Чёрная пятница: что сработало в 2025 и как это адаптировать

Анализ кампаний вне России · четыре сценария 9:16 · рекомендация · 16.10.2026

Главный вывод

В 2025 году зрители проверяли скидки и не верили голым цифрам (по данным качественного анализа TikTok и Reels). Выигрывали кампании, которые показывали **доказательство** и давали **запоминающуюся механику**: загадку, игру, осязаемый объект. Для РУССКОГО ЗОЛОТА это значит: заявка «до −70% на всё» должна подкрепляться реальным ценником в кадре, а слоган «30 пятниц в ноябре» превращается в механику, а не просто текст.

Рекомендация. Основной ролик: **сценарий 1 «30 пятниц» со вставкой пруфа из сценария 2** (реальный ценник «было → стало»). Если есть ресурс на ежедневный контент, сценарий 4 «Товар пятницы» работает как серия на весь ноябрь. Сценарий 3 (гигантский ценник) самый эффектный, но самый рискованный в производстве.

Что меняется по сравнению с утверждённым ТЗ (из брендбука и листа героини)

Пункт	Было в ТЗ v1.0	Станет	Основание
Логотип	Золотая вспышка, логотип «золотеет»	Только чёрный или белый, без смены цвета и эффектов поверх	Брендбук: логотип не цветной, менять цвет и накладывать эффекты нельзя
Палитра	Чёрно-золотая	Чёрный фон, белый, красный как акцент. Золото только мелкими декоративными бликами на украшениях	Брендбук: основа красный, белый, чёрный; золотой только декоративно, не крупными заливками
Героиня	Реальная модель или реалистичный ИИ-персонаж	Чернильная иллюстрация (чёрный контур, белая заливка, красный горошковый платок), как на листе героини	Присланный лист персонажа: 5 ракурсов
Украшения	Генерация из фото	Реальные фото украшений вырезаются и накладываются на иллюстрацию (коллаж), а не генерируются	Лицо иллюстрации стабильно, форма и камни украшений не искажаются
Шрифт	По брендбуку	Helvetica Bold/Heavy для заголовков. Проверить кириллицу в присланных файлах	Брендбук: основной шрифт Helvetica

Что сработало в 2025 и как это адаптировать

Источники различаются по надёжности. Большинство обзоров не приводят данных о продажах, поэтому выводы ниже — приёмы для проверки, а не доказанные закономерности. Надёжность указана в таблице.

Находка	Что именно (бренд, источник)	Надёжность	Адаптация для ювелирки
1. Доверие к скидке — главная тема	Анализ TikTok и Reels (Syncly): зрители проверяют «до» и «было» цены, скидки 10–20% считают слабыми, просят прозрачную математику, предлагают меньше «героев-офферов» с понятным расчётом	Средняя: качественный анализ, без выборки и продаж	Показать в кадре реальный ценник «было → стало». Один товар крупно с математикой вместо россыпи обещаний
2. Осязаемая цифра скидки	New Yorker: в Нью-Йорке упал гигантский каменный знак с надписью «UP TO 70% OFF» (CGI-ролик, 121K просмотров). Roborock: «золотой автомат» в метро (1,2M просмотров)	Низкая: цифры просмотров без источника, платформа не названа	Сделать «до −70%» физическим объектом в кадре (ценник, бирка, коробка), а не только текстом
3. Тизер и загадка	Gymshark «Blackout»: очистка ленты, загадочные картинки. Zara «Mystery Drop»: минимум анонсов. Cards Against Humanity «99% Off»: одиночные дропы, раскупались мгновенно	Низкая: результатов нет или без цифр	Слоган «30 пятниц» как отсчёт: каждая «пятница» открывает товар дня. Первый кадр: интрига, не прайс
4. Игра с утешительным призом	Lowe's: ведро-загадка, ограниченное число, ваучер (положительный отклик). Target: бэкфайр из-за низкой ценности содержимого (Syncly)	Средняя: качественно	Если будет игровая механика, у проигравших должен быть реальный приз. Пригодится для сюрпрайз-бокса
5. Подарок к покупке	Из 24 «доступных» ювелирных брендов 16 использовали подарок к покупке (Shopvision, Q4 2025). Скидки 20–25% у большинства, «50%» обычно на избранных коллекциях	Средняя: считали активность, не результат	Подарок можно усилить оффер «до −70%», но данных заказчика пока нет. Скидка «до −70%» агрессивнее рынка, значит доказательство нужнее
6. Ранний доступ	8 из 24 брендов дали подписчикам фору на 1–4 дня (Shopvision). Glossier: ранний доступ по коду (Foxecom, без результатов)	Средняя	Анонс «пятницы» для базы клиентов и подписчиков за день до публичного старта
7. Мотив-символ	Tiffany «Love Is a Gift» (2025): белая атласная лента как сквозной мотив, оборачивающий фирменную коробку (пресс-релиз; это праздничная, не распродажная кампания)	Высокая как описание, но к Чёрной пятнице отношения не имеет	Красный горошковый платок героини как сквозной мотив: завязывается, оборачивает украшение, повторяется в финале
8. Антираспродажа	Deciem «Slowvember», REI #OptOutside: отказ от Чёрной пятницы ради позиции бренда	Низкая	Не подходит: у РУССКОГО ЗОЛОТА акция с глубокой скидкой, а не позиция против потребления

