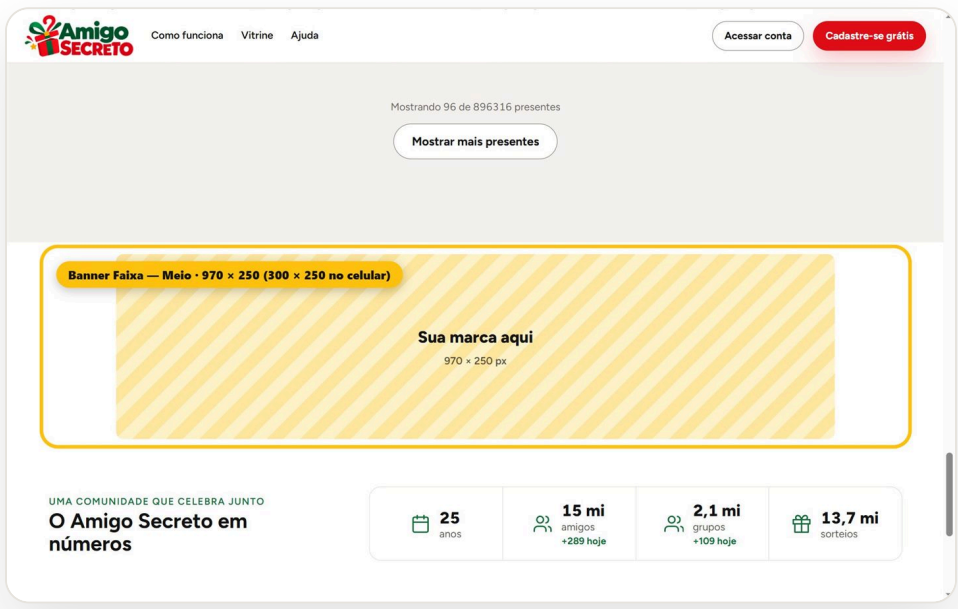
## Banner Faixa — Meio

**970 × 250 px no desktop · 300 × 250 px no celular**

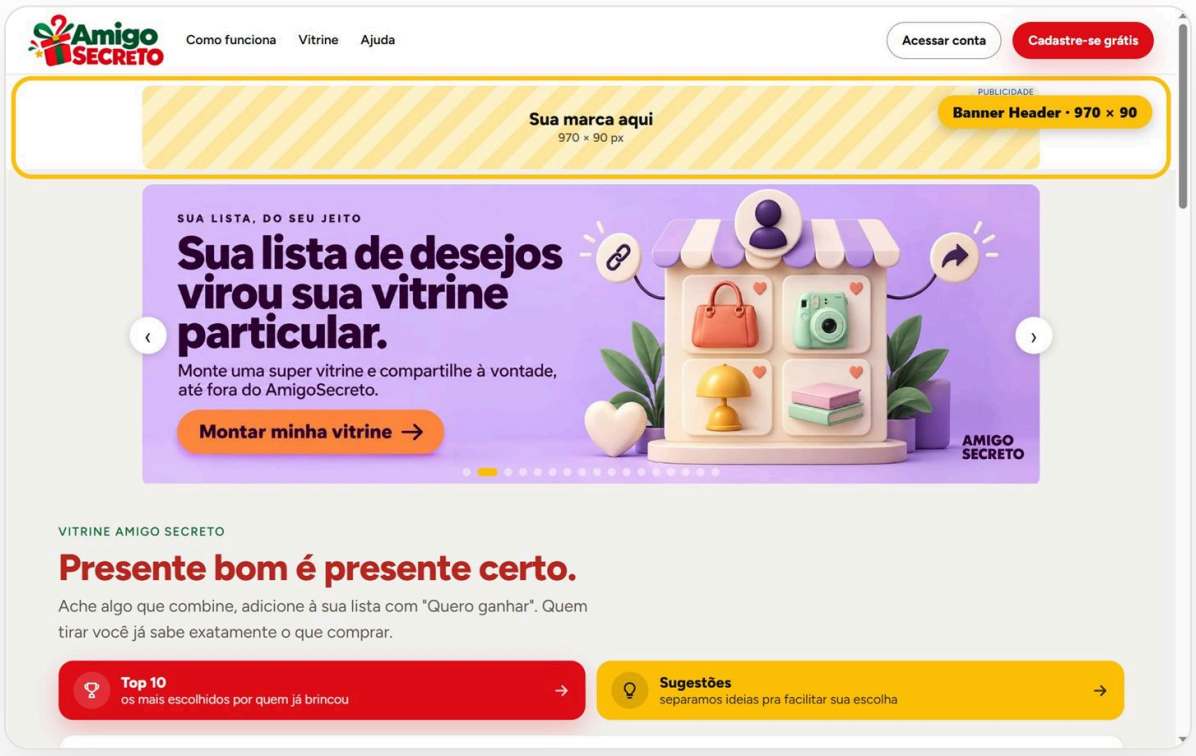
**R$ 30 CPM**

Entra no meio do conteúdo, entre os blocos da página. É o espaço presente em mais páginas do site.

**Melhor uso** Sustentação de campanha e frequência.




Captura do site no ar, com a posição da sua marca destacada.




Captura do site no ar, com a posição da sua marca destacada.

## Banner Header

**970 × 90 px · desktop, no topo das páginas de navegação**

**R$ 30 CPM**

Ocupa o ponto mais nobre da navegação e acompanha o usuário em diferentes tarefas. Constrói alcance, frequência e lembrança.

