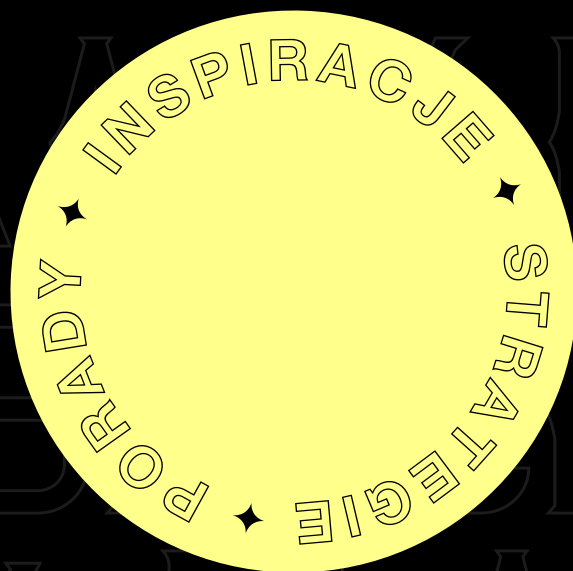


E-commerce black magic:

**Twój sukces
w Black Friday
z edrone!**



Spis treści

Od czego zacząć?

To może Ci się przydać na dobry początek!

3

Wprowadzenie

Ciekawostki i statystyki, które warto znać!

6

To jest TOP, to jest NOT

Trendy, które warto znać, na co zwrócić uwagę!

10

Emocje, czy logika?

Czyli czym tak naprawdę kierują się klienci?

19

Must Have na Black Friday!

Czyli o czym warto pamiętać, o czym nie zapomnieć!

24

Top 10 tipów od edrone!

10 porad, które możesz wdrożyć na ten wyjątkowy okres sprzedażowy!

37

Inspiracje na Black Friday!

Tak robią to nasi klienci, wykorzystaj te pomysły!

41

Checklista i podsumowanie

O tym warto pamiętać, przydatne linki i materiały

63

Od czego zacząć?

1

Tutaj masz wszystkie materiały, z których możesz korzystać.

Zobacz portfolio →

Warsztaty edrone →

Baza wiedzy →

Pamiętaj, że możesz na nas liczyć!

Zespół Service pracuje **od poniedziałku do piątku, w godzinach 9-17** i dzielnie odpowiada na wszystkie wiadomości pod adresem **hello@edroneme**.

o edrone

Black Friday to jedno z najważniejszych wydarzeń w kalendarzu handlowym, zarówno dla sklepów stacjonarnych, jak i internetowych. To czas, kiedy konsumenci poszukują okazji, a przedsiębiorcy mają szansę zwiększyć swoje obroty i zyski. Aby odnieść sukces podczas Black Friday, niezbędna jest przemyślana strategia i dokładne przygotowania.

Co z nami zyskasz?

Odczarujmy Twoje przygotowania do Black Friday! Znajdziesz tutaj klucz do sukcesu – sprawdzone strategie, sekrety i rytuały e-commerce, które pomogą Ci w pełni wykorzystać ten wyjątkowy czas. Niezależnie od tego, czy prowadzisz sklep online, stacjonarny czy oba jednocześnie – odkryjesz tu tajemnice skutecznego planowania, marketingu, logistyki i obsługi klienta, które ożywią Twoje wyniki!

Co więcej, na ten wyjątkowy czas przygotowaliśmy również wiele warsztatów, webinarów i dyżurów specjalistów. Z nami nie zginiessz!

Zapisz się na szkolenie! →

Zapraszamy też na spotkanie z zespołem Customer Success, który pomoże Ci zoptymalizować konto przed tym gorącym okresem sprzedażowym!

Umów się na spotkanie! →

Czy wiesz, że...

- Według artykułu opublikowanego w 2009 roku w magazynie TIME określenie „Czarny piątek” zostało po raz pierwszy użyte w latach 60. XX wieku w filadelfijskich gazetach w odniesieniu do ogromnego napływu tłumów do sklepów dzień po Święcie Dziękczynienia.
- Wbrew pozorom największy ruch w sklepach nie jest odnotowywany w Black Friday, a w ostatnią sobotę przed Bożym Narodzeniem. Konsumenci najchętniej korzystają z wyprzedaży, kupując zabawki, ubrania, kosmetyki, elektronikę i artykuły do wnętrz.
- W Czarny Piątek pełne ręce roboty mają nie tylko pracownicy sklepów, ale także... hydraulicy. Są oni znacznie częściej niż zwykle wzywani są do napraw kanalizacji w obleganych centrach handlowych.
- Nieodpowiednie zachowania ludzi podczas zakupów w Black Friday doprowadziły do śmierci 14 osób, a 117 zostało rannych. Powstała nawet specjalna strona, która od 2006 roku opisuje ile w danym roku było poszkodowanych przez szaleństwo zakupów - blackfridaydeathcount.com.
- Według ankiety przeprowadzonej na zlecenie witryny RetailMeNot, 12% wszystkich kupujących w Czarny Piątek przyznaje, że robili zakupy pod wpływem alkoholu.

Garść statystyk, które z pewnością Cię zainteresują!

- ♦ Podczas Black Friday 2024 w branży AGD, RTV i elektronika obroty wzrosły aż o **230%** w porównaniu do reszty miesiąca, a w kategorii Zdrowie i uroda – o **206%**. Dobrze poradziły sobie również sklepy związane ze Sportem i outdoorem (+**128%**) oraz Modą i akcesoriami (+**121%**).
- ♦ Najwyższą średnią wartość koszyka odnotowała kategoria Zdrowie i uroda (koszyki większe o **94%**). Z kolei największą liczbę transakcji zarejestrowano w AGD, RTV i elektronice (+**108%**).
- ♦ Sztuczna inteligencja (AI) była istotnym elementem działań handlowych podczas Black Friday 2024. Dzięki AI globalnie wygenerowano dodatkowe 14,1 miliarda dolarów, a wskaźniki konwersji wzrosły o 9%.

źródło: iab.org.pl

Garść statystyk, które z pewnością Cię zainteresują!

Podczas Black Friday w 2024 r. konsumenci korzystali najchętniej z poniższych metod płatności:

BLIK: 68,3% (- 14 p.p. w porównaniu do 2023 r.)

przelew online: 13% (+ 4 p.p. w porównaniu do 2023 r.)

karty płatnicze: 11% (+ 5 p.p. w porównaniu do 2023 r.)



Garść statystyk, które z pewnością Cię zainteresują!

Według badań, aż 35% konsumentów chciałoby uzyskać informację na temat promocji przygotowanych na Black Friday miesiąc przed!



Garść statystyk, które z pewnością Cię zainteresują!

To warto wiedzieć — **nawet 33% kupujących robi zakupy w Black Friday już wczesnym rankiem!**



źródło: wisernotify.com

To jest TOP, to jest NOT

2

Black Friday - Happy Hours

W sumie kto powiedział, że przez cały Czarny Piątek (lub nawet Czarny Weekend lub wręcz Czarny Tydzień), rabat musi być w sklepie?

Happy Hours to alternatywa dla sklepów, które nie mogą sobie pozwolić na rabatowanie przez cały okres Black Week. To świetna opcja, by sfokusować uwagę klienta w określonym czasie, przyciągnąć jego uwagę, skrócić decyzyjność zakupową. Dodatkowo Happy Hours możesz rozłożyć na przeceny tylko danego produktu, czy kategorii lub wprowadzić kilka opcji czasowych.

Krótko, zwięźle i zakupowo!



To jest TOP

Gratisy, e-booki, gadżety...

Podczas Black Friday powiela się trik z dodawaniem gratisów do zamówienia.

Ale co powiesz na to, żeby zrobić to jeszcze bardziej kreatywnie i użyć tych bonusów do rozkręcenia reklamy swoich własnych produktów?

SkinCare.pl
KOSMETYKALOGIA

PROMOCJE NOWOŚCI TWARZ CIAŁO WŁOSY AKCESORIA

BLACK FRIDAY
NADZIEDŹ OD 60% TANIEJ

Przejdź do sklepu

PROMOCJE ŁĄCZA SIĘ Z KODAMI RABATOWYMI

-10%
KOD: BLACK10
od 300 PLN

-12%
KOD: BLACK12
od 349 PLN

-15%
KOD: BLACK15
od 150 PLN

-20%
KOD: BLACK20
od 200 PLN

TYLKO W DNIACH 21-27 LISTOPADA 2023

BLACK FRIDAY
KREM GRATIS

BERGAMO krem CC ze filtrem
kremem i ochroną UV SPF50+ 50 ml

SUPER PREZENT I DOSTAWA GRATIS OD 129 PLN

kuchniasklep.pl

smeg
DO WYBRANYCH PŁYT KUCHENNYCH
1 LUB 2 PATELNIE
GRATIS
OSTATNIA OKAZJA

Promocja SMEG już się kończy!

Przy zakupie płyty kuchennej z kategorii **"Płyty kuchenne + 1"** patelnia SMEG CKFF2401 o średnicy 24cm **GRATIS**

Przy zakupie płyty kuchennej z kategorii **"Płyty kuchenne + 2"** patelnia SMEG CKFF2401 o średnicy 24cm oraz CKFF2601 o średnicy 26cm **GRATIS**

Aby skorzystać z promocji dodaj płytę kuchenną do koszyka i wewnątrz koszyka wybierz produkty gratisowe.

Zobacz ofertę

Do końca promocji zostało już tylko:

00 : 00 : 00 : 00
Dni Godziny Minuty Sekundy

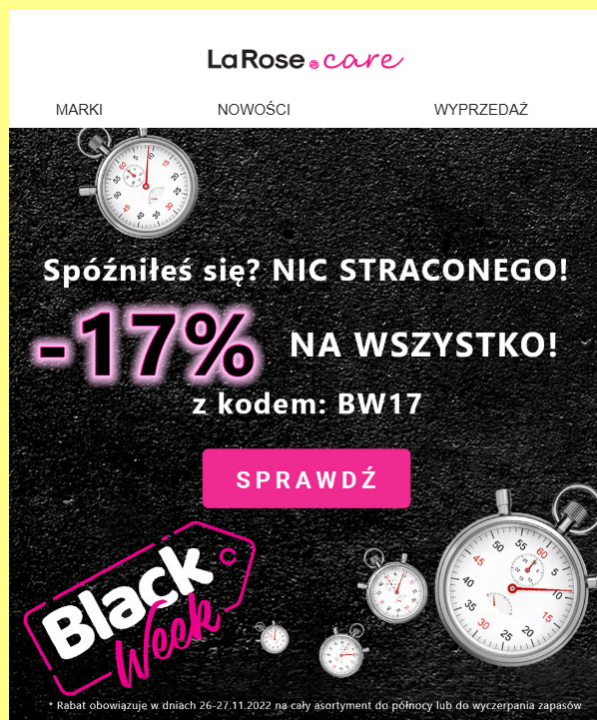
To jest TOP

Przedłużony Black Friday - zakupy w stylu slow.

Wyprzedaże tylko w piątek? Nie!

Corocznym trendem jest rozkładanie rabatów przed jak i po Black Friday. Dzięki temu sklepy dają możliwość mniej zdecydowanym klientom na rozłożenie swoich zakupów w czasie i rozeznanie się.

Slow shopping przedziera się coraz mocniej do trendów wyprzedażowych.

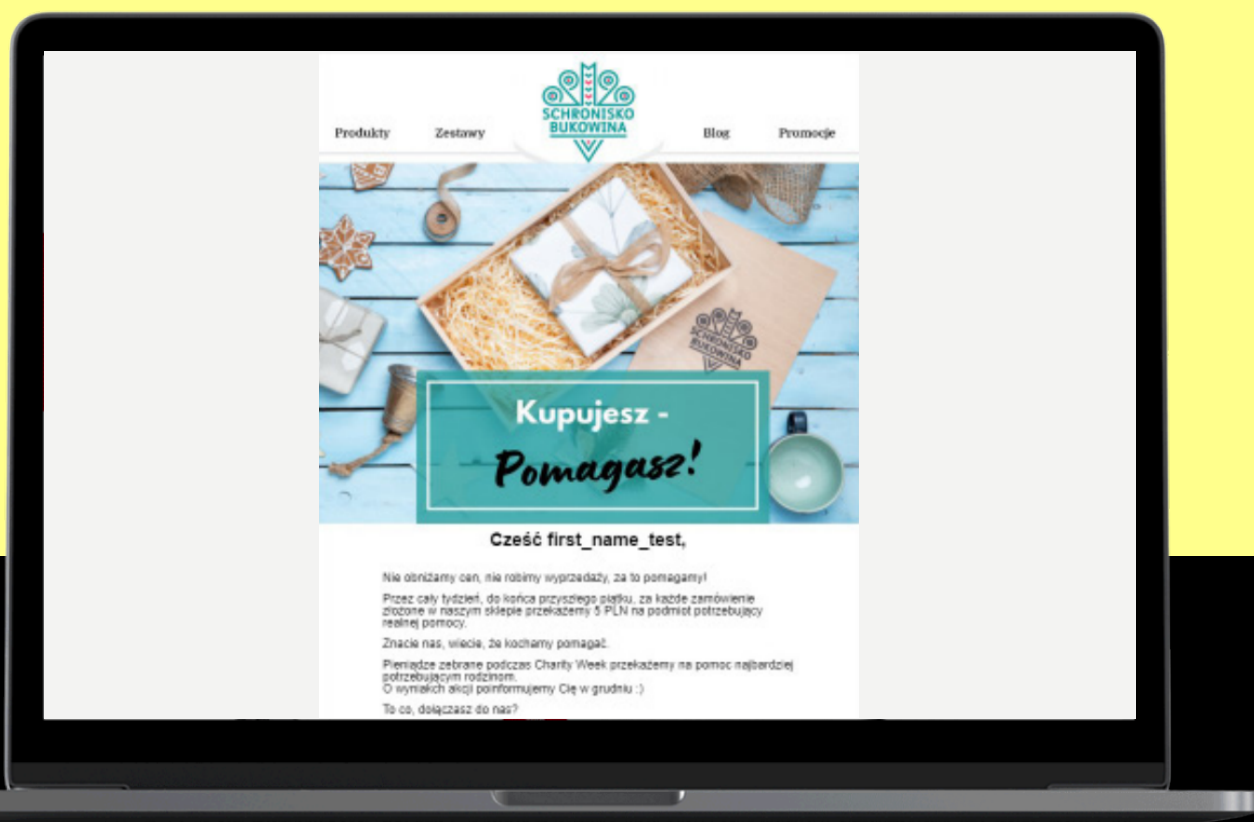


To jest TOP

Charytatywny Black Friday

To trend, który z roku na rok zyskuje coraz większą popularność. Sklepy sprzeciwiające się nadmiernemu i impulsywnemu konsumpcjonizmowi stosują alternatywne rozwiązania i proponują wsparcie wybranych akcji charytatywnych.

