



Black Friday 2025 w Polsce:

jak polscy konsumenci szykują się
na święto wyprzedaży



Wyścig już wystartował

Tegoroczny wyścig po okazji rozpoczął się wyjątkowo wcześnie. Już na miesiąc przed Black Friday wyszukiwania tej frazy wzrosły o **ponad 90% w ciągu zaledwie siedmiu dni**. To jednoznaczny sygnał, że konsumenci zaczynają planować swoje zakupy dużo wcześniej niż w ubiegłych latach, traktując listopadowe wyprzedaże nie jako spontaniczne wydarzenie, ale jako **strategiczny moment zakupowy**.

+90% wzrost wyszukiwań „Black Friday” w 7 dni



Najnowsze dane Google potwierdzają, że **ponad 95% całkowitego ruchu** związanego z **Black Friday koncentruje się w listopadzie**, a wzrost zainteresowania nie ma charakteru liniowego – to gwałtowna eksplozja poprzedzona jedynie delikatnym „szumem informacyjnym” w październiku.

Analiza danych pokazuje, że zainteresowanie Black Friday w Polsce rozwija się etapami, prowadząc do gwałtownej kulminacji w listopadzie. W sierpniu i wrześniu można zaobserwować pierwsze „jaskółki” sezonu: użytkownicy zaczynają wpisywać konkretne zapytania, takie jak „black friday douglas”. Październik to z kolei tzw. „faza kiedy?” – czas, gdy Polki i Polacy skupiają się na ustaleniu dokładnej daty wydarzenia. Prawdziwy wybuch zainteresowania następuje jednak w listopadzie – ruch wzrasta skokowo, notując stokrotny wzrost względem października.

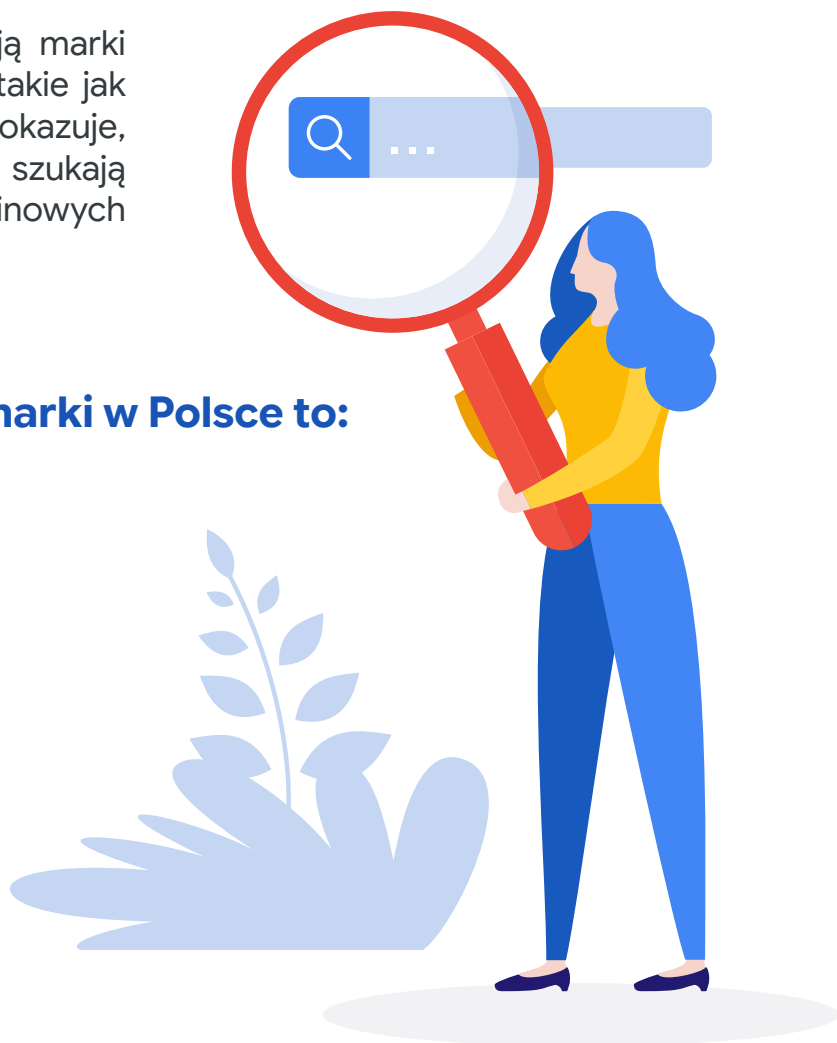


Black Friday 2025 w Polsce

W pierwszej fazie sezonu dominują marki z kategorii **elektronika i meble** – takie jak **Media Expert, Amazon i IKEA**. To pokazuje, że już na wczesnym etapie Polacy szukają produktów droższych, długoterminowych i planowanych.

