

MediaMarkt supera sus previsiones para Black Friday y Cyber Monday

- *La semana del Black Friday y Cyber Monday permite al retailer omnicanal de tecnología prácticamente duplicar las ventas de una semana normal previa*
- *A nivel digital, la compañía incrementó un 11% los resultados obtenidos el año pasado, siendo el viernes negro el día más fuerte de la campaña*
- *Los productos más vendidos han sido los smartphones, los televisores y los portátiles*



Haz clic [aquí](#) para descargar la imagen

Barcelona, 16 de diciembre de 2024. MediaMarkt, compañía omnicanal líder en distribución de electrónica de consumo y servicios relacionados, cierra la campaña del Black Friday y Cyber Monday con unos resultados que han superado sus expectativas. El famoso viernes negro, la compañía prácticamente ha **duplicado las ventas promedio de un viernes cualquiera** de noviembre, llegando a facturar a nivel offline cerca de un **16% más que el año anterior** durante la misma semana clave de la campaña.

A **nivel online**, el retailer de tecnología no se queda atrás y durante la semana clave de Black Friday ha conseguido **incrementar la facturación en un 11%** en comparación con el mismo periodo del año pasado.

“Estamos muy contentos de los resultados obtenidos. Este éxito es sin duda fruto de nuestra planificación y de nuestra capacidad para ofrecer a nuestros clientes ofertas muy competitivas en una época tan señalada, de la mano de una atención personalizada”, comenta Faruk Kocabas, CEO de MediaMarkt España. Con más de 500 nuevas contrataciones en toda España, el retailer especializado en electrónica de consumo y tecnología ha reforzado su plantilla, incorporando perfiles tanto para sus tiendas físicas como para el call center y el HUB logístico situado en Pinto (que se encarga de dar servicio a las 112 tiendas de MediaMarkt en España y a los clientes que

compran a través de la tienda online).

“El hecho de que año tras año, miles de españoles nos elijan para comprar sus productos en Black Friday no hace más que reafirmar la apuesta que hicimos hace años de traer esta icónica iniciativa prenavideña a España”, comenta Faruk Kocabas, CEO de MediaMarkt España.

Y es que fue en 2012 cuando MediaMarkt introdujo por primera vez en nuestro país el “Black Friday” tanto en tiendas físicas como en online. Una iniciativa que, como todas las que impulsa el retailer de tecnología, no dejó indiferente a nadie, provocando que, al año siguiente, todos los principales retailers se apuntaran a esta tendencia de consumo y que ahora es ya una fecha clave en el calendario.

De hecho, el Black Friday se ha convertido así en el pistoletazo de salida de las compras navideñas para muchos españoles. Y esa es precisamente, una de las razones por las que MediaMarkt apuesta por adelantar las ofertas y espaciarlas durante todo el mes: para brindar a los clientes un abanico amplio de fechas, ofertas y soluciones para que puedan **organizar y planificar sus compras no solo de Black Friday o Cyber Monday, sino también de Navidad.**

Telefonía, televisión e informática, las categorías más vendidas

En cuanto a productos más vendidos, y tal como apuntaba la **cuarta edición del estudio “Hábitos de consumo de productos tecnológicos en España”** realizado por MediaMarkt en octubre, los productos que más interés suscitan para el Black Friday son los **artículos de telefonía, televisión e informática (en este orden)**. Y así lo han confirmado las cifras de ventas de esta semana, que sitúa en el TOP 3 de más vendidos: los **smartphones, aglutinando alrededor de un 33%** del total de ventas del Black Friday; los **televisores, con un 12%** del total aproximadamente; y los **ordenadores portátiles, que se sitúan en torno al 10%** del total de ventas en estas fechas.

miMediaMarkt, un impulso para la conversión online en pleno Black Friday

La compañía ha aprovechado también el mes de noviembre para lanzar su nuevo club de fidelización. Una iniciativa que permite a los clientes **acumular puntos con sus compras y canjearlos por tarjetas regalo de 20€, 40€ y 80€**, así como disfrutar de ventajas exclusivas como el acceso previo a **eventos especiales, promociones o regalos de cumpleaños**. Además, los usuarios de miMediaMarkt pueden disponer de todos los tickets de sus compras de manera digital y en un solo lugar.

Este club de fidelización, en solo un mes y coincidiendo con las ofertas del Black Friday, ha conseguido muy buenos resultados, alcanzando los 335.000 registros en la APP.

SOBRE MEDIAMARKT ESPAÑA

MediaMarkt es la compañía líder en España y Europa en el sector de la **distribución de electrónica de consumo y servicios relacionados**. Integrada en MediaMarktSaturn Retail Group, cuenta alrededor de 7.000 expertos en tecnología en España y está presente en todas las Comunidades Autónomas con 112 establecimientos, además de la tienda online y la App. En el ámbito europeo, la compañía dispone de más de 1.000 puntos de venta ubicados en 11 países y una plantilla de 52.000 personas.

Tras 25 años operando en España, el éxito de MediaMarkt se basa en su adaptación constante a las nuevas tendencias de consumo, la gran variedad de servicios para el cliente, la experiencia de compra única y personalizada y el amplio surtido de productos de las mejores marcas a precios actualizados y competitivos. Todo ello, unido al equipo de profesionales orientados a la búsqueda de soluciones para los clientes y a una presencia publicitaria inconfundible.

Contactos de prensa

APPLE TREE – mediamarkt@appletree.agency – 933 184 669

- Àngels Garriga – ang@appletree.agency
- Alba Ruano – alr@appletree.agency
- Paula Velasco – pav@appletree.agency