



Marketing za **Črni petek**



Arbona

www.arbona.hr

Vsebina

Black Friday

- Pripravite spletno stran za Black Friday
- Pripravite Google Ads kampanje
- Black Friday na socialnih omrežjih
- E-mail marketing za Black Friday

Black Friday? Že zdaj? Smo nori?

Verjemite, da nismo! Prazniki in vse bolj priljubljeni Black Friday bo prišel, še preden boste uspeli pomežikniti! Popoln čas za skrbno načrtovanje spletnih marketinških kampanj je bil že - včeraj!

Če boste predolgo čakali (verjetno se vam je to že zgodilo), boste to najbolj donosno obdobje v letu preživeli kot muha brez glave, ki tava z enega konca na drugega, in izpulili še tistih nekaj las, ki so vam ostali na glavi zaradi prekomernega prazničnega stresa.

Zato se odločite biti letos bolj organizirani! Bodite pripravljeni izkoristiti povečani spletni promet in miselnost potrošnikov, ki je med akcijami in popusti vse prej kot zdravorazumska.

Pozdravite šopingholike, ki se v vseh nas spretno skrivajo skozi vse leto in ki prav zdaj prihajajo pod reflektorje norosti ekstremnih popustov! →

Black Friday se tradicionalno obeležuje prvi petek po ameriškem Dnevu zahvalnosti, kot dan, ko se začnejo velike razprodaje. To je poseben dan v letu za vse Američane, petek, ko velika večina prebivalstva opravi prvi praznični nakup, saj imajo trgovine na ta dan izjemno velike popuste.

Ker se trendi širijo po svetu, je Black Friday prišel tudi v Slovenijo! Že nekaj let za ta dan popuste napoveduje vse več blagovnih znamk, trgovin in nakupovalnih centrov, nekateri pa so šli celo tako daleč, da so ta dan podaljšali na pet dni, ki so jih poimenovali, namesto Black Friday, Black Fiveday.

Na kratko, Slovenci so navdušeni nad Black Fridayem, oziroma Črnim petkom, in namesto da bi se osredotočili na eBay in Amazon, iščejo popuste v Sloveniji. Da se vam zaradi Črnega petka ne bi stemnilo pred očmi, je pravi čas, da se začnete pripravljati na najbolj nor nakupovalni dan v letu!



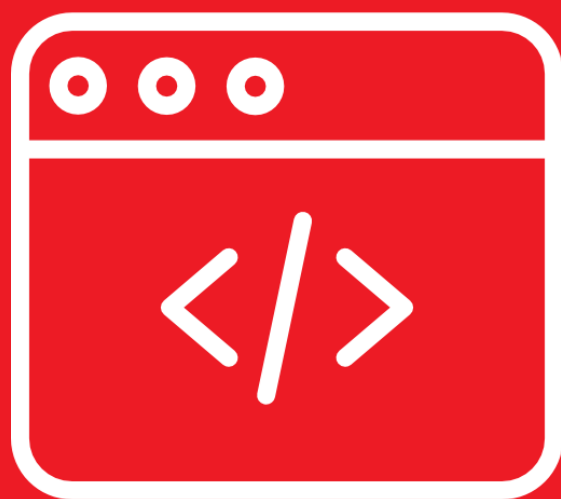
Naučite digitalni marketing

Naučite postavljati Google Ads kampanje, kako postaviti in spremljati Facebook in Instagram oglase, kako delati SEO, uporabljati Google Analytics in še veliko več v 7 tednih Online akademije digitalnega marketinga!

info@arbona-agency.com

+386 68 687 896 www.arbona.hr





Pripravite spletno
stran za Black
Friday



Black Friday je priložnost, da vaša spletna stran ali spletna trgovina zasije v enem od najbolj prometnih nakupovalnih vikendov v letu. Slovenski trgovci in podjetniki, z izkušnjami iz prejšnjih let, so ugotovili, da Black Friday postaja eden največjih, če ne celo največji nakupovalni dan v Sloveniji.

Na sam Black Friday se dosegajo ogromni prometi tako v fizični kot v spletni prodaji, zato se spletne trgovine in spletne strani pogosto znajdejo sredi prave nočne more, ko se soočajo s težavami, ki jih prinese nenaden porast spletnega prometa.

Tukaj so najboljši nasveti, kako iz težav narediti priložnost in spletno stran pripraviti za Black Friday!

1 **Preverite, ali lahko vaš spletni gostiteljski strežnik prenese dodatni spletni promet**

Čeprav ta naloga ni tako zabavna kot na primer oblikovno polepšanje spletne strani/trgovine, je kljub temu pomembno preveriti, ali lahko strežnik prenese dodatni spletni promet. Če tega ne more, obstaja velika verjetnost, da boste na Black Friday doživeli velik polom. Stran se bo zrušila, kar pomeni, da boste izgubili precejšen spletni promet med časom nedelovanja, s tem pa tudi prihodke.