Skupienie się nie tylko na sprzedaży buduje pozytywny wizerunek na rynku i wśród klientów, co za tym idzie może się przełożyć na **lojalizowanie klientów**, którzy mają podobne podejście i chętnie pokażą wsparcie dla sklepu w takiej akcji.



To jest TOP

Tutoriale rabatowe

Skomplikowane formy rabatowania, rabat na jeden, wybrany produkt, rabat X łączy się tylko z rabatem Y... Często zawile treści skierowane podczas Black Friday zniechęcają klienta do zakupu.

Coraz więcej e-commerce już wcześniej przygotowuje gotową rozpiskę swojego planu wyprzedaży dla klientów lub wysyła przykład jak wykorzystać rabaty w sklepie. Dzięki temu generują mniej zapytań od klientów i usprawniają proces zakupowy podczas gorących promocji. **Trend warty przetestowania!**

TOUS

NOVOŚCI BIŻUTERIA TOREBKI AKCESORIA OUTLET

WYJĄTKOWA PROMOCJA W TOUS

Black Friday
22-26.11
do **-50%**
NA BIŻUTERIĘ, TOREBKI, AKCESORIA ORAZ ZEGARKI*

*Regulamin dostępny na stronie internetowej

Przed nami ostatnie dni Black Friday w TOUS...
Zobacz polecane przez nas produkty i skorzystaj z dodatkowych promocji:

DODATKOWE -10%
rabatu przy zakupie 2 produktów

DODATKOWE -15%
rabatu przy zakupie minimum 3 produktów

jak to działa?

2 x 199,90 zł = 399,80 zł
3 x 199,90 zł = 599,70 zł
3 x 198,56 zł = 595,68 zł

-10%
598,36 zł

KUP TERAZ

Koszulkowy
Black Week
SPRAWDŹ NASZE PROMOCJE

PRZY ZAKUPACH OD 50zł **-10zł**
KOD RABATOWY: **BLACK10PLN**

PRZY ZAKUPACH OD 100zł **-20zł**
KOD RABATOWY: **BLACK20PLN**

PRZY ZAKUPACH OD 200zł **-30zł**
KOD RABATOWY: **BLACK30PLN**

ZAMÓW JESZCZE DZIŚ
I ODBIERZ PRZED ŚWIĘTAMI

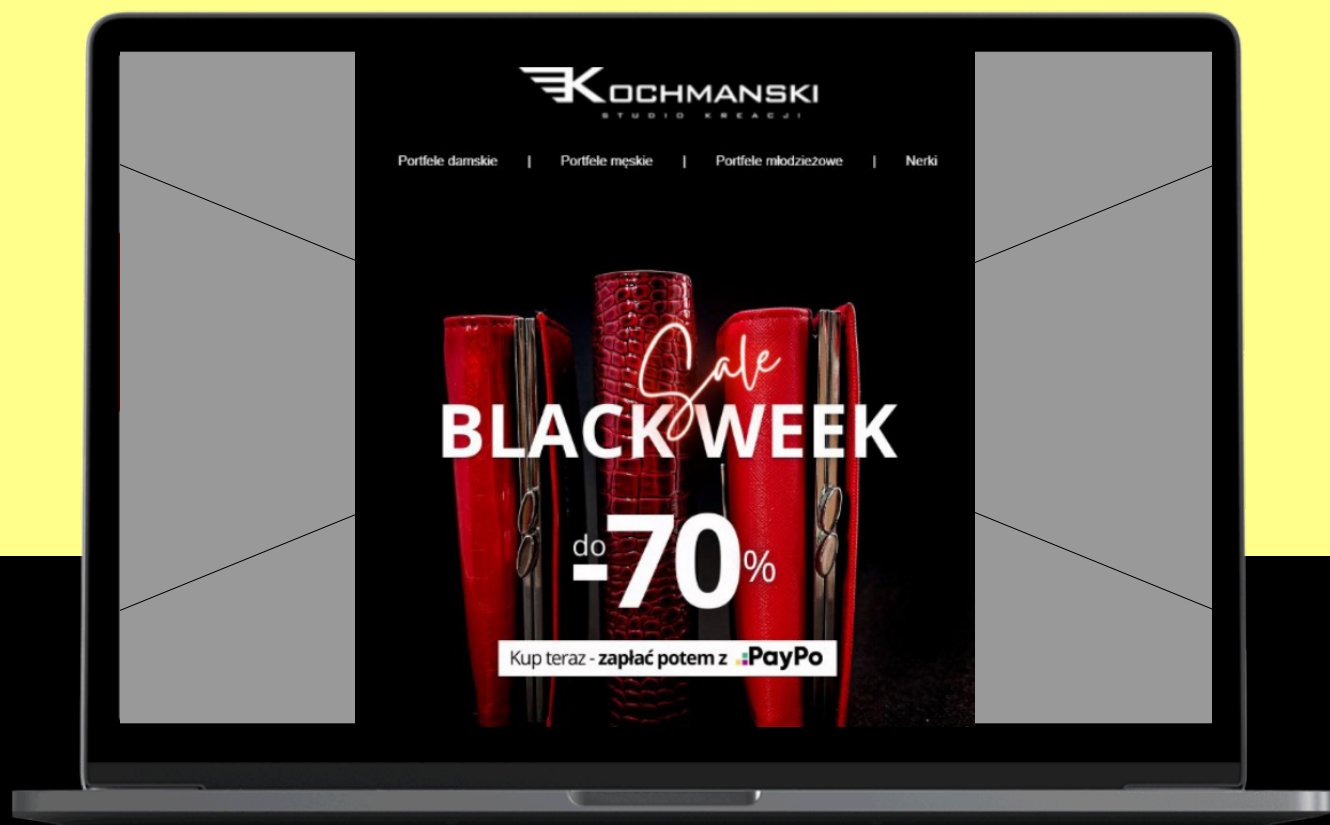
To jest TOP

Płatności odroczone

Kiedy nie stać Cię na zakup ulubionych produktów w danym momencie, na ratunek przychodzą płatności odroczone!

To udogodnienie stanowi dodatkową zachętę do zakupów i bodziec do zwiększenia wartości koszyka!

Według wyników badania „Koszyk roku 2022”, aż **79% sklepów internetowych**, które wprowadziły tę opcję, odnotowało **wzrost średniej wartości koszyka zakupowego**, a **75% zauważyło zyskanie zaufania nowych klientów**.



To jest NOT

Niskoprocentowe obniżki, obejmujące mało produktów.

Black Friday jest największą globalną akcją promocyjną, z założenia z największymi rabatami w roku. Decydując się na nieduże obniżki dla wąskiego zakresu produktów, nie tylko będzie ciężko wybić się spośród konkurencji - możesz narazić się również na negatywny odbiór akcji promocyjnej.

Jeśli nie możesz pozwolić sobie na przeprowadzenie akcji Black Friday, zdecyduj się na jedną ze świetnych alternatyw przedstawionych powyżej.

Niezgodność z dyrektywą Omnibus

W szczytowym sezonie promocyjnym nietrudno o przeoczenie na pozór błahych kwestii. Niestety to właśnie one mogą spowodować niemałe problemy... Upewnij się, że działasz zgodnie z dyrektywą Omnibus i w jasny sposób informujesz klientów o najniższych cenach produktów w ciągu ostatnich 30 dni.

OT NOT NOT NOT NOT NOT

To jest NOT

Skomplikowana polityka rabatowania, brak regulaminu promocji.

Prostota komunikatów i procesu składania zamówienia oraz jasne warunki promocji są kluczowymi składnikami na sukces promocji.

Konsumenci nie lubią czuć się niedoinformowani. Jeśli szybko nie znajdą odpowiedzi na nurtujące ich pytania, istnieje duża szansa, że zrezygnują z zakupu na rzecz konkurencji.

Szum komunikacyjny.

Komunikacja jest kluczem do utrzymania dobrych relacji z klientami i zachęcenia ich do zakupu. Należy jednak pamiętać o zachowaniu równowagi, aby nie przesadzić w żadną stronę. Szykujesz ciekawe promocje na Black Friday? Dawaj znać klientom regularnie i z odpowiednim wyprzedzeniem, jednak nie przesadzaj z ilością maili! W końcu nie chcemy zostać wrzuceni do spamu.

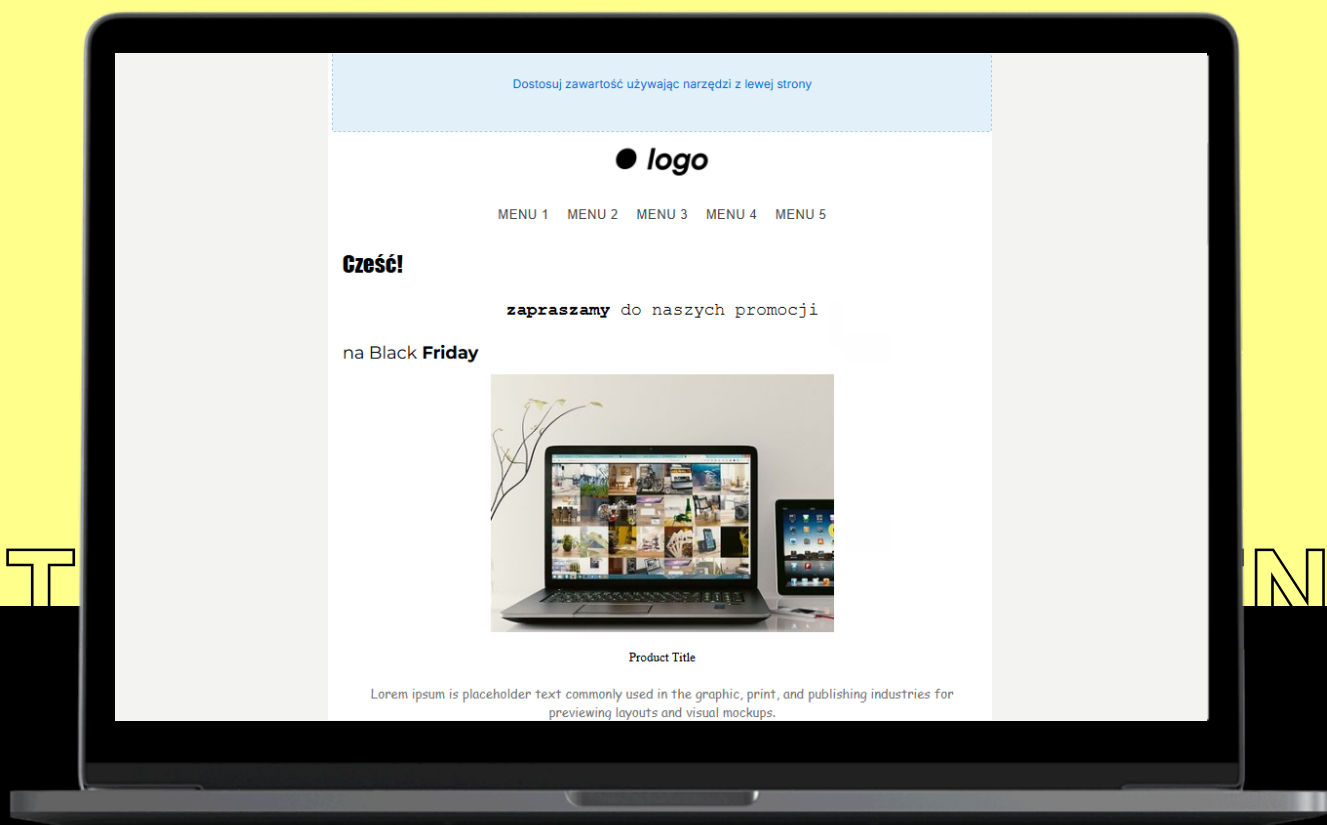
OT NOT NOT NOT NOT NOT

To jest NOT

Kreacje “na kolanie”.

Zarówno planując zarówno komunikację bezpośrednią, jak i projektując elementy onsite, pamiętajmy o utrzymaniu odpowiedniej estetyki i wstawianiu wszystkich elementów, w tym przede wszystkim odnośników i hiperłączy.

Nieestetyczne i nieczytelne, wyglądające amatorsko wiadomości mogą wręcz zniechęcić klienta do naszego sklepu, natomiast niestosowanie odnośników wydłuży jego ścieżkę, determinując kolejne potencjalne zagrożenia.



Emocje czy logika? Czym kierują się klienci?

3

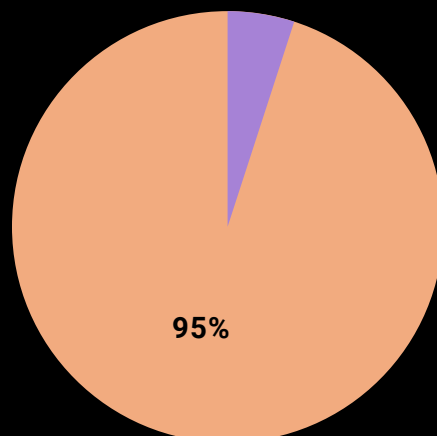
Klient zdecydowany nie istnieje!

W mózgu zachodzi wiele nieświadomych procesów decyzyjnych, które mają ogromny wpływ na zachowania zakupowe.

W zależności od tego, jak dźwięki, zapachy i bodźce wizualne są przetwarzane w mózgu, można to zastosować w różnych strategiach reklamowych.