**Melhor uso** Campanhas nacionais e presença contínua.

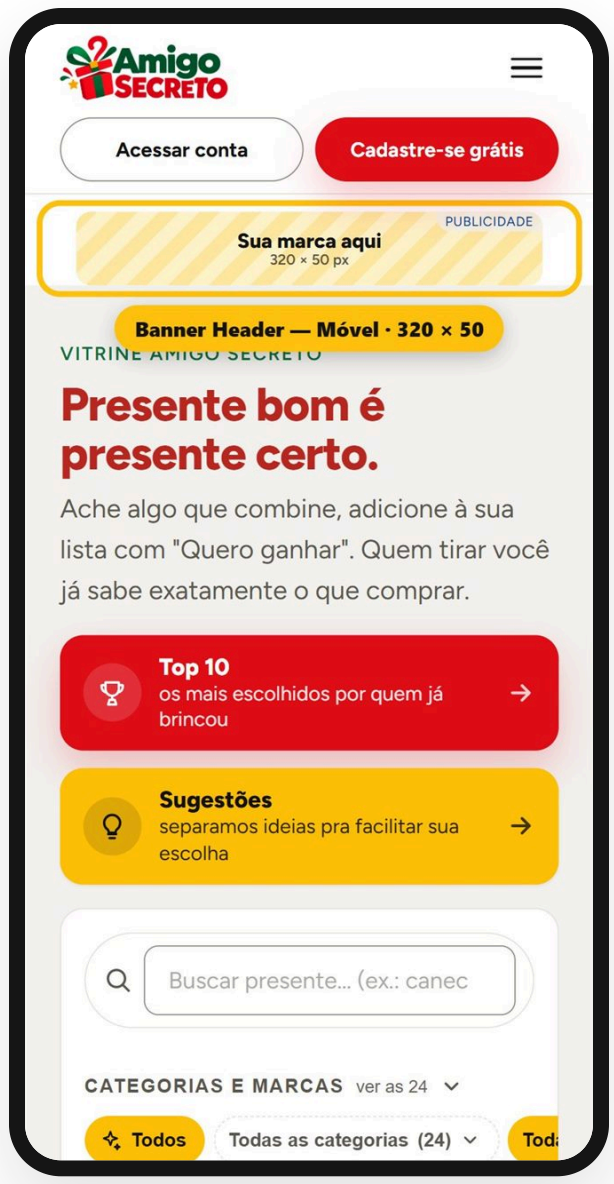
## Banner Header — Móvel

**320 × 50 px · celular, no topo das páginas de navegação**

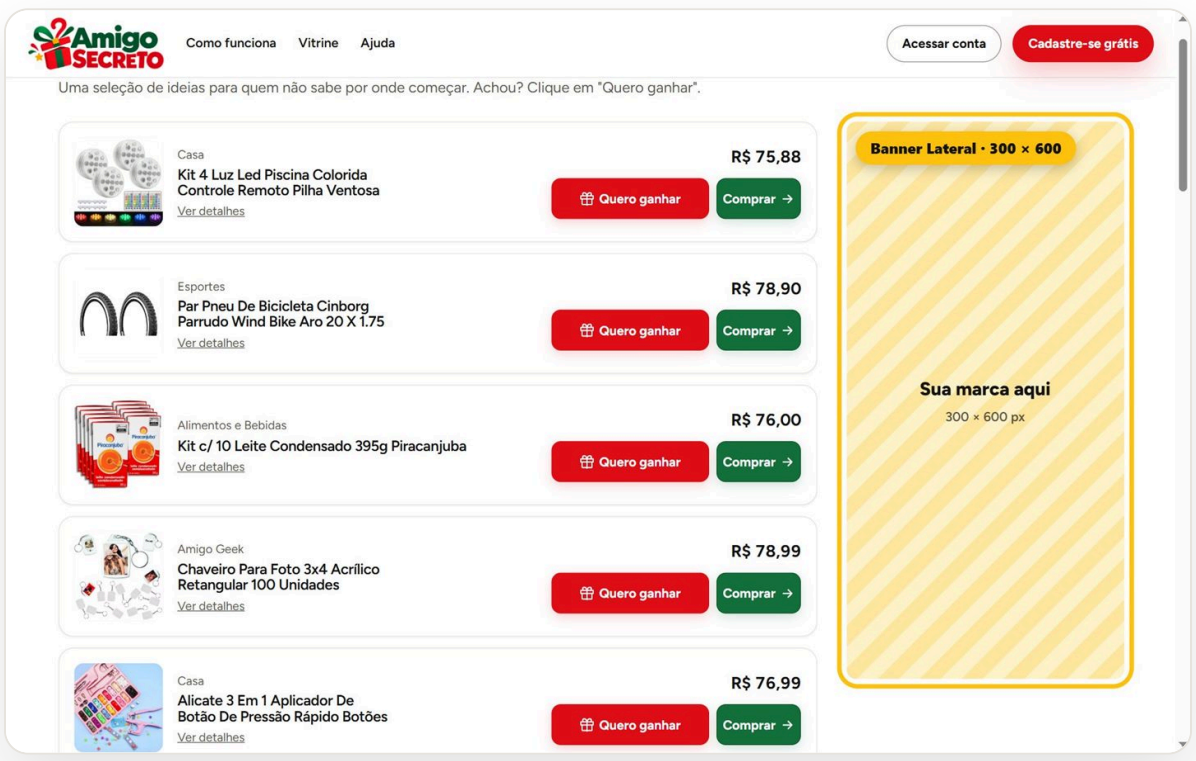
**R$ 30 CPM**

Leva a campanha para a tela em que convites, mensagens e consultas acontecem com maior naturalidade.

**Melhor uso** Alcance no celular e ofertas rápidas.




Captura do site no ar, com a posição da sua marca destacada.




Captura do site no ar, com a posição da sua marca destacada.

## Banner Lateral

**300 × 600 px · ao lado do conteúdo, no desktop**

**R$ 30 CPM**

Permanece ao lado do conteúdo sem disputar com a tarefa principal. Reforça uma oferta durante a exploração.