Najczęściej wyszukiwane marki w Polsce to:

- 1 Media Expert
- 2 Samsung
- 3 Amazon
- 4 RTV Euro AGD
- 5 IKEA



Black Friday **dwóch prędkości**

Jak pokazują dane z poprzednich lat, Black Friday w Polsce ma dwa wyraźne etapy. W pierwszym konsumenci koncentrują się na dużych wydatkach – elektronice, meblach czy sprzęcie AGD. Jednak im bliżej samego dnia wyprzedaży, tym bardziej zainteresowanie przesuwa się w stronę **mody, biżuterii i marek lifestylowych**.

Ten schemat potwierdza się z roku na rok. W ubiegłym sezonie wyszukiwania haseł „zara black friday”, „nike black friday” czy „pandora black friday” biły rekordy popularności. Black Friday staje się więc wydarzeniem **dwóch prędkości** – **najpierw planujemy drogie, strategiczne zakupy, a później pozwalamy sobie na drobniejsze przyjemności**.

- **Wczesny etap:** elektronika i meble (Media Expert, Samsung, IKEA)
- **Szczytowy etap:** moda i biżuteria (Zara, Nike, Pandora, Apart)

Wśród haseł ogólnych (informacyjnych) zestawienie najpopularniejszych wyszukiwań kształtuje się następująco:



black friday 2025

kiedy jest black friday 2025

kiedy black friday 2025

Podróże – nowa elektronika

Rok 2025 przynosi jednak wyraźny zwrot w strukturze zainteresowań. Dane pokazują, że **podróże stają się nową kategorią premium**. Wyszukiwania fraz „tanie loty” rosną w podobnym tempie, jak niegdyś zapytania o konsole czy smartfony

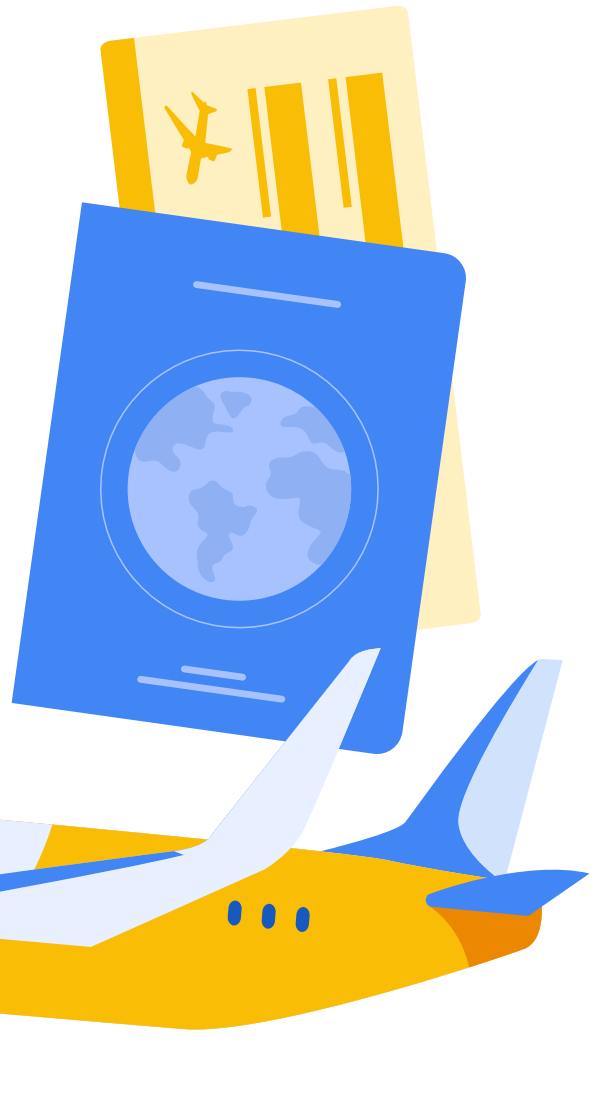
Wśród najczęściej wpisywanych zapytań pojawiają się „tanie loty Dubaj”, „tanie loty Polska Ateny” czy „tanie loty Antalya Warszawa”. W 2024 roku **Ryanair** znalazł się wśród najczęściej wyszukiwanych marek obok najpopularniejszych sklepów z elektroniką/AGD, a ten rok pokazuje, że jest podobnie. To symbol zmieniających się priorytetów - **Polki i Polacy coraz częściej inwestują w doświadczenia zamiast rzeczy**.