Proces decyzji zakupowej klienta to:

- 95% emocje
- 5% racjonalność



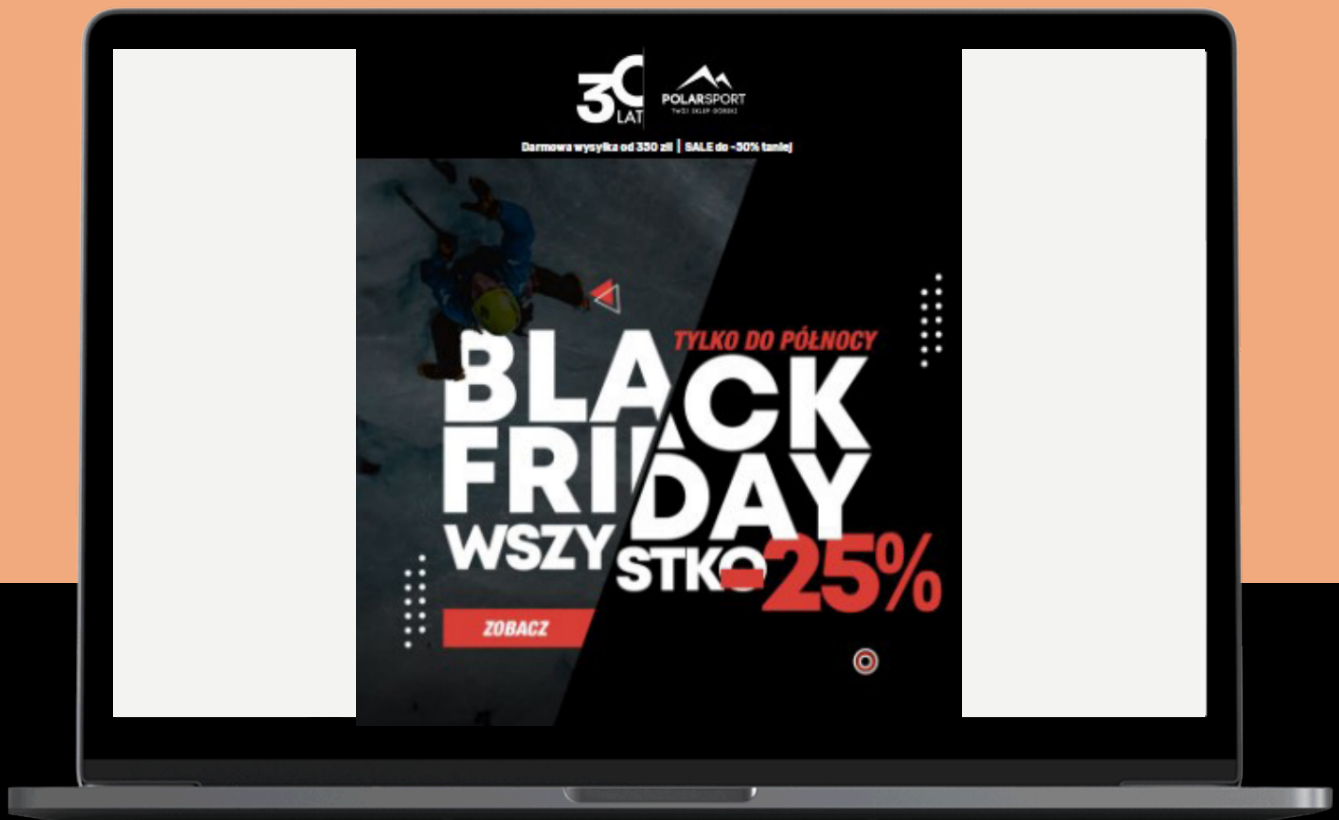
Emocje czy logika?

Czym kierują się klienci?

Zasada niedostępności podczas Black Friday.

Wykorzystanie skłonności do obawy przed niemożliwością dokonania zakupu. Zastosuj tutaj taktykę informowania klienta o ostatnich sztukach produktu, ograniczenia czasowe na wykorzystanie rabatu.

Takie komunikaty wpłyną na emocje klienta, który poczuje pilność zakupów w określonym czasie i szybciej zdecyduje się na finalizację.

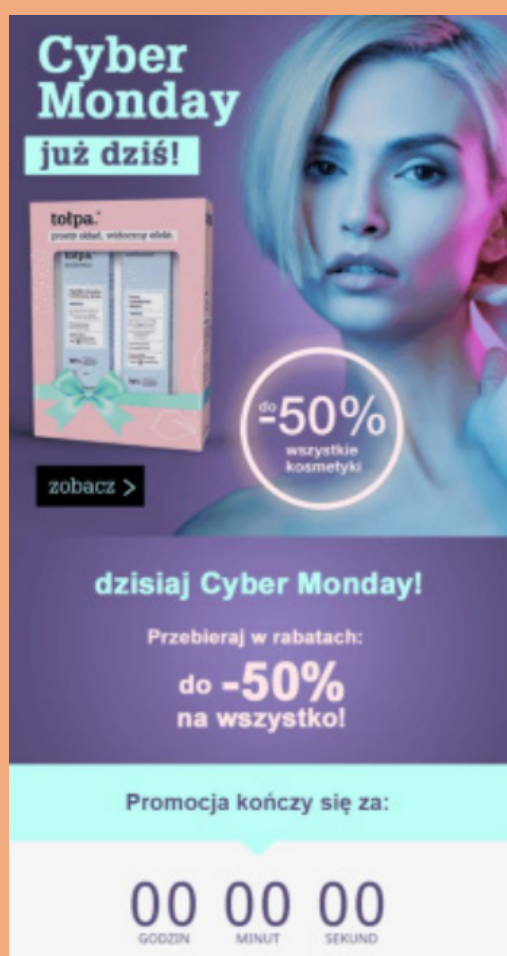


Emocje czy logika?

Czym kierują się klienci?

Tik-tak, tik-tak - czas ucieka!

Odliczanie do rozpoczęcia akcji wyprzedażowej to świetny sposób, by “psychiczne” przygotować klienta i skierować jego uwagę na śledzenie informacji na stronie sklepu. Klient czekający na wyprzedaż danych produktów będzie na pewno podekscytowany taką wiadomością i z niecierpliwością będzie odliczał czas do zakupu.

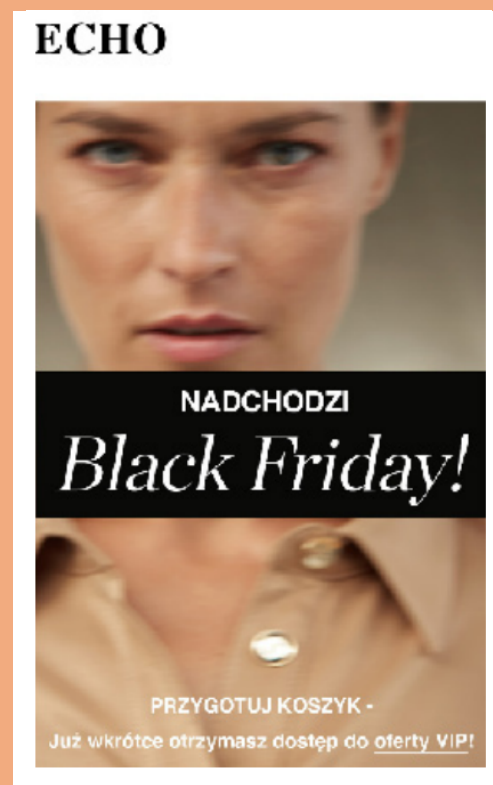
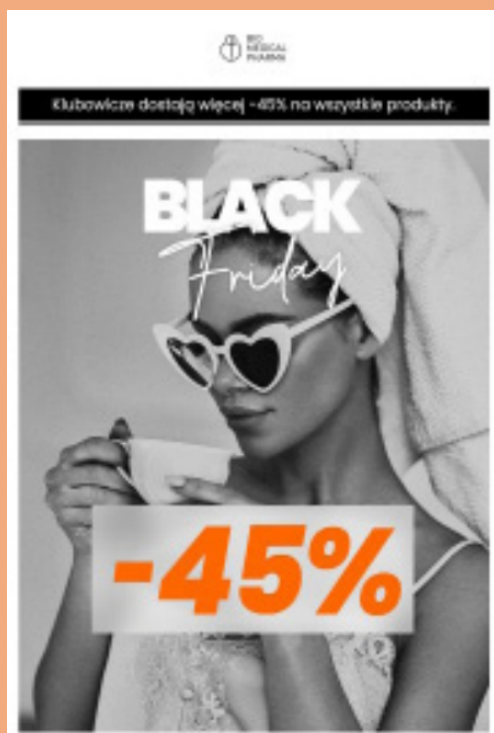


Emocje czy logika?

Czym kierują się klienci?

Wierzmy w Ciebie, jesteś najlepszy!

Chyba każdy lubi dostawać komplementy, prawda? Warto kierować je i do klientów! Pozytywny komunikat to must have w czasie Black Friday. Klienci lubią należeć do wybranej grupy - bazuj na swoich subskrybentach, nagradzaj ich wcześniejszym dostępem do promocji, czy podsyłaj dedykowane kody rabatowe tylko dla osób zapisanych! **VIP, ekskluzywny dostęp, specjalnie dla Ciebie, jako pierwszy...** to hasła, które na pewno zadziałają motywująco i pozytywnie na zachowanie zakupowe klienta.



Emocje czy logika?

Czym kierują się klienci?

FOMO

...Czyli Fear of Missing Out.

Strach przed przegapieniem towarzyszy ludziom w wielu aspektach życia.

Szacuje się, że aż 69% osób w wieku między 18 a 30 lat doświadcza tak zwanego FOMO. Obawiają się przegapienia nowości, ciekawych promocji a nawet treści z popularnych serwisów społecznościowych, które nie mają wpływu na ich codzienne życie. Stąd wiele strategii sprzedażowych opartych o tę koncepcję celowanych jest właśnie do tej grupy odbiorców.

Jak działa FOMO?

Bardzo prosto! Opierając się o koncepcję fear of missing out, stosuj wyrażenia typu “oferta ograniczona czasowo”, “nie chcesz tego przegapić”, “w ciągu ostatniej godziny X osób kupiło ten produkt”.

Must Have na Black Friday!

4

Black Friday czy Black Week?

Porównujemy do której kampanii i dlaczego, warto się przygotować!

Black week

Dlaczego warto?

1.

Dłuższy Czas, Więcej Możliwości

Prowadzenie akcji promocyjnych przez cały tydzień daje więcej czasu na dotarcie do klientów i przekazanie im informacji o promocjach. Konsument ma również więcej czasu na przemyślenie zakupów, co może zwiększyć szanse na konwersję.

2.

Wyprzedzaj konkurencję!

Rozpoczęcie dużych promocji już we wtorek czy środę może przyciągnąć klientów konkurencji, którzy obawiają się, że lepszych ofert już nie znajdą. To szansa na zdobycie przewagi przed Black Friday.

3.

Akcja, Reakcja, Optymalizacja!

Planując kampanię na Black Week, masz szansę na reakcję i korektę błędów w kampaniach reklamowych. Możesz dostosować strategię na podstawie wyników początkowych dni, co może poprawić efektywność.

4.

Postaw na Efektywność – uniknij zatorów

Rozkładając wzmożony ruch na kilka dni, unikniesz problemów z przeciążonymi serwerami, długim czasem realizacji przesyłek i zmęczeniem pracowników. To ważne dla zadowolenia klientów i efektywnego działania biznesu.

Black friday

Dlaczego warto?

1.

Maksymalizacja zysków

Inwestując w Black Friday, możesz osiągnąć maksymalny zwrot z jednego dnia sprzedaży, koncentrując się na zwiększeniu zysków. Warto jednak pamiętać, że długotrwałe kampanie marketingowe wiążą się z większymi kosztami, wyższymi budżetami marketingowymi i niższym zwrotem z inwestycji za każdą wydaną złotówkę.

Dlatego strategia promocji wyłącznie w Black Friday może być skutecznym wyborem. Pamiętaj jednak o odpowiedniej obsłudze klienta w intensywnym okresie.

2.

Postaw na wyjątkowość tego dnia!

Kampania Black Friday może być doskonałą okazją do budowania napięcia wokół Twojej marki i oferty. Koncentrując uwagę klientów na wyjątkowej okazji dostępnej tylko przez jeden dzień, możesz maksymalizować zainteresowanie i sprzedaż. To także potęguje potrzebę natychmiastowego zakupu, co może być trudniejsze do osiągnięcia w trakcie Black Week. Decyzja należy do Ciebie!



Pamiętaj! Black Friday i Black Week to nie jedyne strategie na listopad. Weekendowa wyprzedaż z Cyber Monday to alternatywa, pozwalająca przedłużyć atmosferę Black Friday.

Ale mamy jeszcze **Black Month**, czyli polskie wydłużenie święta zakupowego. Jednak nasza rada od edrone jest taka: nie wydłużajmy tego święta bardziej niż na Black Week, aby nie zaburzyć wyjątkowości Black Friday. W przeciwnym razie wkrótce listopad może stracić swój niepowtarzalny urok i stać się zwykłym miesiącem przedświątecznym z nieco wyższymi przychodami w porównaniu z innymi miesiącami.

Must have Quick Commerce

● **Dobre kampanie nie muszą być drogie**

W ramach Black Friday przekonaj klienta do zakupu Cyberprezентem, czyli prezentem niematerialnym:

- kody QR, pod którymi możesz ukryć coś nieszablonowego,
- spersonalizowana playlista na Spotify,
- filtry AR,
- e-book.

Inne rodzaje rabatów, oprócz procentowych:

- darmowa dostawa,
- darmowa dostawa na wybrane formy przesyłki,
- zestawy promocyjne.

● **Dbaj o ramy, czyli wpisz się w trend EKO**

Osoby urodzone po 1995 roku, czyli Zetki, cenią troskę o środowisko.

Zastanów się, jak pozytywnie wpłynąć na ekologię działalnością Twojego sklepu. To może oznaczać używanie etykiet lub opakowań wykonanych z biodegradowalnych czy pochodzących z recyklingu materiałów.

Jednak pamiętaj! Według raportu McKinsey Zetki cenią autentyczność i unikają „greenwashingu” - kłamstw ekologicznych. Nie naciągaj faktów, bo stracisz ich zaufanie.

Must have Quick Commerce

Ponadto łap przykłady kampanii, które mogą Cię zainspirować:

"Kampania IKEA z 2021: W okresie Black Friday firma postanowiła odkupywać od swoich klientów meble, których ci już nie używali. W zamian za to oferowała bony zakupowe do wykorzystania w swoich sklepach. Co istotne, bon nie miał daty ważności, co miało zachęcić klientów do wydania go wtedy, gdy rzeczywiście potrzebowali czegoś nowego. Warto podkreślić, że celem tej kampanii było zwrócenie uwagi na problem marnowania i zachęcenie do bardziej świadomych zakupów."