Še bolj pomembno od enkratne izgube prometa je lahko dolgoročna škoda na ugledu, zaradi katere se stranke ne bodo več vračale k vam. Zato je prva naloga poskrbeti, da se vaša spletna stran/trgovina ne zruši.

2 **Poenostavite checkout (proces plačila)**

Preverite celoten proces spletnega plačila in odstranite vsa nepotrebna polja, ki bi lahko upočasnila vašo spletno stran ali preprečila uporabnikom dokončanje nakupa.

Za začetek, odstranite obvezno registracijo za izvedbo spletnega nakupa. Govorimo o Črnem petku! To je dan, ko je vse v naglici! Nihče ne želi izgubljati časa z vnosom svojih osebnih podatkov, še manj pa jih želi razkrivati, še posebej, ko gre za nakup mešalnika ali 10 parov spodnjic s 70% popustom. Vsaj za Črni petek omogočite spletnim obiskovalcem, da kupujejo kot gostje, da pospešite celoten postopek plačila.

3 Optimizirajte čas nalaganja spletne strani.

Če se bo vaša stran nalagala več kot 3 sekunde, lahko pozabite na večino svojih obiskovalcev. Nihče nima toliko časa za čakanje! Idealno bi bilo, da se vaše strani naložijo v manj kot 2 sekundah.

Hitri pregled delovanja vseh strani lahko opravite z brezplačnimi spletnimi orodji, kot je Googleov PageSpeed Insights, ki vam bo tudi dal predloge za izboljšanje hitrosti nalaganja vsake strani na vaši spletni lokaciji.

Ko ugotovite, katere strani bi vam lahko povzročale težave, naj vaši razvijalci implementirajo priporočila, ki bodo vsaj kratkoročna rešitev. Seveda, po noriji okoli Črnega petka, se temeljito in kakovostno posvetite izboljšavam svoje spletne strani!

Nekaj primerov takih priporočil je zmanjšanje količine vizualov na strani in zmanjšanje dimenzij slik - prevelike slike lahko nepotrebno upočasnijo nalaganje strani. Pazite, da slike ne bodo premajhne in pikselizirane.

Zdaj je pomembno, da se za ta vikend pokažete v najboljši luči. Za dolgoročne pozitivne rezultate pa pričakujemo, da se boste še bolj potrudili, saj prvi vtis ni vse. Pomembno je ohraniti pozitiven prvi vtis in nadaljevati v dobri smeri ter doseči dobre rezultate.



Prenehajte se iskati na Googleu!

Kontaktirajte nas za izdelavo analize
vaše marketinške strategije!

info@arbona-agency.com

+386 68 687 896 www.arbona.hr



4 Povečajte zanimanje spletne publike z dodajanjem zgodnjih teaserjev na spletno stran

Potrudite se, da online obiskovalci vnaprej vedo, kako nameravate ponuditi neverjetne popuste za Black Friday! Naj bodo te ponudbe tako neverjetne, da jih spodbudijo, da se med Črnim vikendom vrnejo na vaše spletne strani.

Čeprav lahko svoje Black Friday ponudbe promovirate prek newsletterjev, družbenih omrežij ali plačanih oglasov, jih morate prav tako promovirati na svoji spletni strani.

Na primer, dodajte na začetno stran poziv k akciji, ki spodbuja obiskovalce, da se prijavijo na obvestila o prihajajočih Black Friday ponudbah. Poleg tega lahko vaši oblikovalci izdelajo glavni banner za začetno stran, ki najavlja veliko razprodajo, ali pa integrirate widget, ki odštevava minute/ure/dni do velikega dne.

Poleg tega, nekaj pred samim Črnim petkom, omogočite spletnim obiskovalcem, da dodajo svoje priljubljene izdelke na seznam želja, ki ga bodo prejeli po e-pošti z obvestilom, ali so kateri od teh izdelkov v akciji.

S tem, ko opozorite spletne obiskovalce na dejstvo, da pripravljate odlične akcijske ponudbe in jih spodbujate k zgodnjemu sodelovanju (prek e-pošte ali seznama želja), ustvarjate občutek pričakovanja. Tako dodatno motivirate potencialne kupce, da obišejo vašo spletno stran med Črnim petkom.

5 **Dajte svoji spletni strani praznično vzdušje.**

Čeprav sam Črni petek nima specifičnega dizajna, razen akcijskih cen, ki so pogosto zapisane na rdeči podlagi, lahko polepšanje spletne strani za ta prihajajoči vikend vašim strankam omogoči občutek, da se je sezona lova na popuste uradno začela.