*„Podróże to nowa elektronika”
– rośnie liczba wyszukiwań
„taniach lotów”, a Ryanair był
w topowych wynikach
ubiegłego roku.*



Najczęściej wyszukiwane kierunki:

- 1 tanie loty Dubaj
- 2 tanie loty Antalya Warszawa
- 3 tanie loty Polska Ateny
- 4 tanie loty Holandia
- 5 tanie loty Islandia

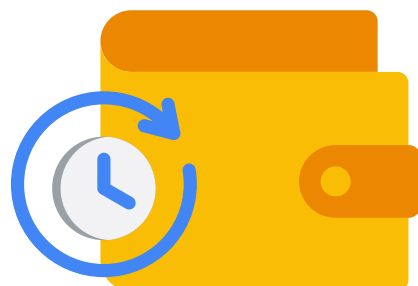


Finanse: zakupy na raty i BNPL

Wraz z dojrzewaniem rynku zmieniają się także formy wybieranych płatności. Wyszukiwania hasła „**raty**” osiągają swoje szczyty w listopadzie – dokładnie w tygodniu Black Friday.

To potwierdza, że konsumenci **szukają sposobów na optymalne rozłożenie płatności**, bez rezygnacji z jakości i marek premium.

Wyszukiwania „raty” biją rekordy – największy wzrost notowany w tygodniu Black Friday.



Najpopularniejsze zapytania:

- raty 0 %
- Media Expert raty
- IKEA raty
- Allegro raty
- Apple raty zero



Branża beauty: koniec ery „bio”, czas na naukę

Jednym z najbardziej wyraźnych sygnałów zmian konsumenckich są te, które dokonują się w branży beauty. Dane Google pokazują, że Polacy odchodzą od składników „bio” (spadek wyszukiwań o średnio -7,3%) na rzecz składników naukowych (+33%).

„Koniec ery bio” – Polacy ufają nauce, a nie naturze.

To zjawisko może odzwierciedlać **rosnące zaufanie do nauki i efektywności**, a nie do obietnic marketingowych. Najszybciej rosnące wyszukiwania dotyczą kolagenu na włosy (+187%), keratyny (+104%) i minoksydylu (+65%). Z kolei nieco spada zainteresowanie witaminą C i niacynamidem, co sugeruje, że konsumenci poszukują nowych, skuteczniejszych alternatyw.

Ten ruch „od natury do nauki” oznacza nie tylko zmianę w estetyce rynku, lecz przede wszystkim w mentalności kupujących. Polki i Polacy stają się **ekspertami od własnej pielęgnacji**, rozumiejąc skład i działanie kosmetyków lepiej niż kiedykolwiek wcześniej.

Najczęściej wyszukiwane składniki:

- 1 Kolagen
- 2 Keratyna
- 3 Minoksydyl
- 4 Retinol
- 5 Kwas hialuronowy



„Salon w domu” – technologia w służbie piękna

Kolejnym istotnym trendem jest przenoszenie zabiegów pielęgnacyjnych do przestrzeni domowej. Wyszukiwania produktów takich jak **szczoteczki soniczne, depilatory laserowe, frezarki do paznokci, irygatory do zębów i suszarki do włosów** należą do najpopularniejszych zapytań sezonu.

„Salon w domu”