**Melhor uso** Sustentação de campanha.

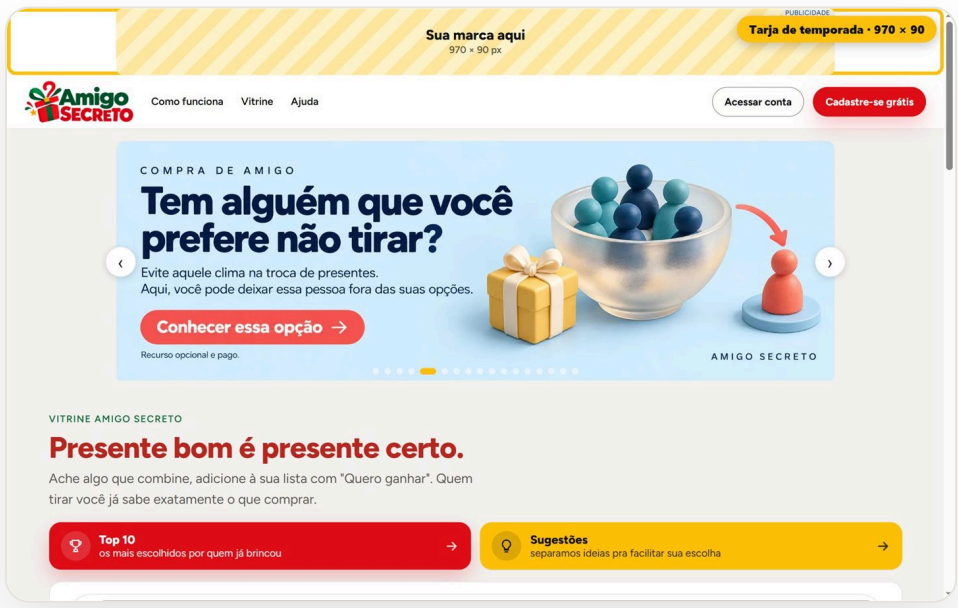
## Tarja de temporada

**970 × 90 px · faixa no alto das páginas, para quem ainda não entrou na conta**

**R$ 25 CPM**

Uma assinatura discreta e constante no alto das páginas, vista por quem está chegando ao site.

**Melhor uso** Assinatura de marca ao longo da temporada.




Captura do site no ar, com a posição da sua marca destacada.

# E-mail

A caixa de entrada de quem está brincando: mensagens esperadas, ligadas ao grupo, ao sorteio e à lista de desejos.




Um disparo real do Amigo Secreto: o e-mail de sugestões de presente.

## E-mails para a base

**Disparos com a sua marca, para públicos diferentes**

E-mail de Sugestão · para quem está brincando **R$ 10 CPM**

E-mail de Remarketing · para quem montou a lista de desejos

**R$ 10 CPM**

Três formas de falar com quem participa: um disparo dedicado para a base, a sugestão de presentes enviada a quem está brincando no momento e o lembrete, perto da confraternização, para quem já montou a lista de desejos.