źródło: nowymarketing.pl

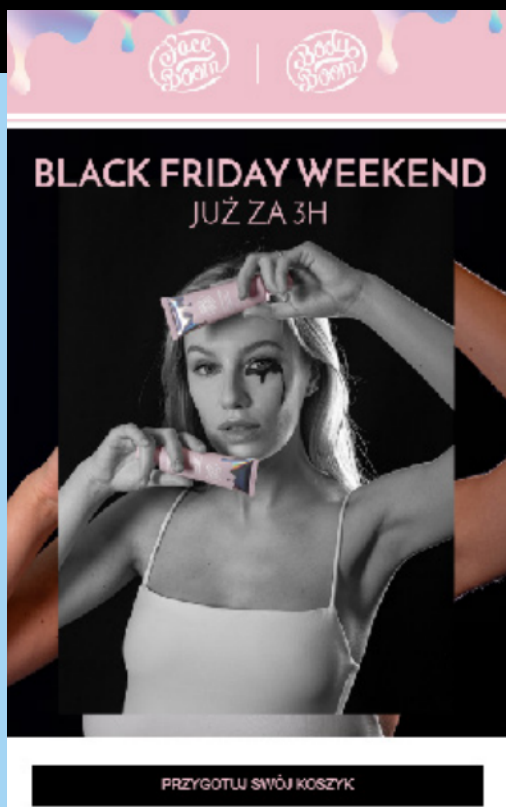


Must have Quick Commerce

● Pomagaj i Edukuj Klientów!

Wśród nowych, potencjalnych klientów mogą pojawić się obawy dotyczące oszustwa i złych wyborów. Twoje zaangażowanie i profesjonalizm sprawią, że zostaniesz odebrany jako godny zaufania e-commerce.

Dlatego wykorzystaj obawy klientów jako tajną broń i udzielaj wskazówek, jak mądrze przygotować się do listopadowego szaleństwa zakupowego. Przy okazji możesz podzielić się poradami na temat dokonywania świadomych zakupów i tego jak unikać nadmiernego konsumpcjonizmu. Taka postawa pozwoli Twojej marce wpisać się w popularny eko trend, zdobywając lojalność klientów i budując pozytywny wizerunek marki.



Must have Quick Commerce

Ok, to teraz jak teorie przekuć w praktykę i zacząć edukować?

Podrzucamy przykładowe formy przekazu. Wybierz tę, która najbardziej Ci odpowiada i pokaż klientom, że jesteś ekspertem w swojej branży!

ARTYKUŁY

- krótkie oraz długie formy
- wewnętrzne oraz zewnętrzne narzędzia

WEBINARY

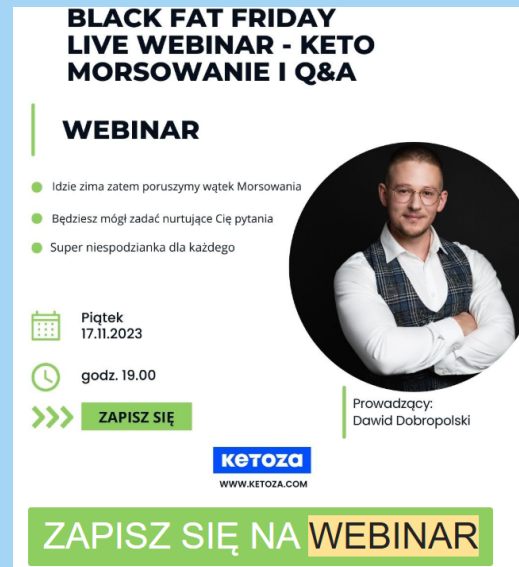
- webinary
- szkolenia
- podcasty

WIDEO I LIVE

- filmiki poradnikowe, edukacyjne
- live commerce

INFOGRAFIKI

- wykresy
- quizy
- memy



6 prostych kroków, które przygotowują Cię do Black Friday!

● Zadbaj o ruch na stronie

- sprawdź swoją platformę od strony technicznej
- upewnij się, że integracja Twojej platformy z edrone działa poprawnie
- dograj bazę — zweryfikuj liczbę klientów i uzupełnij braki:
ścieżka: Dashboard >> Ustawienia >> Import
- sprawdź/dograj Feed produktów:
ścieżka: Dashboard >> Produkty
- Dobrą praktyką, do zwiększenia ruchu na sklepie dzięki edrone jest w porę uruchomienie programu poleceń! Pozwoli Ci to na zyskanie nowych klientów, zanim ruszy cała kampania Black Fridayowa, czyli czas najlepszych promocji.

● Zoptymalizuj automatyzacje

Jeśli jesteśmy już w temacie Programu Poleceń, czyli jednego ze scenariusza Automatyzacji, wręcz wskazane jest, aby zadbać o pozostałe scenariusze przed nadchodzącym gorącym czasem zakupowym.

Co oznacza “zadbać”?



6 prostych kroków które przygotowują Cię do Black Friday!

- **Odśwież temat wiadomości**, który pojawi się w skrzynce odbiorczej klienta
- **Sprawdź, czy Twoje wiadomości posiadają preheader**, czyli ciąg dalszy tekstu po temacie, widoczny w skrzynce odbiorczej
- **Podmień banery** - nowe produkty, aktualna kolekcja jesienna, może się okazać, że niektóre z Twoich grafik w wiadomościach, są już nieaktualne! Dostosuj je do aktualnego sezonu! Zmian możesz dokonać w taki sposób, by były odpowiednie do Q3 i Q4
- **Sprawdź reguły wychodzenia wiadomości** (sekcja dostosuj) i przemyśl, czy niektóre scenariusze nie wymagają transferu do CUSTOM FLOWS, aby trafiały do klienta w sposób bardziej personalny.
Przykład: przeniesienie scenariusza „Przeglądanych produktów” do CUSTOM FLOWS i stworzenie ścieżki do konkretnej kategorii z wykluczeniem akcji dodania do koszyka.
- **Optymalizacja automatyzacji przed Black Friday to również czas na uruchomienie nowych!** Pomyśl, że po listopadzie, na Twoich klientów czeka kolejny sprzedażowy miesiąc, czyli grudzień. To idealna okazja, by stworzyć ścieżki w CUSTOM FLOWS, w których w grudniu podrzucisz produkty komplementarne, zaproponujesz uzupełnienie zapasów lub podeślesz rekomendacje na prezent po zakupie!

6 prostych kroków które przygotują Cię do Black Friday!

● Zaplanuj kampanię newsletterową

• **Określ cele i grupy docelowe:**

Twoim celem może być zwiększenie sprzedaży o określony procent, pozyskanie nowych klientów, czy zachęcenie do powrotu do sklepu. Wskazanie celu jest ważne, ponieważ pomoże Ci wskazać, w jakim kierunku działać! Dodatkowo dokładnie określ grupę docelową, aby przestać odpowiadnie treści do właściwych odbiorców.

• **Stwórz harmonogram**

Ustal daty wysyłek, terminy tworzenia treści, a także daty ważnych wydarzeń związanych z Black Friday.

Dobłą praktyką jest podział na okresy:

- Pre-Black Friday (tutaj możemy ruszyć już pod koniec września!)
- Black Friday
- Black Friday Weekend (a w tym Cyber Monday)

Dzięki temu będziesz w stanie zaplanować każdy etap kampanii i unikniesz opóźnień.

• **Segmentuj listę mailingową**

Przeglądając swoją listę mailingową, dokładnie przeanalizuj dane o klientach, takie jak ich preferencje, historia zakupów, lokalizacja itp. Następnie podziel listę na segmenty, aby dostosować treści do różnych grup odbiorców. Segmentacja pozwala na bardziej personalizowane i skuteczne kampanie.

Sprawdź czym jest Custom Flows →

6 prostych kroków które przygotowują Cię do Black Friday!

- **Przygotuj atrakcyjne treści:**

To mogą być:

- informacje o nadchodzących promocjach,
- ekskluzywne oferty,
- przewodniki zakupowe
- porady dotyczące zakupów w okresie Black Friday
- ...i wiele innych, a gotowe inspiracje znajdziesz w tym e-booku!

Upewnij się, że treści są klarowne, krótkie i zachęcające do działania.

Pamiętaj! Zasada Pareto obowiązuje również podczas Black Friday. Staraj się wysyłać 20% wiadomości typowo promocyjnych, a 80% nastawionych na budowanie relacji i przekazywanie wartości dodanej! Wówczas, klient nawet nie odczuje, że coś mu sprzedajemy, dodatkowo zyskamy jego lojalności wobec naszej marki.

- **Testuj i optymalizuj**

Z edrone wiadomości do kampanii możesz zacząć tworzyć już teraz, co więcej, wszystkie możesz stworzyć z wyprzedzeniem! Dzięki temu dokonasz testów, czy linki są aktywne, czy treści wyświetlają się prawidłowo na różnych urządzeniach, i czy czas wysyłki jest optymalny. Pamiętaj, by po rozpoczęciu kampanii monitorować wyniki, analizować wskaźniki otwieralności, klikalności i konwersji. Na podstawie tych danych wprowadzaj poprawki i dostosowuj treści, aby osiągnąć jak najlepsze wyniki.

6 prostych kroków które przygotują Cię do Black Friday!

● **Stwórz przestrzeń dla swoich promocji**

Idealnym połączeniem w stosunku do poprzedniego kroku, czyli newsletterów, jest zadbanie o przestrzeń dla naszych promocji na stronie! W ten sposób wzmacniamy i podsycamy nasze działania newsletterowe! Uruchomione onsites pozwalają również na bardziej bezpośrednią i efektywną komunikację z klientami, co może znacząco zwiększyć wskaźniki konwersji.

Oprócz informowania o promocjach możliwościami takimi jak:

- Pop up
- Web layer banner/ slider
- Newsletter Push

Pamiętaj o włączeniu zapisu do newslettera na platformie przez wszystkie możliwe narzędzia:

- Pop up lub Web layer
- Landing Page z zapisem do Newslettera
- Formularz z platformy

Pozyskiwanie subskrybentów Newslettera pozwala na gromadzenie danych kontaktowych, które można wykorzystać w dalszych kampaniach marketingowych i personalizacji ofert.

6 prostych kroków które przygotowują Cię do Black Friday!

● Działaj w erze multichannel – użyj SMS i WhatsApp!

Nie ograniczaj się tylko do e-maila. W gorącym okresie Black Friday liczy się czas reakcji klienta – SMS i WhatsApp to kanały, które docierają natychmiast i mają bardzo wysoki współczynnik otwarć:

- SMS: open rate sięga nawet **90–98%**,
- WhatsApp: średnio **~98%** otwarć.

Jak możesz wykorzystać te kanały?

- W SMS Newsletterze umieść kupony rabatowe, które klienci wykorzystają od razu przy zakupie – proste, szybkie i skuteczne.
- Spraw, aby Twoim promocjom nie można było się oprzeć: efektowne zdjęcia i przycisk kuponu w WhatsApp dostępny dla klientów jednym kliknięciem. Dzięki linkowi z możliwością śledzenia możesz monitorować każde działanie i mierzyć

Dowiedz się więcej o SMS

Poznaj WhatsApp

● Podpowiadaj dodatkowe produkty i doradzaj

- Scenariusz Rekomendacje
- Cross-selling
- Różne kanały komunikacji

Te narzędzia pomogą klientom znaleźć dodatkowe produkty lub akcesoria, które mogą ich zainteresować, co przełoży się na zwiększenie wartości zamówienia. Co więcej, dostosujesz rekomendacje do indywidualnych preferencji i historii zakupów klientów, co sprawi, że oferty będą trafniejsze i atrakcyjniejsze.

Top 10 tipów na Black Friday!

5

- **Dokonaj analizy zeszłorocznej akcji: Czego nie warto powtarzać? Co wymaga ulepszenia? Co się sprawdziło?**

Chcesz zaplanować akcję idealną?

Sprawdź zeszłoroczne raporty i zadaj sobie pytania:

Co się sprawdziło? Co warto poprawić? Co warto powtórzyć?

- **Przejrzyj swoje magazyny**

Upewnij się, że wiesz dokładnie, co możesz zaoferować swoim klientom i nie pozwól, aby skończyły Ci się zapasy! Black Friday zasługuje na szczególną ilość dostępnych produktów.

Top 10 tipów na Black Friday!

- **Pamiętaj o audycie wydajności sklepu, optymalizacji i pozycjonowaniu strony**

Sprawdź, czy wszystkie funkcjonalności na stronie działają prawidłowo. Pamiętaj również o ocenie bezpieczeństwa strony. Nie zapomnij też o sprawdzeniu sklepu pod kątem pozycjonowania i kompletności stron produktowych.

- **Zadbaj o każdy etap ścieżki zakupowej klienta**

Im prostsza i bardziej intuicyjna ścieżka zakupowa, tym większe prawdopodobieństwo sukcesu. Upewnij się, że UX jest funkcjonalny, etapy ścieżki możliwie krótkie, a wszystkie funkcjonalności na stronie - sprawne.

- **Zaplanuj komunikację multichannel**

Szykujesz super promocję? Pochwal się nią! Zaplanuj spójną komunikację wielokanałową, która zachęci klienta do interakcji.



Czy wiesz, że...

**aż 34,9% klientów chciałoby
otrzymywać informacje o promocjach
Black Friday drogą mailową?**

Top 10 tipów na Black Friday!

● **Zadbaj o dodatkowe profity dla klientów VIP**

Prowadzisz bazę klientów VIP? Pokaż, że o nich pamiętasz! Obdaruj ich dodatkowym rabatem, małym prezentem, poinformuj wcześniej o promocjach, urządz presale... Masz wiele możliwości!

● **Bądź oryginalny – zyskaj przewagę**

Pomyśl, jak sprawić, by klienci odróżniali Twoją markę od pozostałych. Czy jest coś, co może zaoferować tylko Twój sklep? Pomyśl o korzyściach, które nie są związane jedynie z oferowanymi przez Ciebie cenami – zaoferuj doświadczenie, takie jak udział w specjalnym wydarzeniu lub loterii, w której klienci będą mogli wygrać specjalne nagrody. Możesz także nadać swojej kampanii szczególne znaczenie poprzez przekazanie części zysków na cele charytatywne, które są ważne dla Twoich klientów.

Przeanalizuj to, co udało Ci się zrobić w poprzednich latach, jednak zwróć też uwagę na to czego dokonała Twoja konkurencja – nie po to by przejąć ich pomysły, ale po to by upewnić się, że niechcący ich nie kopiujesz.

Nie zapomnij też o ciekawym pomysle na email marketing – wymyśl nietypowy i zachęcający tytuł wiadomości. Nie zapomnij też o ustawieniu preheadera. Nieoczywisty, oryginalny design i nietuzinkowa komunikacja również będzie wielkim atutem!

Top 10 tipów na Black Friday!