Največja sprememba, ki jo lahko naredite, je zamenjava vseh ozadij z motivi Črnega petka. Obstajajo pa tudi manjši in enostavnejši načini za dodajanje prazničnega vzdušja na vašo stran.

Na primer, na začetno stran dodajte vodič za nakup ali banner s tematiko Črnega petka. Polepšate lahko tudi celoten postopek plačila, da dodate še več akcijskega vzdušja na spletno stran.

Če menite, da boste s tem polepšanjem ustvarili še več prodajnih priložnosti, lahko izdelate tudi posebno pristajalno stran, ki bo spletne uporabnike vabila k nakupu pri vas za Black Friday.



Google Ads
kampanje



Black Friday je poseben dan za PPC kampanje. Na splošno postavitev novih Google Ads kampanj poteka približno tako:

nastavimo novo Google Ads kampanjo, nekaj skupin oglasov in znotraj vsake skupine tri različne oglase. Pustimo jih nekaj časa, da se izkažejo, in na podlagi dobljenih rezultatov jih nato prilagajamo do popolnosti. To lahko traja mesece!

Black Friday pa je drugačen. Imate le 24 ali 72 ur (odvisno od tega, kako gledate na Black Friday...), v katerih morate izkoristiti vsa svoja znanja in adute. Napačen oglas, napačen CTA, napačna ponudba in napačne nastavitve lahko uničijo vse.

Ne glede na vašo strategijo vam naši nasveti zagotovo pomagajo povečati potencial vaših Google Ads kampanj. Povedali vam bomo, kaj morate natančno storiti, da pravilno prilagodite svoje bidove (licitacije), proračun, display oglase, remarketing in strategijo ključnih besed.

1 **Položite vse karte na mizo in dobro premislite.**

Kako bi se pripravili za Black Friday, je ključno določiti, katere promocije boste zagnali. Morda se sliši kot osnovni nasvet, a definiranje promocij je prvi in najpomembnejši korak, ki bo imel največji vpliv na vse nadaljnje odločitve.

Najprej določite:

kaj boste ponudili

ali boste imeli dovolj zalog

Če nimate dovolj zalog na skladišču, razmislite o manj agresivni strategiji licitiranja za ključne besede ali preprosto zaženite Search oglase – kar vam bolje ustreza.

Če niste prepričani, ali boste imeli dovolj zalog za določeno promocijo, poskrbite, da imate načrt B oziroma rezervno ponudbo za bolj splošne ključne besede.



Želite digitalne vsebine, ki osvajajo?

Content marketing vam prinaša povečanje spletnega prometa, večjo avtoriteto domene, boljši odnos s strankami in višji ROI v primerjavi s tradicionalnimi marketinškimi tehnikami. Želite povedati svojo zgodbo?

Obrnite se na nas.

info@arbona-agency.com

+386 68 687 896 www.arbona.hr



2 Dobro preučite lanskoletne reklame.

Ključ vsega je, da se ne pretvarjate, da je Black Friday vsako leto drugačen in poseben. Kljub temu, da ste spremenili videz odrediščnih strani (landing page strani) ali pa samo malo spremenili začetno stran in spletno vsebino, se lahko vedno nekaj naučite na podlagi preteklih izvedb PPC kampanj.

Na primer:

- Kaj ste se naučili iz oglasov, ki ste jih lansirali lani? Ali je kakšno sporočilo delovalo bolje od drugih?
- Ali so bili oglasi, ki opisujejo prednosti/lastnosti izdelka, uspešnejši od oglasov, ki poudarjajo ceno, brezplačno dostavo in druge specifične informacije?
- Kakšen je bil potreben znesek licitacije za prvo mesto?
- Ali ste imeli s kakšnimi ključnimi besedami ali kategorijami izdelkov velike težave pri oglaševanju?
- Za koliko ste morali povečati obstoječi budget?
- Ali je bila kampanja za remarketing z display oglasi uspešna, ali ste si želeli, da je sploh ne bi lansirali?
- Kaj se je zgodilo v dneh po Black Fridayu? Za koliko ste morali zmanjšati znesek licitacij, da bi se izognili finančni izgubi?
- Proučite, kaj se je natančno zgodilo lani, ali primerjajte več preteklih let in sprejmite najboljšo odločitev, da boste letos dosegli najboljše rezultate.

3 Določite pravila

Razmislite o naslednjem scenariju. Pričakujete, da boste porabili 5.000 € in dosegli ROAS (ciljani povrat v oglaševanje) v višini 800%.

Primer ROAS-a:

V enem mesecu podjetje porabi 2.000 € za Google Ads kampanjo.

V tem mesecu dobiček znaša 10.000 €.

V tem primeru je ROAS 5:1 (ali 500 %), saj je $10.000 \text{ €} / 2.000 \text{ €} = 5 \text{ €}$.

Za vsak vložen evro v oglaševanje ste dobili 5 € dobička.