**Melhor uso** Lançamentos, ofertas da temporada e produtos para lista de desejos.

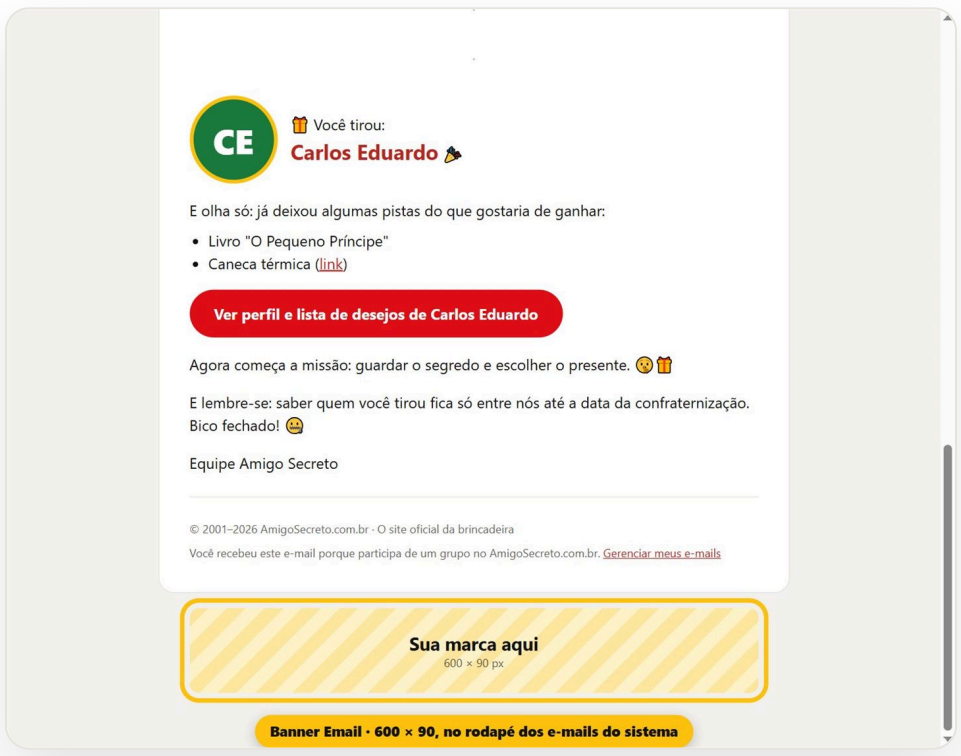
## Banner Email

**600 × 90 px · no rodapé dos e-mails do sistema**

**R$ 30 CPM**

Aparece dentro de comunicações esperadas, como convites e avisos do sorteio. A atenção já está conquistada.

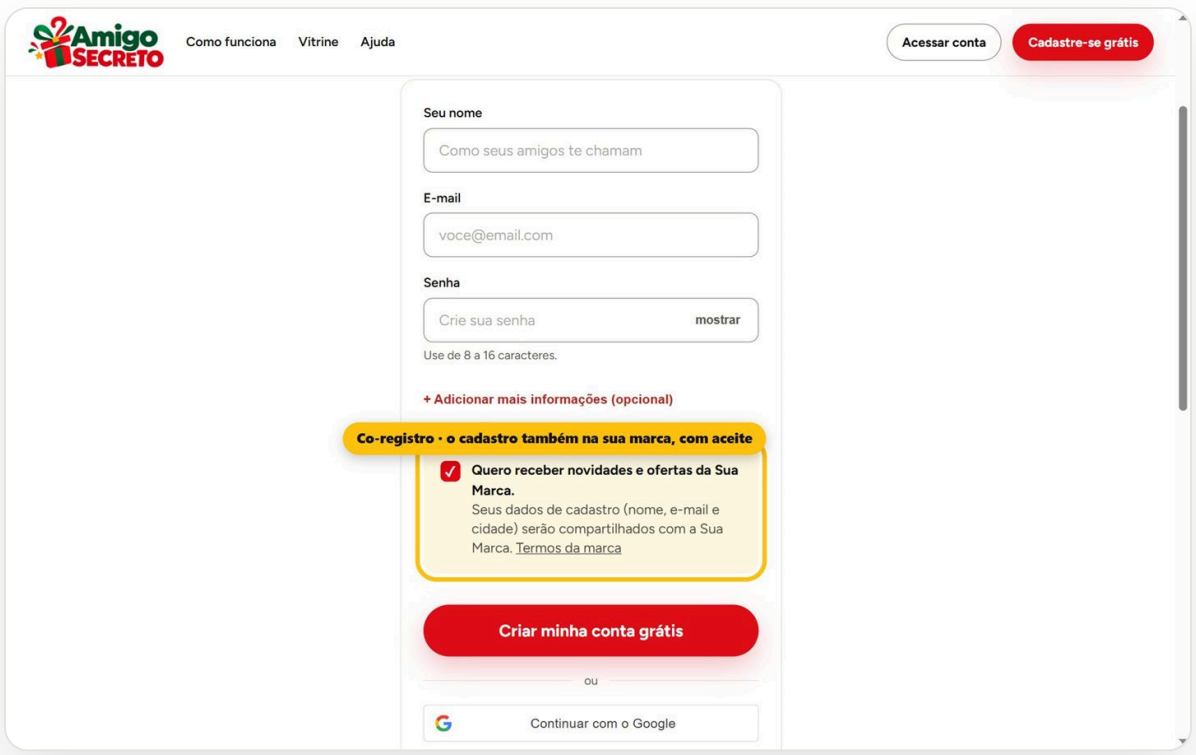
**Melhor uso** Ofertas ligadas à data e cupom.