- **Stosuj regułę niedostępności dla produktów wzbudzających największe zainteresowanie**

Wykorzystanie skłonności do obawy przed niemożliwością dokonania zakupu jest świetnym rozwiązaniem w przypadku dużych, krótkoterminowych akcji promocyjnych. Wiesz, jakie produkty cieszą się największą popularnością? Koniecznie poinformuj o ich ograniczonej dostępności! Pomoże Ci w tym między innymi Social Proof. Możesz też przygotować kampanię promocyjną konkretnych produktów z ograniczonym czasem ich dostępności w obniżonej cenie! To przyspieszy decyzyjność Twoich klientów i zwiększy prawdopodobieństwo zakupu! Wykorzystaj do tego timer odliczający czas do końca akcji.

- **Zadbaj o bezproblemową komunikację klienta z Biurem Obsługi Klienta**

Większy ruch na stronie = więcej zapytań klientów. W czasie promocji zadbaj o to, by odwiedzający Twój sklep czuli się zaopiekowani. Uruchom Chat na stronie, poinformuj o godzinach pracy BOKu i przewidywanym czasie odpowiedzi.

- **Zweryfikuj promocje pod kątem zgodności z Dyrektywą Omnibus**

Dowiedz się więcej →

Inspiracje edrone Black Friday

6

**Komunikacja newsletterowa przed Black Friday!
Zobacz, jak robią to inni!**

Inspiracje edrone Black Friday

Ważna informacja!

Poinformuj swoich klientów czy bierzesz udział w Black Friday i jakich promocji mogą się spodziewać.



Inspiracje edrone Black Friday

Pomóż w przygotowaniach!

Przygotuj swoich klientów na zakupowe szaleństwo



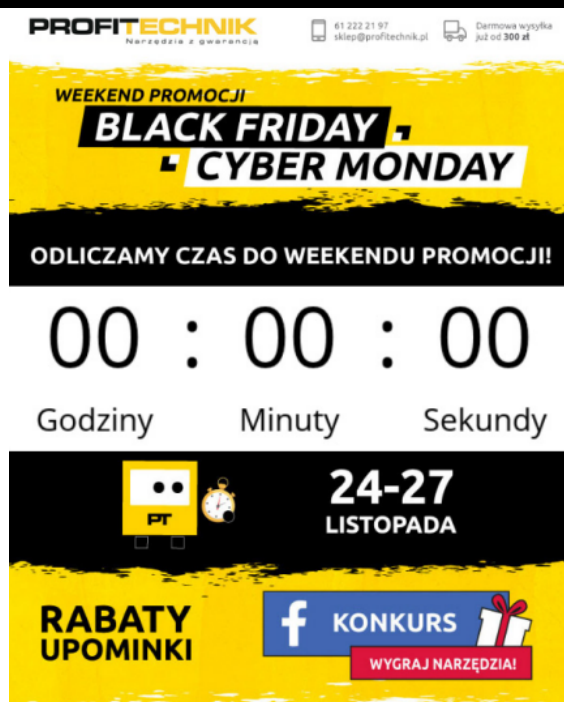
SILNE I ZDROWE WŁOSY | WSZYSTKO DLA ZDROWIA | DOMOWE SPA | NOWOŚCI

TIP

Z zapisem do newslettera z pop-upu wystartuj już wcześniej - podkreśl dodatkowe zyski dla klienta, który w tym czasie zapisze się do Twoich wiadomości marketingowych.

Inspiracje edrone Black Friday

3...2...1 Black Friday start!



PROFITECHNIK
Narzędzia z gwarancją

61 222 21 97
sklep@profitechnik.pl

Darmowa wysyłka
już od 300 zł

WEEKEND PROMOCJI
BLACK FRIDAY
CYBER MONDAY

ODLICZAMY CZAS DO WEEKENDU PROMOCJI!

00 : 00 : 00

Godziny Minuty Sekundy

24-27
LISTOPADA

RABATY
UPOMINKI

KONKURS
WYGRAJ NARZĘDZIA!

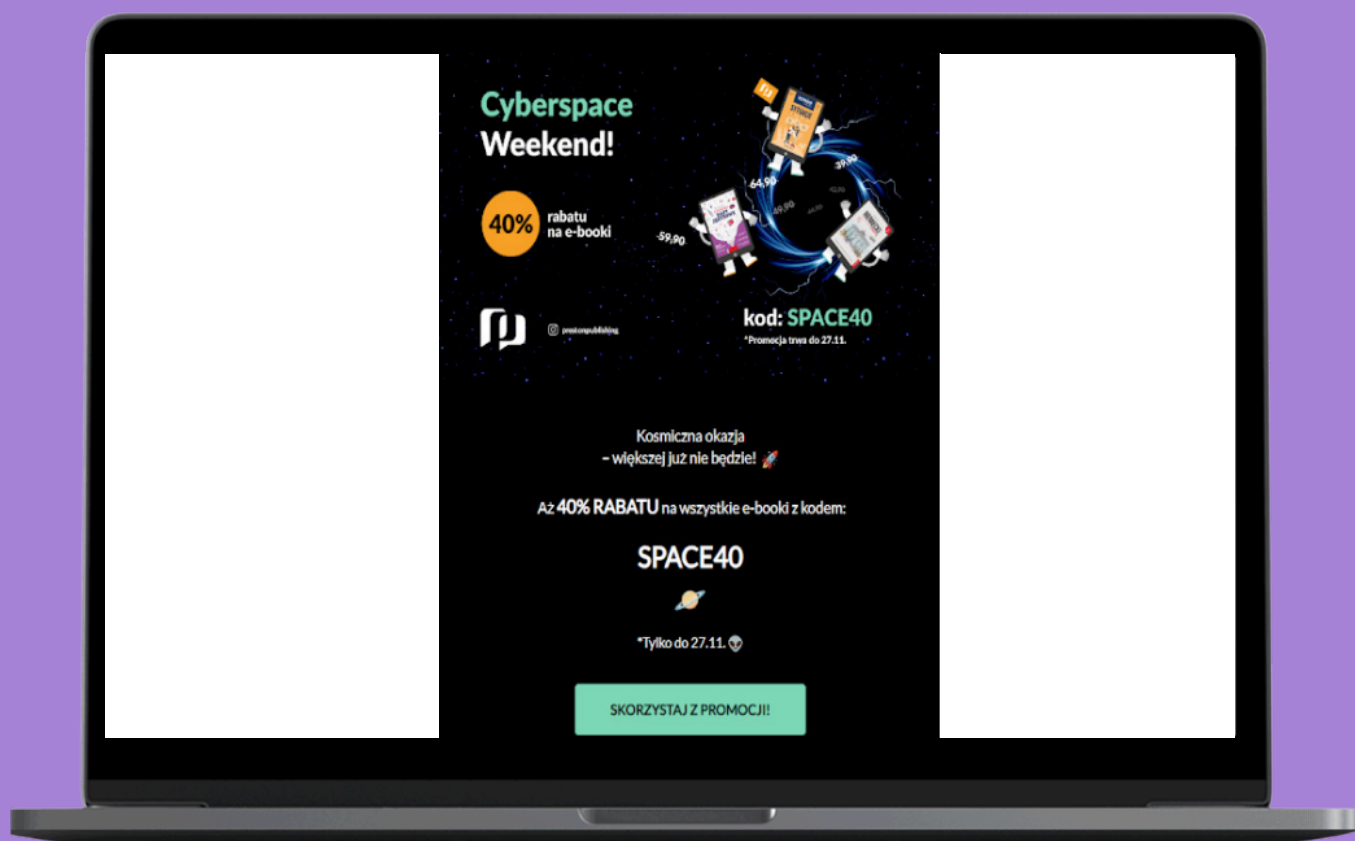
TIP

Wykorzystaj licznik z kreatora Drag'n'Drop!
Wykorzystaj efekt FOMO, niech nic nie ucieknie
Twoim klientom sprzed nosa i z koszyka!

Inspiracje edrone Black Friday

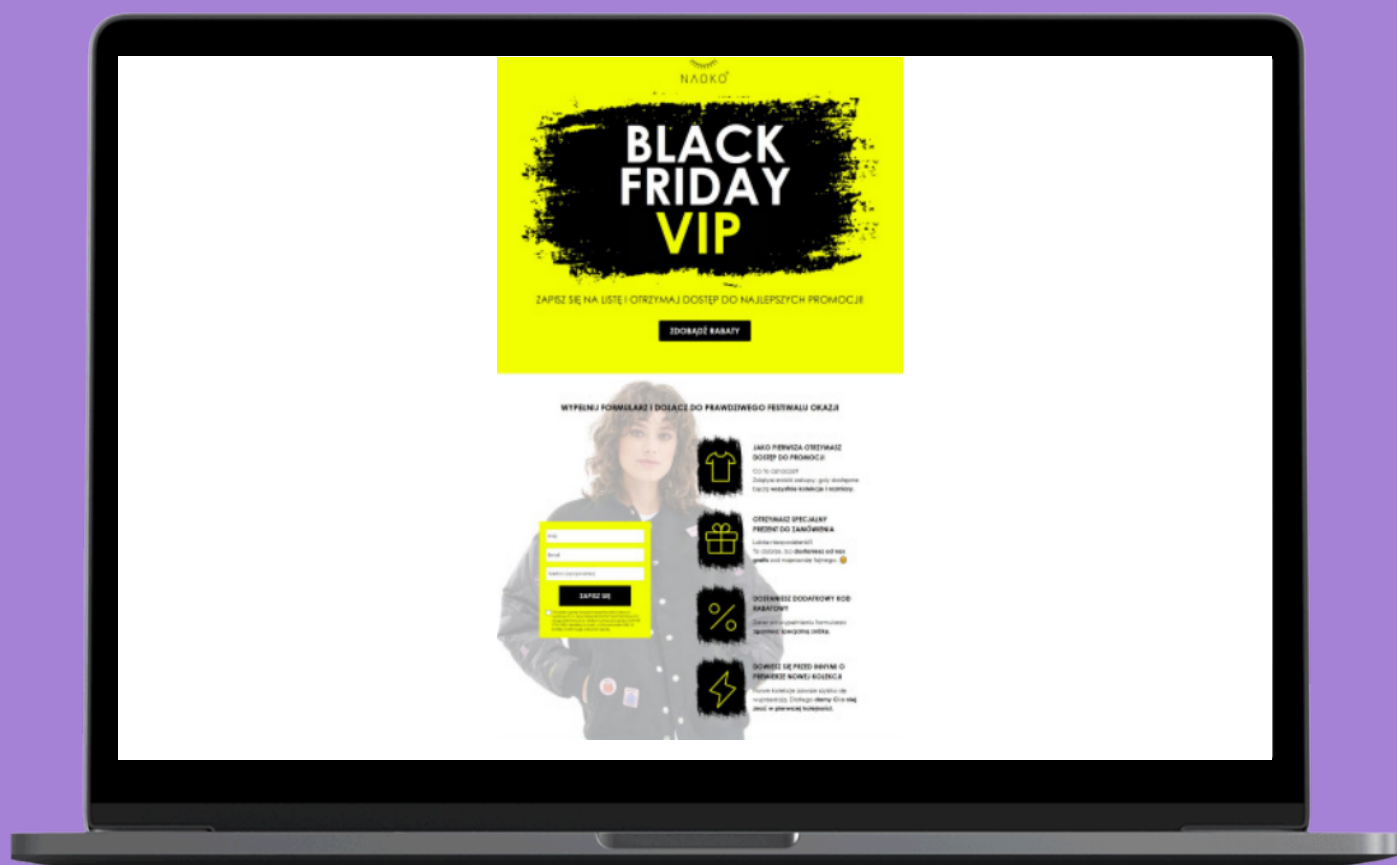
Jeśli jednak chcesz zaszaleć...

Nie zapomnij o Cyber Monday!



Inspiracje edrone Black Friday

Zaskocz klientów, przedłuż trwające promocje!



edrone radzi...

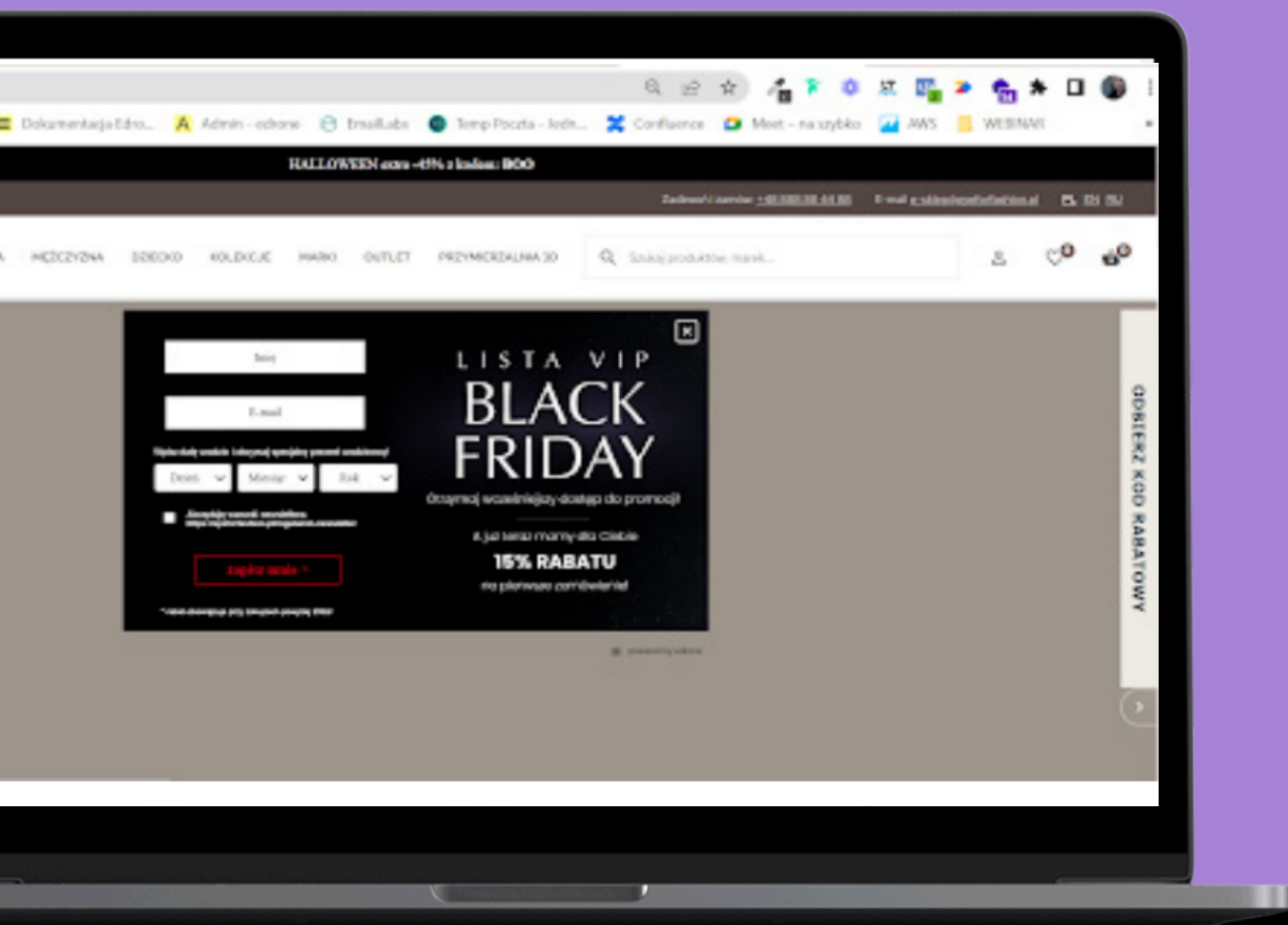
Zastanawiasz się pewnie
o której wysłać newsletter
z informacją o promocji?