Vendar, na sam Black Friday do 14:00 ste porabili vseh 5.000 € in dosegli ROAS 1.100 %. Kaj storite?

Večina bi rekla: POVEČAJ PRORAČUN.

Toda koliko? Kolikšen dodaten znesek si lahko privoščite? Koliko izdelkov je še na zalogi?

Kaj pa, če je ROAS 700 %? Ali morate še vedno povečati proračun?

Če nimate dovolj izdelkov na zalogi, imate načrt B?

Postavljena pravila za ta vikend so lahko zelo koristna v takih trenutkih. Morda mislite, da so vsi ti primeri sanjski scenariji, vendar kaj, če se isti dan vaša spletna stran sesuje? Ali pa se upočasni čas nalaganja? Tukaj je veliko "kaj če" situacij, na katere ne boste mogli odgovoriti pravočasno, če se vnaprej ne pripravite.

4 Povećajte budžet

Među najvažnijim je savjetima i onaj da za Black Friday povećati proračun za PPC kampanje. Tijekom Black Fridaya, pretraživanja za određene proizvode se povećaju i do 10 puta!

I ne, nemojte misliti da će “standard delivery” postavka na Search oglase riješiti problem. Ova postavka ne radi na Black Friday jer ona funkcionira na temelju povijesnih podataka i ne može vam pomoći s povećanim online prometom na taj dan.

5 Kako napisati Search oglase?

Pisanje oglasa za Black Friday slično je pisanju oglasa za promocije tijekom cijele godine. Budite sigurni da su oglasi koje pišete relevantni s obzirom na vašu ponudu i iskoristite što više oglasnog prostora koji vam Google daje.

Postoji nekoliko specifičnih faktora koje morate uzeti u obzir za vrijeme trajanja Black Fridaya.

SVAKAKO dodajte proširenje na oglase (Promotion Extension).

Dodatna linija teksta zaista može pomoći da se vaš oglas istakne među konkurentskim oglasima. Uz to, ako proširenjem dodatno naglašavate akciju za Black Friday, to će stvoriti osjećaj hitnosti kod online korisnika.

Samo zapamtite da će se proširenja na oglase prikazivati samo ako vaša pozicija i ocjena kvalitete oglasa zadovoljava Google tako da se nemojte oslanjati samo na proširenja kako biste istaknuli ponudu.

SVAKAKO dodajte Black Friday ponudu u sve oglase

Oglas · brand.hr › black-friday

Brand tenisice - Prave tenisice stvaraju pravila igre

Svakim korakom pronađite novu moć. Igrajte bolje, osjećajte se bolje, budite bolji.

Tenisice Patike za trčanje Akcija

 BLACK FRIDAY! 30% popusta
Kod BLACK30 - od 26.11. do 30.11.

 Nazovite Tel: +385 99 208 7404

 Horvatova 82, 10 000 Zagreb

Oglas · brand.hr › black-friday

Brand tenisice - Black Friday akcija - Prave tenisice stvaraju pravila igre

Svakim korakom pronađite novu moć. Igrajte bolje, osjećajte se bolje, budite bolji.

Tenisice Patike za trčanje Akcija

 BLACK FRIDAY! 30% popusta
Kod BLACK30 - od 26.11. do 30.11.

 Nazovite Tel: +385 99 208 7404

 Horvatova 82, 10 000 Zagreb

Jedan od najstarijih savjeta koji sigurno djeluju jest da u jedan od naslova (imamo ih 3) uključite i “Black Friday akcija!” ili “Black Friday posebna ponuda!”

Za što veći CTR, bolju stopu konverzije i ROI, preporučujemo da ipak potrošite malo više vremena kako bi stvorili oglase koji promoviraju najvažnije proizvode ili usluge. Zapamtite da je na Black Friday internet prepun potencijalnih kupaca i da će se trud koji uložite u pisanje boljih oglasa isplatiti više od bilo kojeg drugog doba godine (osim Božića).



Naciljajmo vašu ciljanu publiku!

Javite nam se za pomoć oko Google Ads kampanje
povodom Crnog petka!

info@arbona.hr

+385 99 2087 404 www.arbona.hr



PREPORUKA

U search oglase dodajte odbrojavanje

Odbrojavanje vremena osobito je **učinkovito za Black Friday i Božić**. Ovim widgetom zapravo obavještavate korisnike o rasprodaji ili posebnim događajima tako da u sam tekst oglasa dodate odbrojavanje.

Na sam Black Friday razmislite o dodavanju promocije koja će vrijediti samo jedan dan i **podijelite je na dva dijela**: jednu koja će **završavati točno u podne s 43% popusta** i drugu koja će završiti **u ponoć s 40% popusta**. Što ćete svojim oglasima potaknuti veći osjećaj hitnosti, to bolje.