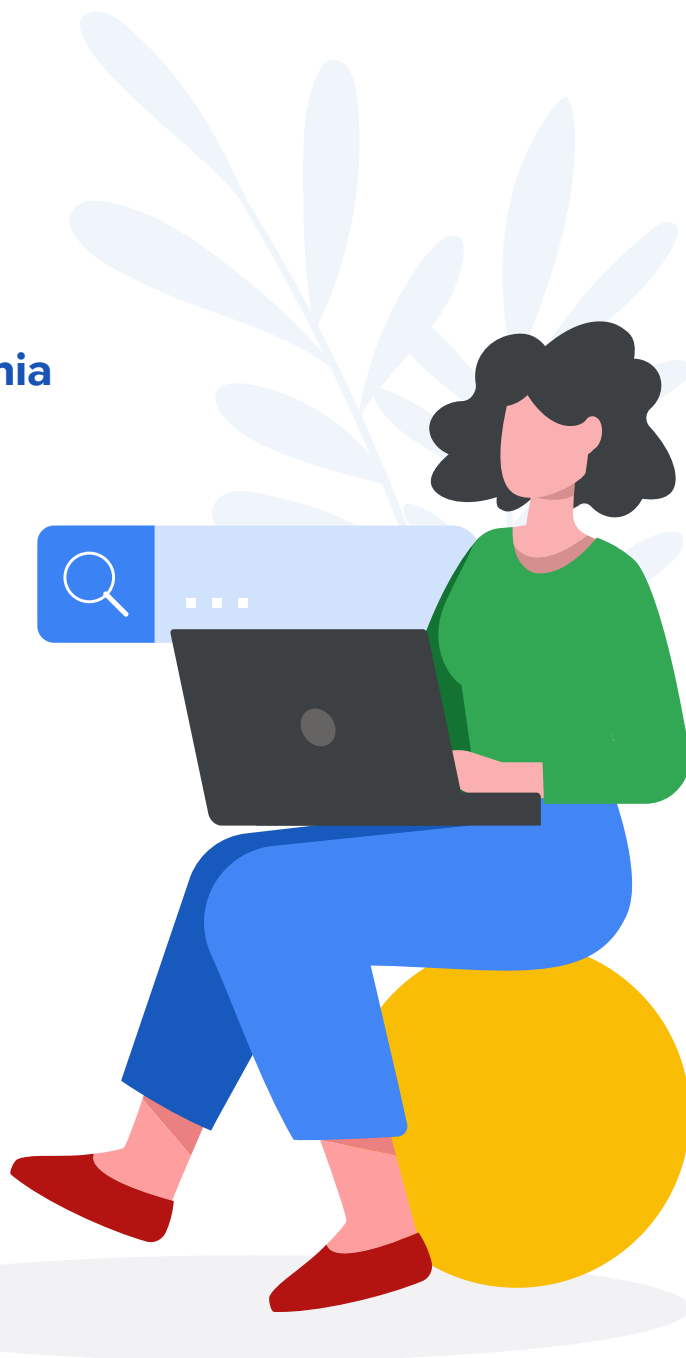
napędza sprzedaż technologii. Konsumenci inwestują w drogie urządzenia, by oszczędzić na wizytach w salonach.

Black Friday 2025 w Polsce

To idealne odzwierciedlenie nowego modelu luksusu – praktycznego, opartego na efektywności, komforcie i oszczędności. Konsumenci nie rezygnują z jakości – przenoszą ją do swoich domów.

Najczęściej wyszukiwane urządzenia w kontekście świąt i Black Friday:

- 1 Szczoteczka soniczna
- 2 Depilator laserowy
- 3 Frezarka do paznokci
- 4 Irygator do zębów
- 5 Suszarka do włosów



Elektronika wciąż dominuje w Black Friday

W kategorii elektroniki odnotowano najwyższy całkowity wolumen wyszukiwań. Konsumenci poszukują nie tylko sklepów, lecz także konkretnych modeli i urządzeń – często takich, które dopiero miały swoją

premierę. W 2025 roku szczególnie silne zainteresowanie widać w kilku kluczowych grupach produktów. Największą popularnością cieszą się smartfony.

Black Friday 2025 w Polsce

Tutaj ranking wyszukiwania kształtuje się następująco:



iPhone 17 black friday (oraz wersje Pro, Pro Max)

iPhone 15 black friday

iPhone 16 pro black friday

samsung black friday

Drugą w kolejności wyszukiwaną kategorią był gaming z następującym rozkładem wyszukiwania:



steam black friday (gracze czekają na wyprzedaże cyfrowe)

ps5 pro black friday (konkretnie wersja Pro)

playstation 5 black friday

steamdeck black friday

komputer gamingowy black friday

W kategorii małego AGD królowały prezentowe “pewniaki”:



garmin black friday (zegarki sportowe)

air fryer black friday (frytkownice beztłuszczowe)

ekspres do kawy black friday

Kategoria Audio/TV ukształtowała się w tym roku następująco:



airpods pro 3 black friday

telewizor black friday

sony black friday

Kluczowe wnioski z raportu

1

Zainteresowanie Black Friday rośnie szybciej niż w poprzednich latach – już +90% w ciągu tygodnia.

2

Black Friday dwóch prędkości – początkowo drogie, planowane zakupy (elektronika, meble), później moda i prezenty.

3

Podróże stają się nową elektroniką – „tanie loty” i marki takie jak Ryanair wskazują na rosnące znaczenie doświadczeń.

4

Polacy kupują na raty lub korzystają z odroczonej płatności – wzrost wyszukiwań usług ratalnych i BNPL (raty 0%, PayPo, Klarna, Allegro Pay).

5

W beauty trwa zmiana paradygmatu – od „bio” do nauki; kolagen, retinol i keratyna dominują w trendach.

6

„Salon w domu” napędza sprzedaż technologii – szczoteczki soniczne, depilatory laserowe i frezarki do paznokci należą do topowych wyszukiwań.

7

Black Friday to już nie emocje, lecz strategia – konsumenci kupują, wcześniej i z większym zaufaniem do danych, a nie impulsu.