**Zaufaj Newsletter Hub,
który na podstawie danych
w Twoim koncie przygotowuje
i proponuje dla Ciebie
najlepsze propozycje!**

Wykorzystaj elementy onsite

POP-UP

Zbieraj klientów z każdego miejsca na stronie i komunikuj zapis na listę VIP!



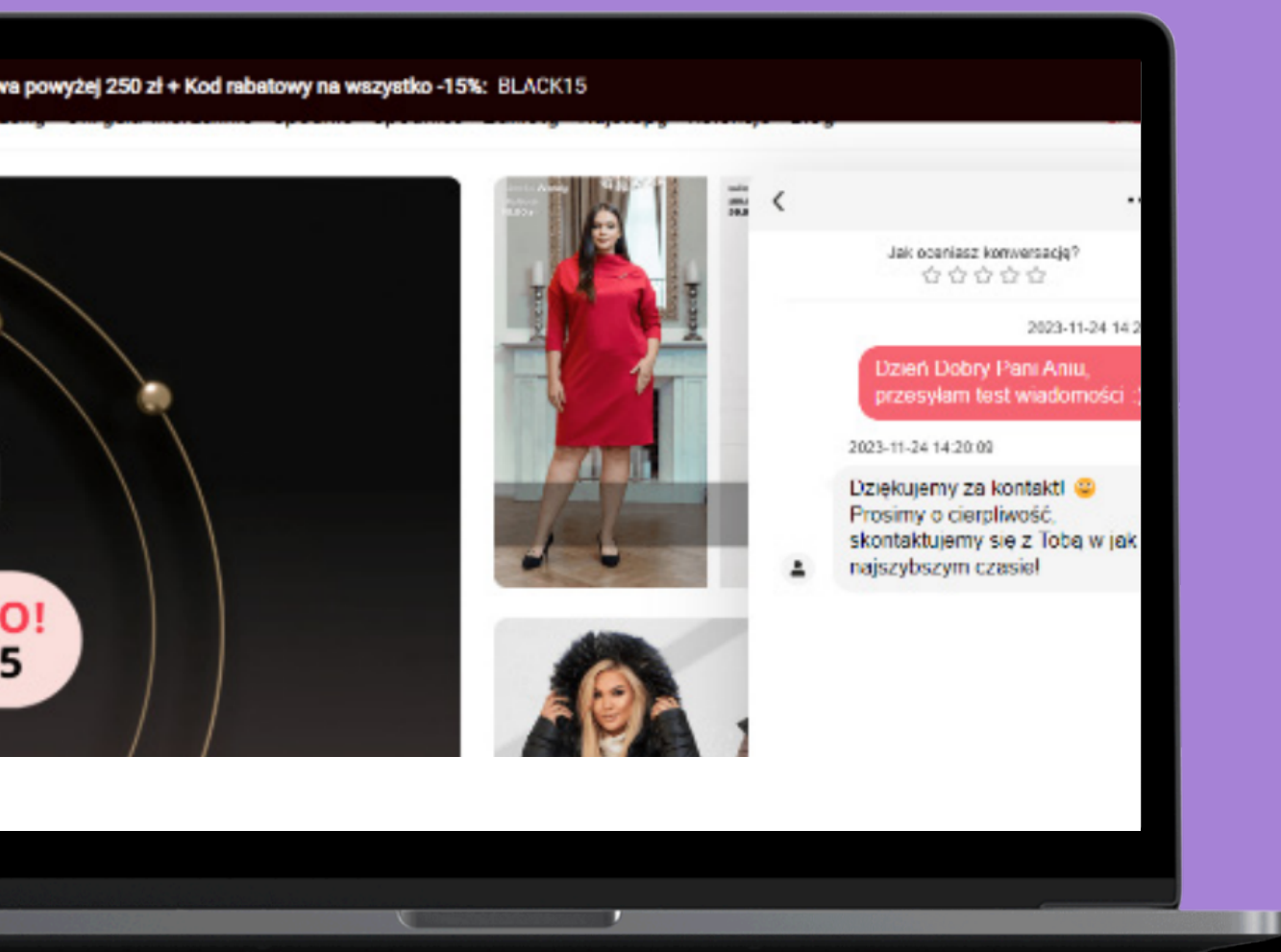
TIP

Exit pop-up pojawi się tylko na urządzeniach desktopowych, czyli tam, gdzie mamy możliwość śledzenia położenia kursora. Na urządzenia mobilne możesz przygotować inną kreację lub podobną, a w regułach określić, by wyświetlała się na konkretnych adresach URL (np. na stronie koszyka).

Wykorzystaj elementy onsite

WEB LAYER

Belka górna z informacją



TIP

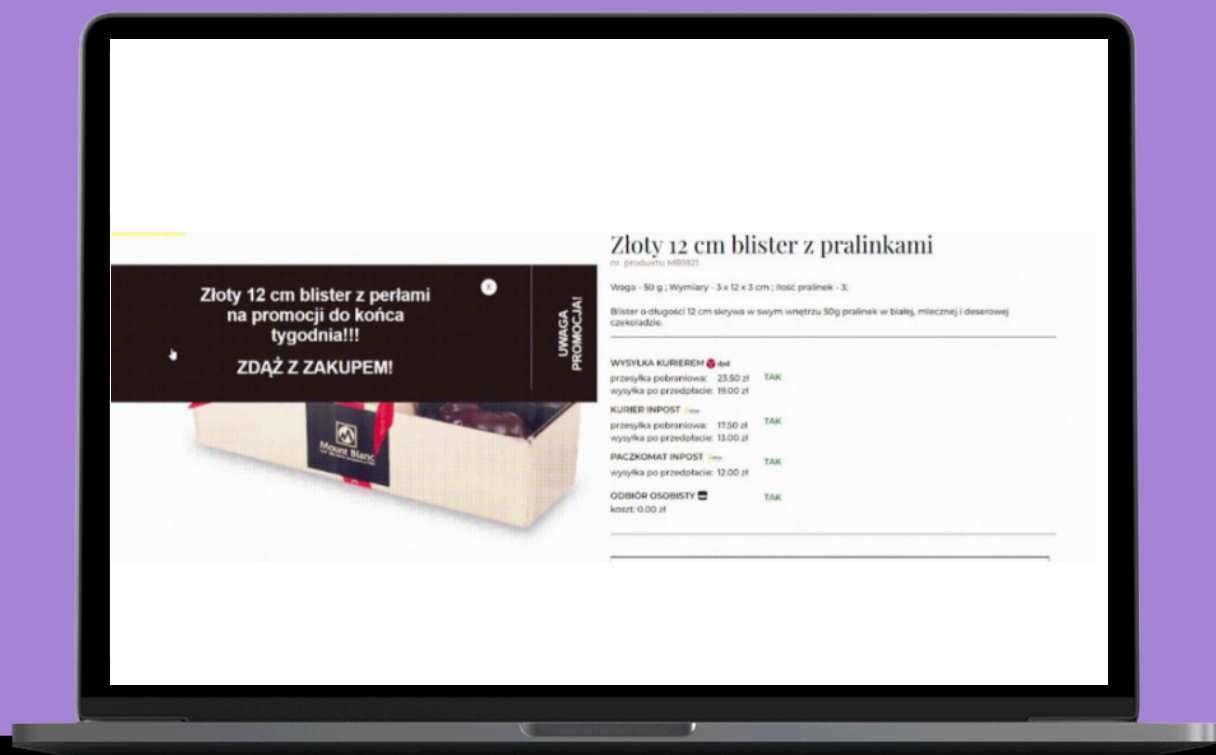
Belkę możesz dostosować do wyglądu Twojej strony. Zdecyduj o jej położeniu i stylu. Jeśli chcesz wzmocnić jej widoczność ustaw w konfiguracji web layera styl floating - belka będzie podążać wraz ze scrollowaniem strony przez klienta, będzie zawsze widoczna, ale nie będzie przeszkadzała w ścieżce klienta!

Wykorzystaj elementy onsite

Slider boczny z kodem rabatowym na dany produkt

Chcesz więcej inspiracji?

Zobacz więcej sposobów na web layer →



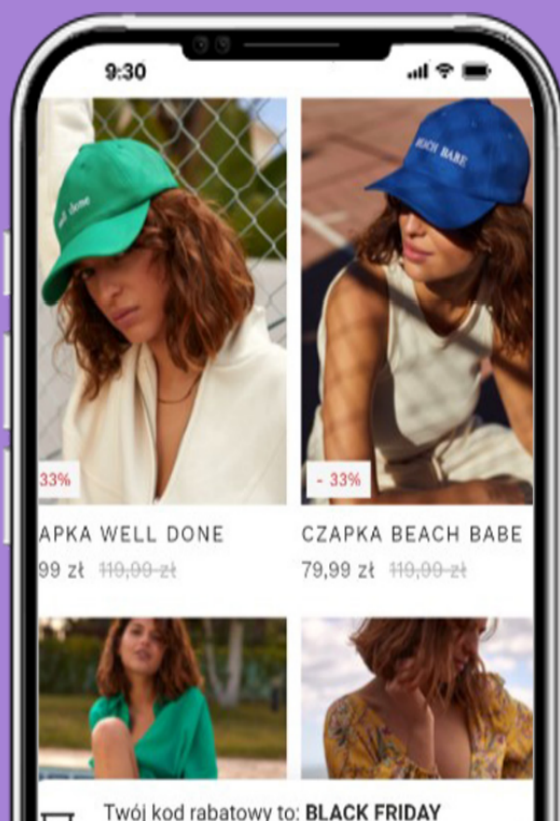
TIP

Belkę możesz dostosować do wyglądu Twojej strony. Zdecyduj o jej położeniu i stylu. Jeśli chcesz wzmocnić jej widoczność ustaw w konfiguracji web layera styl floating - belka będzie podążać wraz ze scrollowaniem strony przez klienta, będzie zawsze widoczna, ale nie będzie przeszkadzała w ścieżce klienta!

Wykorzystaj elementy onsite

SOCIAL PROOF

Kod rabatowy na kategorii produktowej



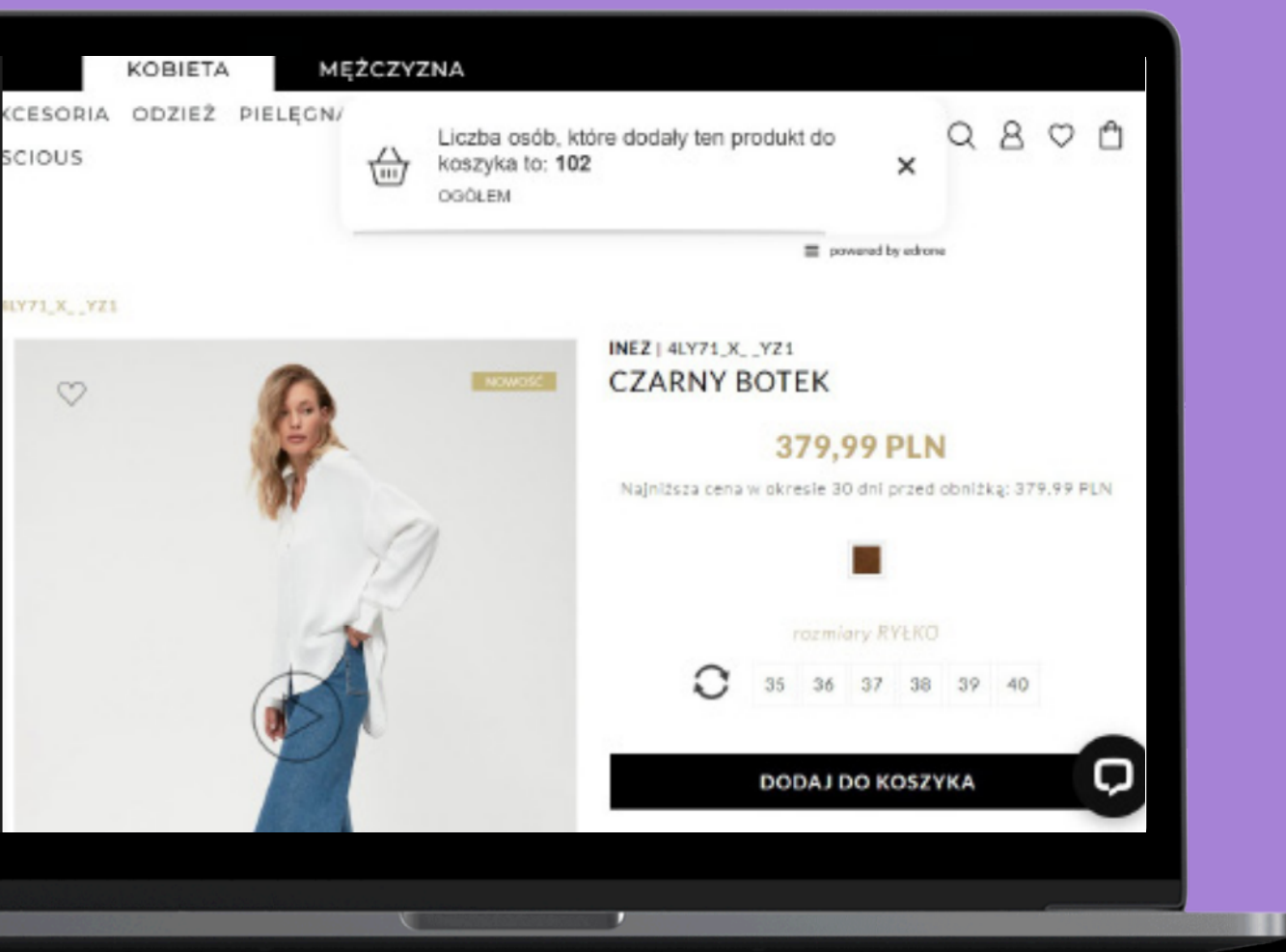
TIP

Social proof możesz wyświetlać na wszystkich stronach produktowych. Chcesz dodać kod rabatowy tylko na wybrany produkt, który zalega w magazynie? Dodaj konkretny URL w regule widgetu i uruchom na stronie sklepu!