Naime, dokazano je da što se više bliži kraj trajanja akcije to je veća stopa konverzije.

PREPORUKA

Razmislite o izmjeni sitelinkova

Sitelinkovi obično nisu preveliko područje interesa kada je u pitanju pisanje oglasa. Na njihovo stvaranje obično potrošimo nekoliko minuta i to je to.

No za Black Friday bi se mogli potruditi malo više. Jedna je od preporuka da stvorite sitelinkove koji će voditi na određene proizvode koji se nalaze u akcijskoj ponudi.

Na primjer, pokrećete uobičajenu kampanju za najnovije modele mobilnih uređaja. Sitelinkovi bi išli nekako ovako:

- najpopularniji mobiteli
- najnoviji modeli mobitela
- veliki izbor mobilnih uređaja
- Samsung Galaxy, iPhone, Nokia
- ...

Za Black Friday razmislite o sitelinkovima koji će dodatno istaknuti vašu super odličnu ponudu:

- izdvojeni brandovi: 30% popusta
- 40% popusta na sve dodatke za mobitel
- Samsung modeli: sada 20% popusta
- Black Friday: kupi mobitel, gratis garancija
- ...

Pravi razlog zašto sve to savjetujemo jest da tijekom Black Fridaya imate **veće izgleda uvjeriti potrošače da nešto kupe od vas.**

Što su **sitelinkovi općenitiji to bolje.** Ne morate izdvajati brandove mobitela jer će malo tko točno znati što želi.

Samo zato što netko želi crni iPhone 7, ne znači da ne može biti zainteresiran za bijeli iPhone 8 ako pronađe odličnu ponudu.

6 Display oglasi za Black Friday

Kada se radi o Display oglasima, većina tvrtki vodi dinamički remarketing koji za vrijeme Black Fridaya, nažalost, neće funkcionirati. Generičke poruke ne mogu se boriti protiv cijelog tog digitalnog šuma.

Savjetujemo vam da dan prije Black Fridaya stvorite novu listu publike koja ne uključuje prethodne posjetitelje. Tako možete postaviti veće licitacije i agresivniju ponudu za one koji su dan prije i na sam Black Friday posjetili vašu web stranicu.

KRATKI SAVJET

Nakon Black Fridaya smanjite CPC - trošak po kliku jer će većina korisnika već kupiti ono što im je bilo potrebno ili jednostavno nisu bili zainteresirani za vas.

7 Strategija ključnih riječi: promijeniti ili ne?

Ključne bi riječi za Black Friday **više-manje morale ostati iste**. Jedino što biste morali **dodati jesu ključne riječi za proizvode** koje ćete nuditi u Black Friday promociji.

Isto tako, pametan je potez **oglašavanje na ključne pojmove**:

CRNI PETAK +
KLJUČNA RIJEČ

BLACK FRIDAY +
KLJUČNA RIJEČ

Recimo da se natječete za ključnu riječ “prodaja rabljenih mobitela” i zadovoljni ste kako stojite u rezultatima pretraživanja. Za Black Friday možda će to biti potpuno druga priča i vaša će **odlična ponuda s drugog mjesta doći na tek šesto**. I upravo u ovom slučaju će vam kombinacija ključne riječi s Black Friday pomoći.

Toplo preporučujemo da se **ne natječete za ključnu riječ Black Friday ili Crni petak jer je ipak previše općenita**.

8 Što raditi nakon Black Fridaya?

Nakon što prava shopping ludnica prođe, pobrinite se da:

- vratite stare licitacije (maksimalne troškove po kliku)
- pauzirate oglase za Black Friday
- ponovno omogućite redovne oglase
- napravite kratki izvještaj

Opustite se uz čašu vina i uživajte u svim narudžbama koje ste zaprimili, zaslužili ste!

KRATKI SAVJET

Kada radite mjesečni ili godišnji izvještaj, nemojte uzimati u obzir Black Friday. Budući da Black Friday nije uobičajen dan i nije dio online marketinških strategija, bez njega ćete dobiti točnije podatke uspješnosti svojih kampanja na godišnjoj razini.



Black Friday na društvenim mrežama



Gdje se nalazi vaša ciljana publika? Odgovor je - na društvenim mrežama! Svi su tamo! I tinejdžeri i njihovi roditelji, pa i njihove bake i djedovi!

Iako ćete voditi Google Ads kampanje, preporučujemo vam da svoje promocije proširite i na društvene mreže. Jedan je od razloga što tamo svi zalaze po nekoliko puta dnevno, a drugi je taj što su svi poludjeli za kupnjom preko mobitela!

Naime, zbog globalnog povećanja upotrebe pametnih telefona povećao se i broj mobilnih plaćanja. Ovaj trend neprestano raste, te se predviđa da gotovo 93% svjetske populacije koristi određene internetske usluge putem mobilnih uređaja.