O e-mail de aviso de sorteio, com a posição do banner no rodapé.

## Base de dados

Dados pessoais só vão para a marca com o aceite formal do participante.




**Entra no site só quando contratado** Exemplo de como a peça entra no site. Ela só passa a existir quando é contratada.

### Co-registro

**O cadastro também na sua marca, com aceite · cobrado por campo**

| | |
|---|---|
| Campo checado por default | **R$ 1,20 por campo** |
| Campo não checado por default | **R$ 2,00 por campo** |

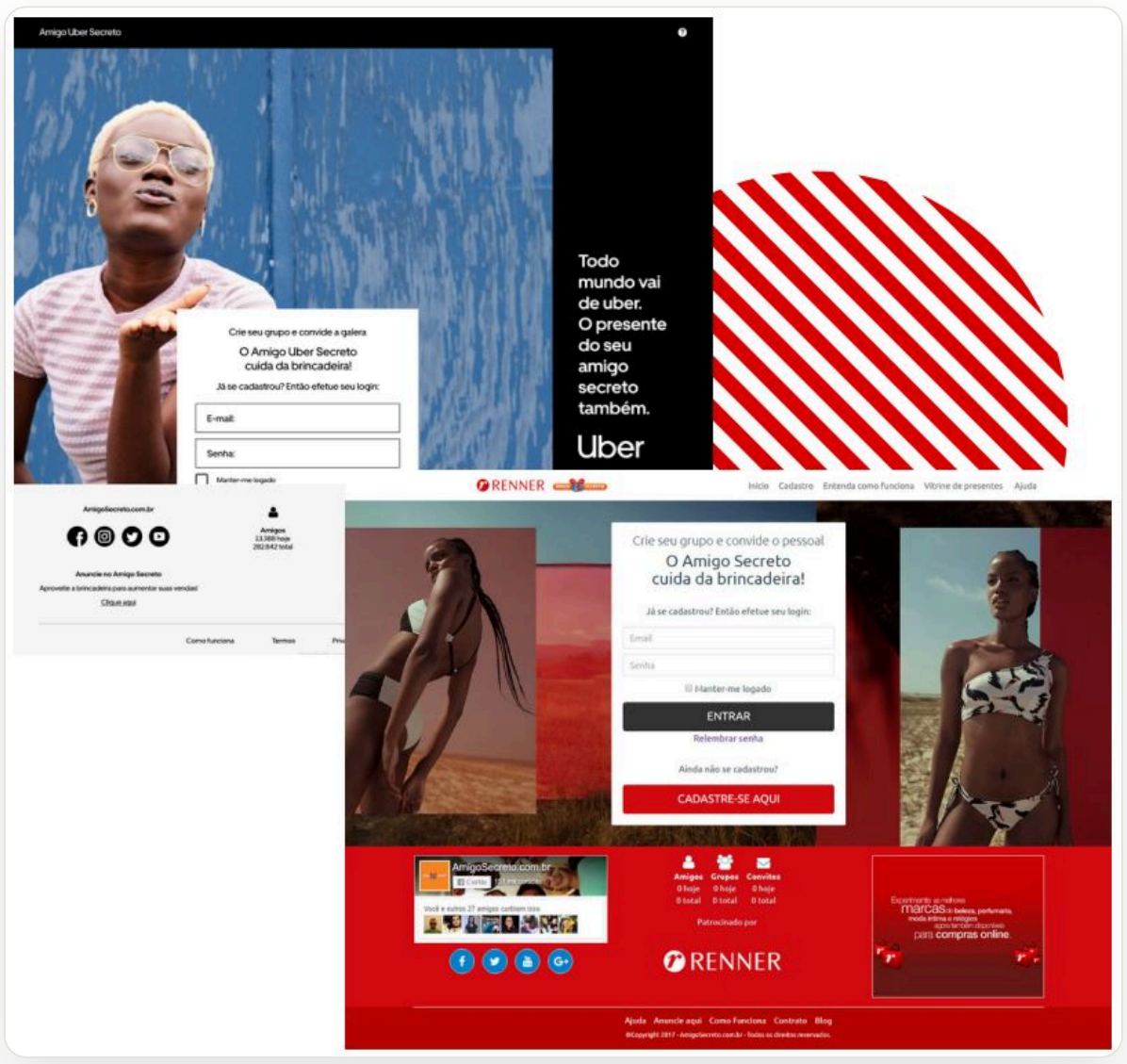
**O valor mínimo por cadastro é R$ 5,00. Exemplo: 3 campos checados por default dariam R$ 3,60, e o cadastro é cobrado a R$ 5,00.**