Wykorzystaj elementy onsite

SOCIAL PROOF

Ilość dodanych do koszyka



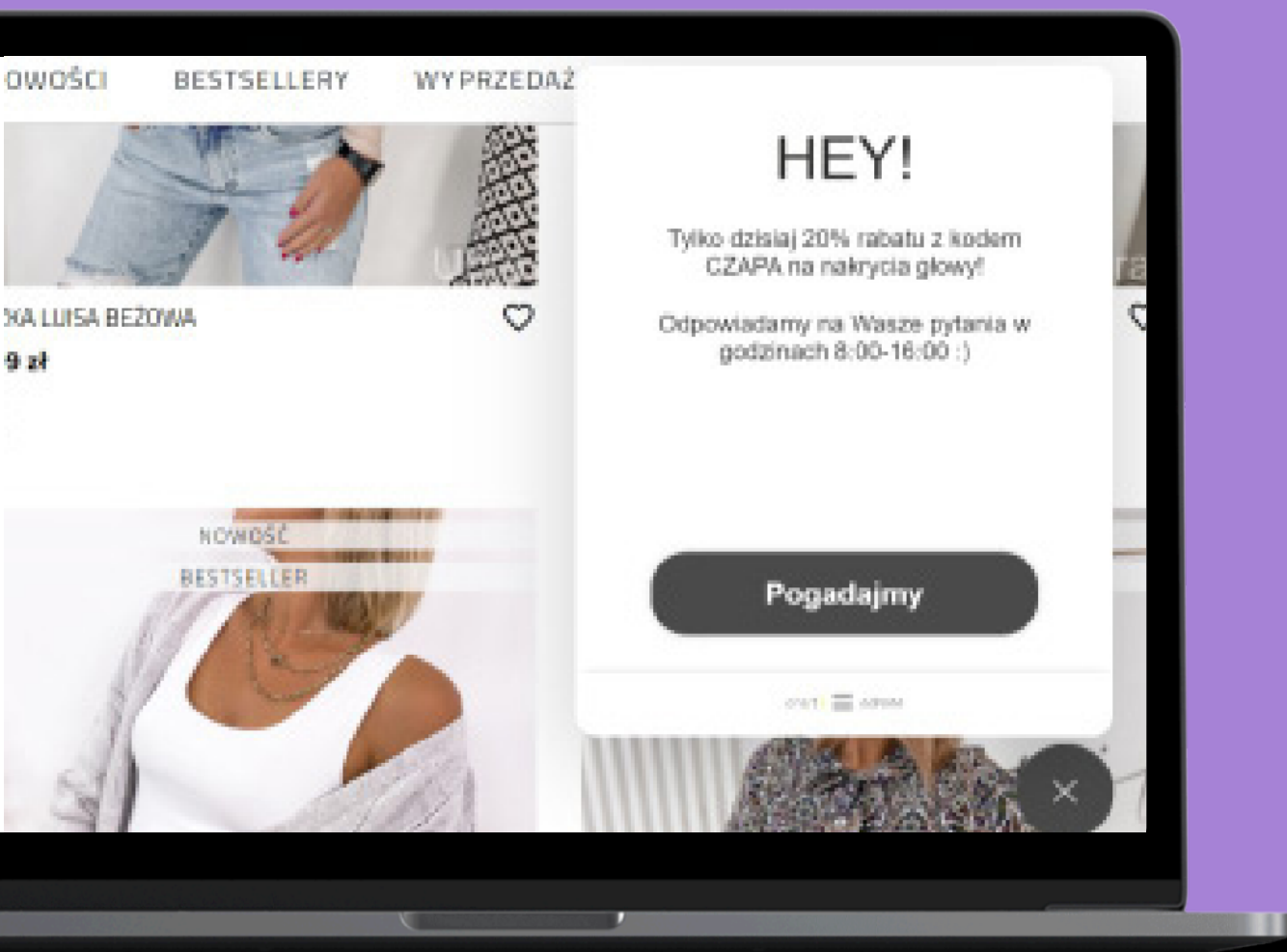
TIP

Upewnij swojego klienta, że produkt ma branie! Wybierz jedną z 3 akcji, którą wykonali klienci z danym produktem. Dodatkowo możesz wybrać okres czasu z jakiego te ilości mają się wyświetlić w widgedzie - skrócić decyzyjność zakupową klienta w prosty sposób!

Wykorzystaj elementy onsite

CHAT

Poinformuj o kodzie rabatowym



TIP

Pamiętaj, że chat jest świetnym sposobem na ułatwienie komunikacji w tym gorącym czasie wyprzedaży. Nie tylko sprawnie odpiszesz na pytania klientów, ale i poinformujesz ich o kodzie jeszcze przed wysłaniem pytania do Twojego sklepu

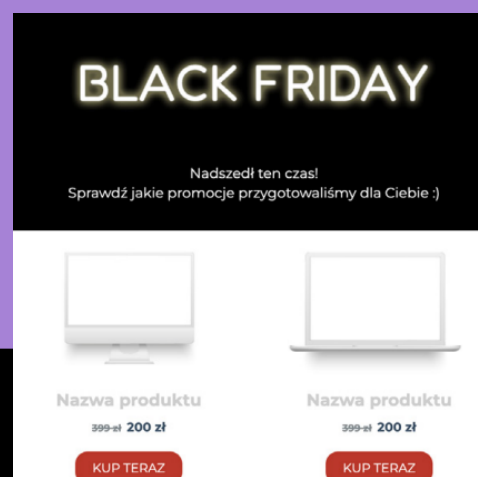
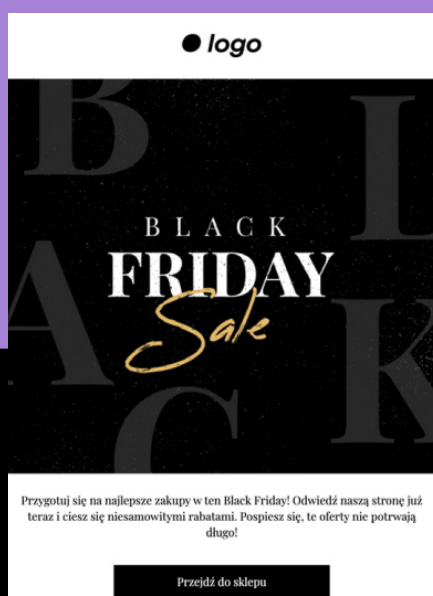
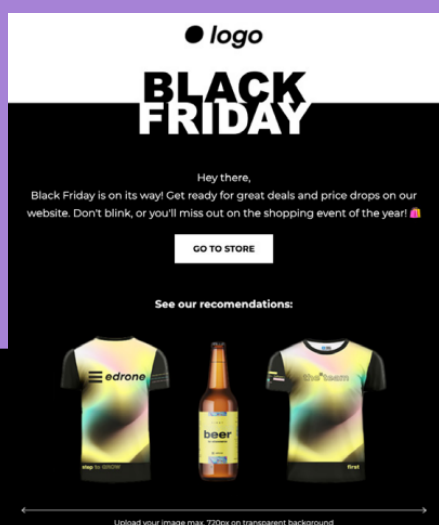
Marketing automation w czasie Black Friday!

Scenariusze automatyzacji w blackfriday-owej wersji!

W tak ważnym sprzedażowym czasie warto zaskoczyć swoich klientów odświeżonym i przygotowanym specjalnie na ten czas designem wiadomości!

Pokaż swoim użytkownikom, że Twoje przygotowania do tego zakupowego święta są przemyślane pod względem każdego detalu!

Templatki, które przygotowaliśmy dla Ciebie specjalnie na Black Friday:



Marketing automation w czasie Black Friday!

Planowanie

Podczas optymalizacji scenariuszy koniecznie sprawdź **sekcję dostosuj** każdego z nich:

- Zobacz, ile wiadomości wychodzi po danej akcji klienta
- Zweryfikuj, czy wiadomości nie nakładają się na siebie (tzn. czy kilka wiadomości nie wychodzi w jednym dniu o tym samym czasie)

Pamiętaj też, że możesz ustawić limity globalne dla wiadomości automatycznych w sekcji **Ustawienia> Limity**.

- Limity dzienne
- Limity tygodniowe
- Limity miesięczne

UWAGA! Newslettery nie liczą się do limitów!

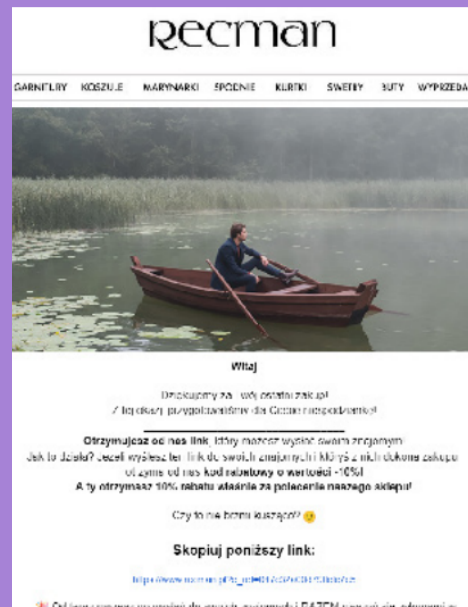
DOBRA PRAKTYKA

Nasi klienci najczęściej ustawiają limity tygodniowe, w liczbie 3 lub 4, jednak w czasie Black Friday limity te można zwiększyć nawet do 5-8 wiadomości tygodniowo.

Marketing automation w czasie Black Friday!

Wykorzystaj scenariusz Po zakupie do:

- podziękowania za zakup i budowania relacji
- zebrania opinii na temat zrealizowanego zamówienia
- zachęcenia do kolejnych zakupów i ewentualnie przekazania kodu rabatowego
- przesłania ref linku z Programu Poleceń - niech zadowoleni klienci polecają Twój sklep swoim znajomym!



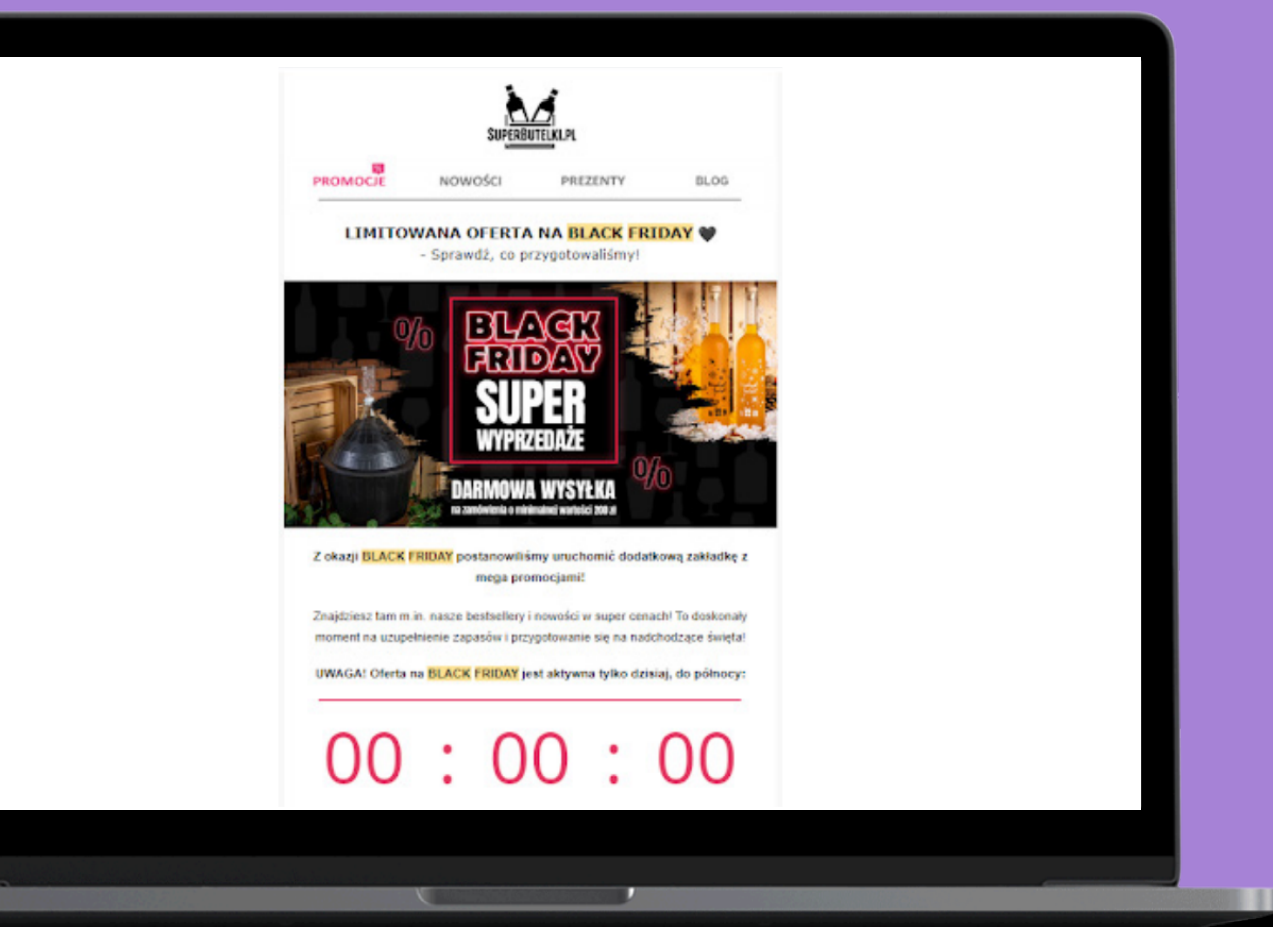
TIP

Dodaj opinie od klientów, którzy już dokonali zakupu w Twoim sklepie! Pokaż, że inni konsumenci ufają Twojej marce w 100%!

Marketing automation w czasie Black Friday!

Przeglądane produkty, porzucone koszyki...

Przypomnij klientowi o produktach, które ostatnio wpadły mu w oko.