Evo nekoliko smjernica za promociju na društvenim mrežama. :)

1 Usredotočite se na najprofitabilnije društvene mreže

Društvene mreže već su sigurno dio vaših marketinških kampanja, a znate i da **različite društvene mreže različito funkcioniraju**. Koliko je koja društvena mreža dobra i korisna za vaše poslovanje ovisi o vašoj **branši, vašim ciljanim korisnicima i o vašim ciljevima**.

Tako je, na primjer, **Instagram** bolji izbor za one koji žele privući **mlađu publiku**, dok je **Facebook** odličan izbor za nešto **zreliju publiku** (od otprilike 35 godina na dalje).

Ako želite da vaša Black Friday promocija bude što efikasnija, morate svoje napore **usmjeriti na platforme koje najbolje odgovaraju vašem poslovanju**.

To je osobito važno kada u malo vremena morate birati između više društvenih mreža. Ako Instagram najbolje funkcionira za vaše poslovanje, sve napore usmjerite na Instagram. Ako je riječ o Facebooku, tada krenite na Facebook. U slučaju da se vaša ciljana publika nalazi na više platformi i sve su podjednako uspješne, nema vam druge osim da ih sve napadnete akcijskim ponudama.

2 Uredite poslovne profile na društvenim mrežama

Tijekom planiranja marketinške strategije na društvenim mrežama uvijek je dobro početi s vašim poslovnim profilima. Pobrinite se da profilne slike, banneri, tekst biografije, opis profila i linkovi oglašavaju vašu Black Friday ponudu.

Evo nekoliko ideja:

- **Cover fotografije** prvo su što posjetitelji vide na vašem profilu. Izradite cover fotografiju koja će promovirati vašu Black Friday promociju
- **Promijenite CTA gumb** (poziv na akciju) i izravno ga povežite na odredišnu stranicu za Black Friday

3 Uredite poslovne profile na društvenim mrežama

Danas se sve češće i češće koriste **Ad blockeri** (proširenja preglednika koja služe za blokiranje reklama).

S obzirom na to da većina internet preglednika ima mogućnost blokiranja reklama, dobra je vijest da su **društvene mreže** poput Facebooka i Instagrama uglavnom **imune na blokiranje oglasa**.

Još je bolja vijest da korisnici mobilnih uređaja sve više pristupaju online sadržaju korištenjem aplikacija kao što su Facebook i Instagram pa su društvene mreže **sjajno mjesto za ulaganje u oglašavanje**.

Tamo vaše oglase neće nitko blokirati. :)

4 **Ponudite besplatnu ili barem sniženu cijenu dostave**

Jedan od najvećih razloga zašto online korisnici izbjegavaju online kupnju jesu veliki troškovi dostave. Ako se nadate povećanom profitu, morali biste ukloniti ovu "kočnicu".

Ponudite kupcima besplatnu dostavu na ograničeno vrijeme ili nakon što potroše određeni novčani iznos.

Ne samo da će ova ponuda potaknuti online korisnike na kupovinu, već će ih potaknuti i da potroše određeni minimalni iznos.

Ako besplatna dostava ne dolazi u obzir, na društvenim mrežama uvijek možete ponuditi popust kôd ili kupon.

Proučite stopu napuštanja košarice (omjer napuštenih košarica i dovršenih transakcija), te izračunajte prosječni iznos za koji se potencijalni kupci ipak odluče otići praznih ruku. Tako možete okvirno odrediti koliki ćete popust ponuditi kupcima tijekom Black Fridaya.

Pobrinite se da promovirate sniženu cijenu dostave na svim društvenim mrežama.



Budite tamo gdje vas svi očekuju

Naš je glavni zadatak pratiti promjene i biti u korak sa
svim novostima i mogućnostima najboljima za vas i vaše
poslovanje.

info@arbona.hr

+385 99 2087 404 www.arbona.hr



5 **Kreirajte Facebook event**

Bilo da se radi o posebnim ponudama i akcijama u fizičkoj ili online trgovini, kreiranje Facebook eventa i pozivanje fanova na sudjelovanje iznimno je važno za širenje vaše Black Friday promocije.

U eventu svakodnevno podsjećajte fanove o nadolazećoj akciji, opskrbite ih dodatnim informacijama i stvorite uzbuđenje oko cijelog Black Fridaya. Nemojte zaboraviti potaknuti sve pozvane Facebook fanove da u event pozovu i svoje prijatelje. Tako ćete proširiti glas o promociji i široj publici.



Jeste li društveni? Ili sve držite samo za sebe?

Vrijeme je da se otvorite!