Na hora do cadastro, o participante escolhe receber novidades da sua marca e aceita os termos dela. Você recebe só quem aceitou, com os campos combinados.

**Melhor uso** Formação de base, programas de relacionamento e clube de vantagens.

## Projetos especiais

A marca deixa de anunciar no site e passa a fazer parte dele.




Sites clone que já rodaram: Amigo Uber Secreto e Renner.

### Site Clone

**O Amigo Secreto com a identidade da sua empresa, em endereço próprio**

| | |
|---|---|
| Setup | **R$ 50.000,00** |

**+ Hospedagem, conforme o número de usuários**

| | |
|---|---|
| Até 4.999 usuários | **R$ 12.500,00** |
| De 5.000 a 7.499 | **R$ 18.375,00** |
| De 7.500 a 9.999 | **R$ 24.000,00** |
| De 10.000 a 14.999 | **R$ 35.250,00** |
| De 15.000 a 19.999 | **R$ 46.200,00** |
| De 20.000 a 29.999 | **R$ 67.800,00** |
| De 30.000 a 49.999 | **R$ 110.500,00** |
| De 50.000 a 69.999 | **R$ 151.900,00** |
| De 70.000 a 99.999 | **R$ 213.000,00** |

**Podemos fechar um valor fixo, sem que haja alteração de valor por acesso, desde que as duas partes concordem.**

Um site clone entrega endereço dedicado, mídia exclusiva, seções customizadas, catálogo próprio e uma experiência completamente vestida pela marca: identidade visual exclusiva, 100% da mídia disponível, vitrine customizada e base construída para o projeto. Todos os banners são do cliente, assim como todas as seções da vitrine, e toda a base construída é de propriedade do cliente.

**Melhor uso** Empresas que querem a brincadeira inteira com a sua marca.

## Naming Rights

**Vestir o site oficial com a sua marca durante a temporada**

### A combinar após avaliação

O site oficial do Amigo Secreto passa a temporada inteira com a identidade da sua empresa. Cada projeto é desenhado com a marca, de acordo com o alcance e a personalização desejados.

**Melhor uso** Marcas que querem ser a dona da temporada.




Naming Rights que já rodou: o site oficial vestido com o C6 Bank.

CPM = valor por mil exibições. O que contratamos e entregamos é a exibição: não há promessa de cliques nem de vendas, que dependem da oferta de cada anunciante. Condições, volumes e disponibilidade são definidos na proposta comercial.