TIP

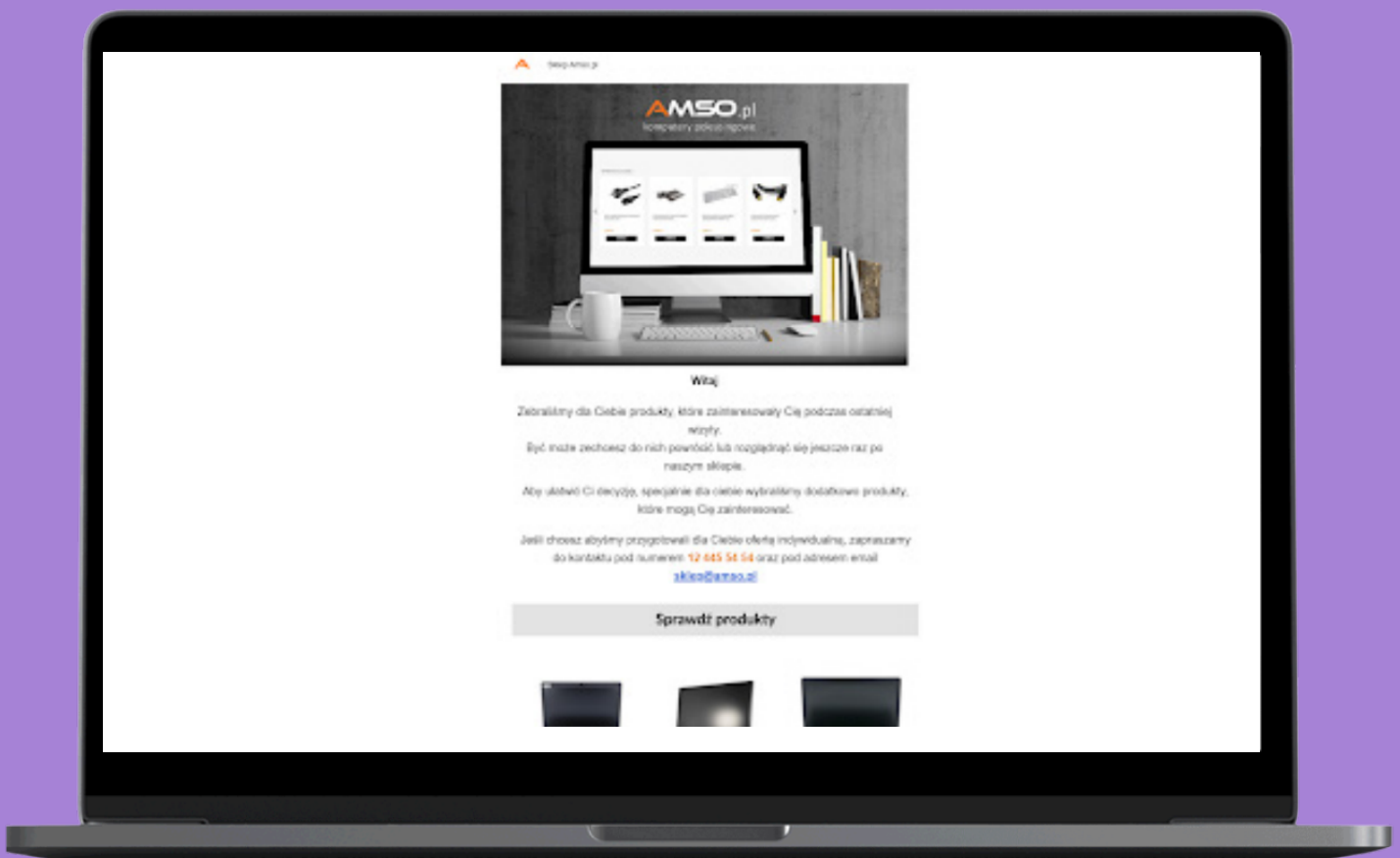
Czy wiesz, że pierwszą wiadomość z porzuconego koszyka możesz wysłać już po 20 minutach?

Inspiracje edrone Black Friday

Scenariusz Rekomendacje

Świetnie sprawdza się niemal w każdej branży!

Prześlij rekomendacje stworzone na podstawie indywidualnych wyborów Twoich klientów!

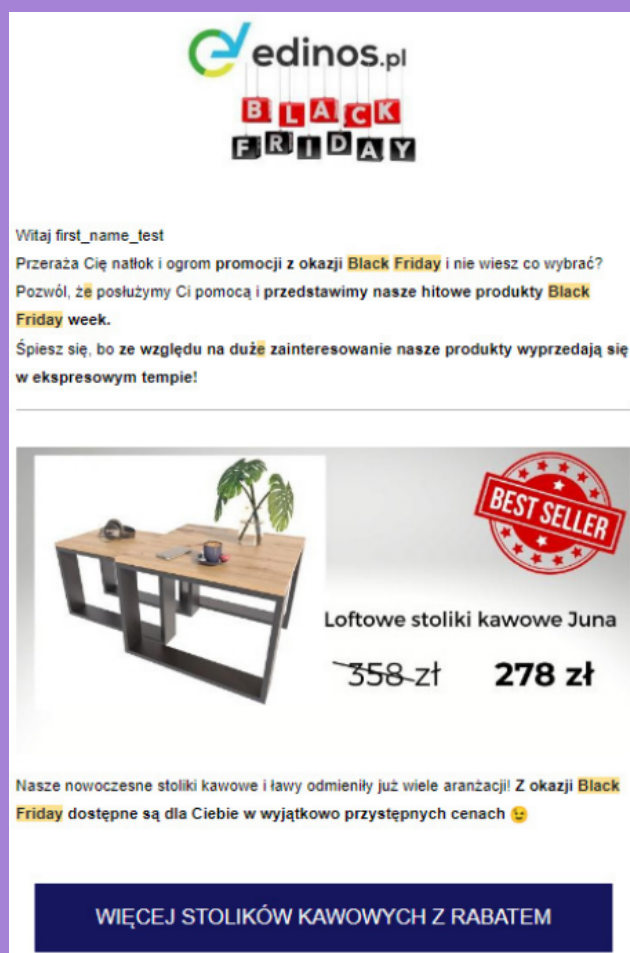


Marketing automation w czasie Black Friday!

Cross-Selling Twoim przyjacielem!

Jak możesz wykorzystać ten scenariusz?

Sprawdź, które kategorie są najbardziej popularne w Twoim sklepie, jakie inne przedmioty możesz z nimi crossować i zaproponuj je klientom!



edinos.pl
BLACK FRIDAY

Witaj first_name_test

Przeraża Cię natłok i ogrom promocji z okazji **Black Friday** i nie wiesz co wybrać?
Pozwól, że posłużymy Ci pomocą i przedstawimy nasze hitowe produkty **Black Friday week**.

Śpiesz się, bo ze względu na duże zainteresowanie nasze produkty wyprzedają się w ekspresowym tempie!



Loftowe stoliki kawowe Juna

~~358 zł~~ **278 zł**

Nasze nowoczesne stoliki kawowe i ławy odmieniły już wiele aranżacji! Z okazji **Black Friday** dostępne są dla Ciebie w wyjątkowo przystępnych cenach 😊

WIĘCEJ STOLIKÓW KAWOWYCH Z RABATEM

Inspiracje edrone Black Friday

Buduj wizerunek swojej marki z wiadomościami wielokrotnymi!

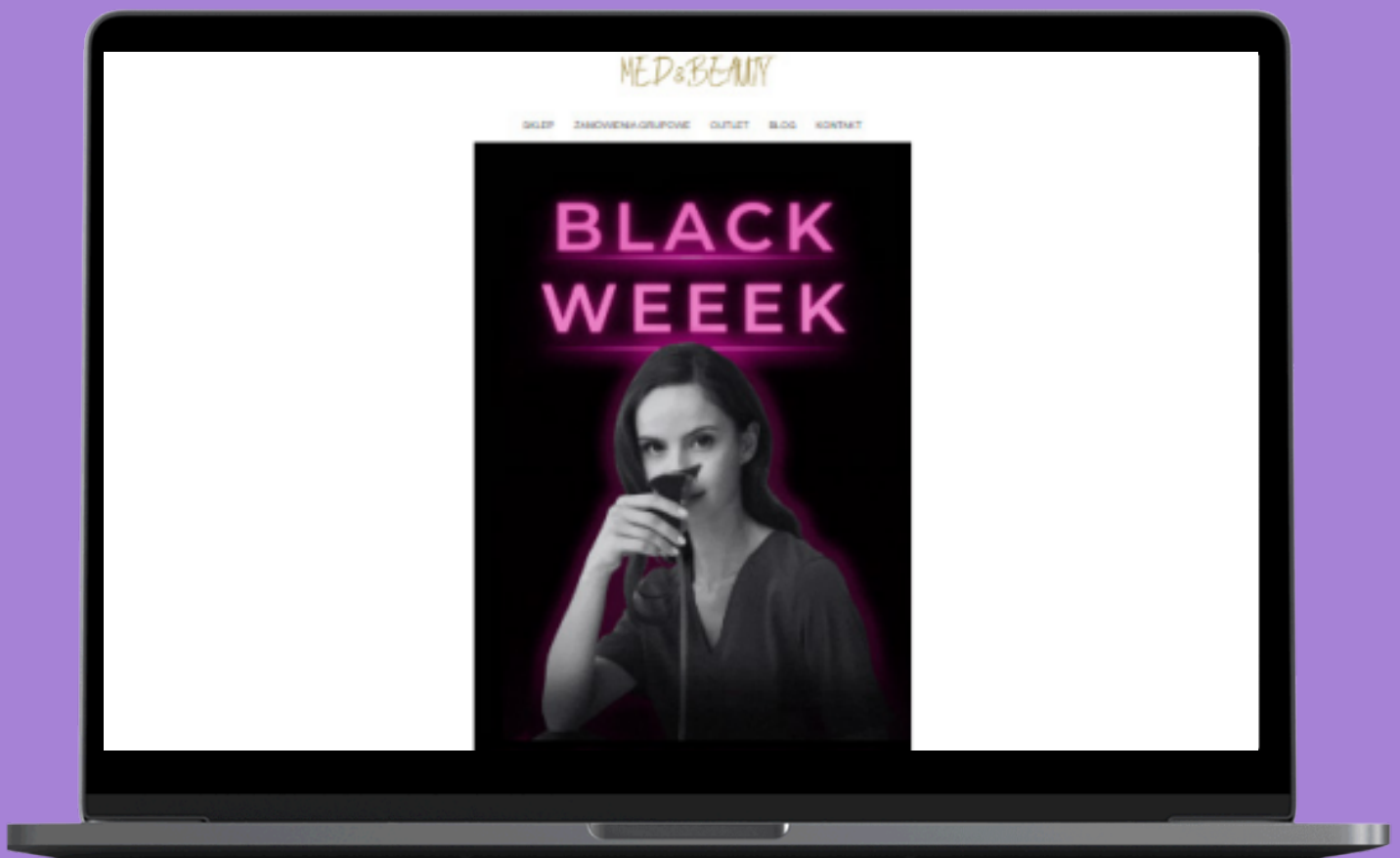
Opowiedz o swoich wartościach i cechach wyróżniających Twój brand na tle konkurencji! Przedstaw historię swojej marki. Opowiedz o benefitach, jakie wiążą się z przynależnością do grona Twoich subskrybentów



Inspiracje edrone Black Friday

Nieograniczone możliwości Custom Flows!

- przygotuj rozbudowaną ścieżkę dla porzuconych koszyków
- wysyłaj spersonalizowane komunikaty do odbiorców chcących otrzymywać informacje dotyczące Black Friday
- zadbaj komunikację pozakupową, budując relację z nowymi klientami i obecnymi klientami
- segmentuj bazę swoich klientów



Bonus!

Przykładowe ścieżki wychodzenia wiadomości

I OPCJA

- Porzucone koszyki: I wiadomość po 1 godzinie, II po 1 dniu
- Przeglądane produkty: 1 wiadomość po 12 godzinach
- Rekomendacje po przeglądaniu: po 1 dniu
- Po zakupie: 1 godzina

II OPCJA

- Porzucone koszyki: I wiadomość po 2 godzinach, druga po 2 dniach
- Przeglądane produkty: 1 wiadomość po 12 godzinach, druga po 3 dniach
- Rekomendacje po przeglądaniu: wiadomość po 1 dniu
- Rekomendacje po zakupie: po 7 dniach



Pamiętaj, żeby na czas Black Friday zwiększyć limity wiadomości MA w ustawieniach, a po zakupowym szale wrócić do poprzednich ustawień!

Szybka checklista

4

Przetestuj i przygotuj swój sklep na zwiększony ruch

Przygotuj oryginalny pomysł na kampanię sprzedażową

Zoptymalizuj scenariusze automatyzacji i elementy onsite

Opracuj strategię komunikacji newsletterowej

Zapewnij szybkie i skuteczne wsparcie BOK

Podsumowanie

Black Friday to nie tylko okazja do zwiększenia sprzedaży, ale także do zbudowania lojalności klientów i wzmocnienia swojej marki. Kluczowym elementem jest odpowiednie przygotowanie, planowanie i realizacja strategii. Działając zgodnie z naszymi radami, możecie skutecznie wykorzystać potencjał tego dnia. Pamiętajcie o personalizacji, analizie danych, nowoczesnych technologiach e-commerce i śledzeniu najnowszych trendów. Każdy szczegół ma znaczenie, a ten poradnik jest tu, aby pomóc w osiągnięciu zamierzonych celów. Trzymamy kciuki i życzymy udanego Black Friday!

Przypominamy również o dostępnej możliwości umówienia się z nami na spotkanie optymalizacyjne!

Umów się na spotkanie! →

Chcesz pogłębić swoją wiedzę o e-commerce? Zapraszamy na dedykowane warsztaty!

Zapisz się! →

Zobacz nasze inspiracje na scenariusze, newslettery i onsite!

Zobacz! →

Jeśli potrzebujesz pomocy, nasz dział Service również jest dla ciebie od poniedziałku do piątku w godzinach 9-17 pod adresem **hello@edrone.me!**

Zobacz, ilu klientów nam już zaufało!

Dzięki temu, że wspólnie gramy
do jednej bramki, osiągnęli ogromne sukcesy
w świecie e-commerce!



X-KOM RYŁKO od 1954 STOUS AMSO

Jean Louis David UNHUMAN LEIFHEIT

KULIG mve.pl mi Mi-Home.pl Współpraca z mi abra MEBLE

Husqvarna CONVERSE ➤

LANCÊRTO  SNEAKER PEEKER

 SNEAKER STUDIO NEMIRA placówka lotniska veranda  TRINY



www.edrone.me | hello@edrone.me