Iskoristite Facebook i Instagram kako bi saznali za vaše
super popuste povodom Crnog petka.

info@arbona.hr

+385 99 2087 404 www.arbona.hr



6 Stvorite osjećaj hitnosti

Većina kupaca za Black Friday ima prirodni osjećaj žurnosti. Znaju da vrijeme leti i da moraju što brže doći do najboljih ponuda.

Kako biste dodatno naglasili hitnost, u kampanje na društvenim mrežama ubacite jedan dio popularnih FOMO izraza (Fear of Missing Out - strah od propuštanja).

Jednostavan, ali svakako učinkovit način jest upotrebljavanje pojmova vezanih uz nedostatak vremena. Riječi kao što su “danas” ili “sada” potiču korisnike na razmišljanje da je nešto ograničeno i da odmah moraju poduzeti akciju.

Evo još nekoliko primjera FOMO izraza:

- požurite
- samo danas
- ne propustite
- ograničen broj
- vremenski ograničena ponuda

KRATKI SAVJET

Nemojte pretjerati jer će potencijalni kupci postati imuni na vaše promocije. Umjerenost je ključ svega. Testirajte nekoliko poziva na radnju i saznajte što najbolje funkcionira.

7 Hashtagovi su zlata vrijedni

Prije samog oglašavanja na društvenim mrežama, uložite nešto vremena u istraživanje hashtagova. Uz svoje uobičajene hashtagove morali biste dodati i hashtagove kao što su:

- BlackFriday
- CrniPetak
- popusti
- akcije
- CrniPetakAkcija

Tako ćete **dosegnuti** i korisnike koji su usredotočeni na traženje posebnih ponuda.

Korištenje ovih hashtagova funkcionira **odlično za svakodnevne proizvode** kao što su moda, kućni dekor i elektronika.

Instagram Live savršen je način da svima **otkrijete što se sve nalazi u vašoj posebnoj ponudi** za Black Friday.

Osim što možete otkriti cjelokupnu ponudu, još je bolja taktika istaknuti posebnu ponudu koja **traje svega 60 minuta iliti traje sve do kada traje vaš Live video.**

Instagram Live daje element ekskluzivnosti koji može **potaknuti pratitelje da djeluju odmah.** Ako će vas kontaktirati tek sutra, **bit će prekasno!**



E-mail marketing za Black Friday



Black Friday promocija ne staje na plaćenom oglašavanju i na društvenim mrežama. U marketinšku strategiju svakako morate uključiti i e-mail marketing koji u smislu povećanja profita može biti mnogo uspješniji od ostalih kanala.

Ključ uspjeha za Black Friday jest u pripremi strategije na vrijeme, u stvaranju osjećaja iščekivanja kod potrošača i u usmjeravanju primatelja e-maila prema odredišnim stranicama koje će ih pretvoriti u vaše klijente ili kupce.



Želite biti na samom vrhu Googlea?

Onda je vrijeme da postavite
svoj oglas na Google već danas!

info@arbona.hr

+385 99 2087 404 www.arbona.hr



1 E-mail lista - imate li je?

Kada je u pitanju e-mail marketing, postoje dva pristupa.

Ako nemate e-mailing listu

Obratite se svim svojim bivšim klijentima i kupcima te im ponudite posebni VIP popust kôd kojim ostvaruju uštedu u slučaju da nešto odluče kupiti.

Budući da su već prije poslovali s vama, vrlo je vjerojatno da će ponovno ponoviti kupnju. Ako su izvršili kupnju u proteklih 30 dana, još ćete im biti u mislima, pa biste ih svakako morali uključiti u svoju posebnu ponudu.

Isto tako, ako nemate e-mailing listu, bilo bi odlično da je pokušate napuniti prije Black Fridaya. To možete vrlo lako postići nudeći posebne ponude i popuste za sve nove newsletter pretplatnike.

Ako imate e-mailing listu

Najavite potencijalnim kupcima posebnu ponudu za Black Friday.

Ako promovirate određene proizvode, u vizuale proizvoda uključite naziv i poveznicu koja će pretplatnike direktno voditi na odredišne stranice.

Kako biste pretplatnike privukli da kliknu na vaš newsletter, u naslovu e-maila obavezno istaknite koliki popust nudite.

2 Nekoliko primjera e-mailova koje možete slati

OBAVIJEST O POSEBNOJ PONUDI ZA BLACK FRIDAY

Naslov e-maila: Black Friday! 40% popusta na sve!

Zašto funkcionira: Ovaj e-mail jasno objavljuje posebnu ponudu i poziv je na akciju. Ponekad je jednostavan pristup i najbolji način za uspješnu e-mail kampanju.

Kako ga implementirati: Iskoristite jednostavan pristup najavama o Black Friday posebnim ponudama. Odaberite jasnu prodajnu temu, uključite poziv na akciju koji će potencijalne kupce direktno voditi na odredišnu stranicu s popustima.