PACOTES 2026

# Escolha o grau de presença. Nós combinamos mídia, influência e performance.

Os números são potenciais de entrega baseados nas premissas do mídia kit. A contratação final detalha inventário, criadores e métricas garantidas.

Plataforma

### Inicial

**R$ 50 mil**

impressões totais
**1 mi**

- Seção exclusiva na vitrine
- 200 mil impressões de destaque
- 800 mil no carrossel
- Presença durante a temporada

Mais alcance

### Inicial 2

**R$ 100 mil**

impressões totais
**1,2 mi**

- Seção exclusiva na vitrine
- 400 mil impressões de destaque
- 600 mil no carrossel
- 1 item em sugestões

10 creators

### Bronze

**R$ 200 mil**

impressões totais
**2,4 mi**

- 10 influenciadores
- 40 pacotes de posts
- Grupo temático
- Mídia e vitrine integradas

11 creators

### Prata

**R$ 400 mil**

impressões totais
**3,9 mi**

- 11 influenciadores
- 55 pacotes de posts
- Grupo temático
- 2 itens em sugestões

21 creators

Recomendado

## Ouro

**R$ 800 mil**

impressões totais
**7,9 mi**

- 21 influenciadores
- 105 pacotes de posts
- Até 3 mi no header
- Jornada multiplataforma

Alto impacto

## Platinum

**R$ 1,2 mi**

impressões totais
**10,6 mi**

- 21 influenciadores
- 17,7 mi de impressões sociais potenciais
- 2 itens em sugestões
- Presença ampla na plataforma

Máxima presença

## Diamante

**R$ 1,8 mi**

impressões totais
**14,4 mi**

- 20 influenciadores
- 30 mi de impressões sociais potenciais
- 2 itens em sugestões
- Maior inventário de mídia

Sob medida

## Customizado

**Sob consulta**

impressões totais
**Definido**

- Mix de mídia personalizado
- Influenciadores por perfil
- Metas e entregas negociadas
- Projeto aderente ao seu objetivo



Conteúdo que vira acontecimento

# Influenciadores vivem um mini reality de cinco dias.

Em vez de apenas publicar uma peça, os criadores vivem uma história real: convidam, sorteiam, escolhem, compram, recebem e trocam os produtos dos anunciantes.

**Dia 1**

Anunciam a participação, montam o grupo e convidam os amigos.

**Dia 2**

Fazem o sorteio e descobrem quem irão presentear.

**Dia 3**

Visitam desejos, escolhem o presente e compram no anunciante.

**Dia 4**

Recebem o produto, mostram detalhes e preparam o embrulho.

**Dia 5**

Vivem a confraternização, entregam e recebem os presentes.

### Grupos temáticos

Cada anunciante ganha um território próprio. Criadores de níveis próximos são combinados para equilibrar relevância, afinidade e alcance.

### Conteúdo com contexto

O produto aparece na escolha, na compra, no unboxing e na confraternização: múltiplos capítulos, não uma inserção isolada.

### Escala sob medida

A quantidade de influenciadores, grupos e posts acompanha o pacote e pode ser personalizada por categoria e objetivo.

## Premissas comerciais

Os investimentos cobrem a temporada acordada na proposta, e não apenas um mês isolado.

Impressões e alcance apresentados são projeções baseadas no histórico e nos cenários de audiência; podem variar conforme produto, criativo, relevância, inventário e adesão do público.

Itens dos pacotes podem ser ajustados de comum acordo, preservando a viabilidade e o valor contratado. Valores não incluem produção de peças, impostos ou custos externos, salvo indicação expressa.

PRÓXIMO PASSO

# Vamos desenhar a presença da sua marca?

Diga qual categoria, público e objetivo você quer trabalhar. Montamos uma proposta com o melhor equilíbrio entre alcance, desejo e tráfego qualificado.

**comercial@amigosecreto.com.br**

**www.amigosecreto.com.br/midiakit**

**Chamar no WhatsApp**