Четыре сценария

Общие условия для всех: 9:16, 1080×1920, 24 fps, 20 сек (сценарий 4 — серия), только музыка. Чёрный фон, белый и красный, логотип белый (файл logo_white.png), Helvetica Bold/Heavy, героиня-иллюстрация, украшения — реальные фото. Текст и логотип в безопасной зоне, охранное поле логотипа не нарушается.

Сценарий 1. «30 пятниц в ноябре» (развитие утверждённого)

Слоган становится сюжетом: ноябрьский календарь превращается в ряд «ПТ». Героиня примеряет украшения, а в середине ролика появляется реальный ценник как доказательство скидки.

Время	Кадр	Текст на экране
0–3 с	Чёрный экран, красный горошковый платок влетает и завязывается. Героиня-иллюстрация крупно, смеётся	«ЧЁРНАЯ ПЯТНИЦА?»
3–9 с	Фото кольца, серёг, колье «выскакивают» на иллюстрацию с мелкими золотыми бликами. Красные бирки падают рядом	«до −70%»
9–12 с	Во весь экран календарь ноября, каждый день превращается в «ПТ», вспышки красного	«ПЯТНИЦА, ПЯТНИЦА, ПЯТНИЦА…»
12–16 с	Крупно реальный ценник на одном украшении: старая цена перечёркнута красным, новая рядом. Героиня показывает рукой	«Было [цена] → стало [цена]» (данные заказчика)
16–20 с	Чёрный фон, платок обвивает кадр и уходит. Белый логотип по центру	«30 ПЯТНИЦ В НОЯБРЕ» · «ДО −70% НА ВСЁ» · «по 30 ноября»

Плюсы: сохраняет утверждённую идею и тайминги, добавляет доказательство (находка 1), мотив-платок (находка 7).

Риски: для пруфа нужен реальный товар с реальной ценой; «до −70% на всё» должно подтверждаться ценниками салонов.

Сценарий 2. «Проверьте ценники»

Ролик целиком о честности скидки. Героиня предлагает проверить: на экране три реальных ценника, на каждом красный штамп «ПРОВЕРЕНО».

Время	Кадр	Текст на экране
0–2 с	Чёрный экран, героиня прищуривается, красная рамка-лупа	«ВЕРИТЕ В СКИДКИ? ПРОВЕРЬТЕ»
2–12 с	Три реальных ценника (кольцо, серьги, подвеска): старая цена перечёркивается, новая выезжает, красный штамп	Было → стало, «ПРОВЕРЕНО»
12–16 с	Счётчик скидки растёт до максимума, героиня кивает	«до −70%»
16–20 с	Белый логотип, красная линия-платок под ним	«Приходите проверять. По 30 ноября»

Плюсы: прямо отвечает на главный страх 2025 (находка 1), нестандартно для ювелирки.

Риски: три реальных товара с ценами и юридическая выверка; слово «ПРОВЕРЕНО» должно быть правдой; не передаёт слоган «30 пятниц».

Сценарий 3. «Гигантский ценник»

Эффектный ролик по образцу ньюйоркской кампании: огромная красная бирка «до −70%» падает рядом с салоном и раскрывается, как коробка, украшения сыплются наружу.

Время	Кадр	Текст на экране
0–3 с	Реальный кадр улицы у салона, тихо. Героиня-иллюстрация стоит у входа	—
3–6 с	Падает гигантская красная бирка, удар на сильную долю	«до −70%»

Время	Кадр	Текст на экране
6–12 с	Бирка раскрывается, фото украшений вылетают, платок обвивает героиню	«30 ПЯТНИЦ В НОЯБРЕ»
12–16 с	Героиня заходит в салон, витрины	—
16–20 с	Чёрный фон, белый логотип	«ДО −70% НА ВСЁ» · «по 30 ноября»

Плюсы: самый сильный первый кадр и шеринг (находка 2).

Риски: CGI с реальной съёмкой улицы и иллюстрацией в одном кадре; самый дорогой и длинный в производстве; подтверждённых результатов у образца нет.

Сценарий 4. «Товар пятницы» (серия)

Каждый день ноября «пятница»: короткий ролик 6–8 сек показывает один товар с реальной математикой скидки. Первым выходит 15–20-секундный тизер.

Время	Кадр	Текст на экране
Тизер, 0–3 с	Чёрный экран, платок завязан узлом. Узел развязывается, внутри мерцает украшение	«30 ПЯТНИЦ. ПЯТНИЦА №1»
3–12 с	Героиня открывает «пятницу №1»: фото товара, цена было → стало	«До −70%»
12–16 с	Календарь ноября, «ПТ» на каждом дне	«Завтра пятница №2»
16–20 с	Белый логотип	«ДО −70% НА ВСЁ» · «по 30 ноября»

Плюсы: удержание аудитории на месяц, прозрачная математика в каждом ролике, превращает слоган в механику (находки 1, 3, 6).

Риски: нужен ежедневный выпуск, список товаров заранее и согласование механики с заказчиком.

Сравнение сценариев

Оценка — экспертное суждение, а не измеренные данные. Критерии выбраны по находкам выше.

Критерий	1. «30 пятниц»	2. «Проверьте ценники»	3. «Гигантский ценник»	4. «Товар пятницы»
Крючок в первые 2 сек	Высокий	Средний	Высокий	Высокий
Доверие к скидке	Высокое (пруф в кадре)	Очень высокое	Низкое	Высокое
Запоминание слогана «30 пятниц»	Очень высокое	Низкое	Среднее	Очень высокое
Потенциал шеринга	Средний	Средний	Высокий	Средний
Соответствие брендбуку и героине	Высокое	Высокое	Среднее (коллаж с живой съёмкой)	Высокое
Риск производства	Низкий	Низкий–средний	Высокий	Средний (объём)
Нужно от заказчика	1 товар с ценой	3 товара с ценами	Видео улицы у салона	Список товаров по дням

Рекомендация

1. **Основной ролик:** сценарий 1. Он сохраняет утверждённую идею и добавляет то, чего не хватало: доказательство скидки и сквозной символ (платок).
2. **Серия:** если есть ресурс на ежедневные короткие ролики, запустить сценарий 4 после основного. Тизер получается из сценария 1.
3. **Не брать сейчас:** сценарий 3 (дорого и рискованно), сценарий 2 как отдельный ролик (теряет слоган), но его пруф-кадр уже входит в сценарий 1.

Что нужно решить

1. Согласны ли вы со стилем «героиня-иллюстрация + реальные фото украшений» (это меняет ТЗ v1.0)?
2. Можно ли показать реальный ценник «было → стало» и на каком товаре (нужны реальные цены)?
3. Красный платок героини темнее фирменного красного (#FF0000 по брендбуку): брать цвет с иллюстрации или привести к брендбуку?
4. Точный HEX золотого для мелких бликов (в брендбуке указан только приблизительный цвет).
5. Есть ли кириллица в файлах Helvetica Bold и Regular (по названиям файлов кириллица помечена только у oblique-вариантов, но брендбук обещает её в наборе).

Источники

Syncly, «2025 Black Friday Recap: Trust Was the Product», 14.01.2026, анализ TikTok и Reels (качественный): syncly.app/blog/2025-black-friday-recap-trust-was-the-product
FOOH.com, «Black Friday FOOH Ads: 7 Best Campaigns of 2025» (просмотры без указания источника): fooh.com/blog/fooh-for-black-friday
We Heard, «The 12 Black Friday Campaigns That Dominated 2025» (без количественных результатов): weheard.co.uk/the-12-black-friday-campaigns-that-dominated-2025/
Foxecom, «Top 10+ Black Friday Campaigns» (результаты есть не везде): foxecom.com/blogs/all/best-black-friday-campaigns
Shopvision, «Accessible Jewelry Black Friday Benchmark Report», 24 бренда, Q4 2025 (учёт активности, без продаж): shopvision.ai/reports/accessible-jewelry-black-friday-benchmark-report
Tiffany & Co., пресс-релиз «Love Is a Gift», 2025: press.tiffany.com
Брендбук РУССКОЕ ЗОЛОТО (рабочая выжимка brandbook_claude.md, Правила использования фирменного стиля, 2021) и лист героини, присланный заказчиком.