POSEBNA PONUDA PRIJE SAMOG BLACK FRIDAYA

Naslov e-maila: Ne čekajte do sutra! Zgrabite 40% popusta već sada!

Zašto funkcionira: ovaj e-mail jasno objavljuje posebnu ponudu i poziv je na akciju. Ponekad je jednostavan pristup i najbolji način za uspješnu e-mail kampanju.

Kako ga implementirati: iskoristite jednostavan pristup najavama o Black Friday posebnim ponudama. Odaberite jasnu prodajnu temu, uključite poziv na akciju koji će potencijalne kupce direktno voditi na odredišnu stranicu s popustima.

UZ KUPNJU DOBIVATE POKLON!

Naslov e-maila: Black Friday + gratis poklon

Zašto funkcionira: Gratis poklon daje priliku za povećanje prosječne vrijednosti narudžbe. Ponuda poklona odličan je način kako potaknuti korisnike da potroše više na Black Friday.

Kako ga implementirati: Ako ne možete dijeliti popuste i snižavati cijene, na ovaj način svejedno možete sudjelovati u Black Fridayu.

Black Friday odličan je razlog da se obratite postojećim korisnicima i kupcima i da im pošaljete bilo koju ponudu. Ako ne možete sniziti cijene, razmislite o ponudi poklona s minimalnim iznosom kupnje. E-mail neka bude što jednostavniji i ne komplicirajte s ponudom.

POSLJEDNJA PRILIKA DA ISKORISTITE POSEBNU PONUDU

Naslov e-maila: PRODULJENO! 40% popusta na sve!

Zašto funkcionira: Nažalost, neće svi moći na vrijeme provjeriti vašu Black Friday ponudu. Produljenje posebne ponude (i mogućnost popusta nakon što su konkurenti završili sa svojim) daje korisnicima još jednu priliku za kupnju.

Ovaj je e-mail također učinkovit jer je neočekivan.

Ako ste dosljedno upozoravali pretplatnike o završetku posebne ponude i zadnje ste je sekunde odlučili produljiti, ne sumnjamo da će se vaš e-mail istaknuti među ostalim e-mailovima u online pretincu pošte vaših pretplatnika.

Kako ga implementirati: neka dizajn e-maila učini svoje! Ubacite tri najvažnija elementa:

- trajanje produžetka posebne ponude (produljeno 48 sati!)
- koliki je popust (50% popusta)
- akcijski kôd (crnipetak50)



Počnite slati newslettere!

Javite nam se za pomoć oko izrade posebne e-mail
kampanje povodom Crnog petka!

info@arbona.hr

+385 99 2087 404 www.arbona.hr



E-MAIL ZASTRAŠIVANJA - NAJAVITE NESTAŠICU!

Naslov e-maila: Gotovo sve je rasprodano! Black Friday cijene + besplatna dostava još nekoliko sati

Zašto funkcionira: Svojim kupcima i klijentima dajete obavijest o svojem stanju na Black Friday. Koristite li elemente oskudice: "Pokrenite se", "Gotovo da je nestalo", "Vrijeme ističe", stvorit će osjećaj hitnosti. Čak i sam naslov e-maila potiče na hitnost - "Gotovo rasprodano":

Kako ga implementirati: Stvorite hitnost i e-mail marketingom podsjetite svoje kupce i klijente da će posebna ponuda uskoro završiti. A i naravno, kada se vaši proizvodi prodaju kao ludi, odlično je obavijestiti postojeće kupce i klijente o tome. :)



E-mail marketing još uvijek nije mrtav!

E-mail marketing i dalje donosi mjerljive i dugoročne
rezultate, kao i odličan ROI!

info@arbona.hr

+385 99 2087 404 www.arbona.hr





Postanite vizualni! Budite u trendu!

Danas je na Instagramu aktivno skoro milijun korisnika u Hrvatskoj. Obratite nam se za besplatno savjetovanje i procjenu budžeta Instagram oglašavanja.

info@arbona.hr

+385 99 2087 404 www.arbona.hr



Što se tiče e-mail marketinga, savjetujemo da odvojite vrijeme kako biste saznali što je stvarno važno za vaše poslovanje. Ako je vaša mailing lista premalena, počnite je puniti što prije kako biste iskoristili što više od Black Fridaya. To ne mora biti gigantska mailing lista, no što je ona veća, to bolje.

Nadamo se da smo vam dali korisne savjete za vođenje marketinških kampanja za Black Friday.

Zapamtite, Black Friday mnogima ne traje samo jedan dan, već sve do ponedjeljka kada nastupa Cyber Monday! Iako u Hrvatskoj (još) ne obilježavamo Cyber Monday, mnoge će hrvatske tvrtke svoje posebne ponude nuditi sve do ponedjeljka pa razmislite da im se pridružite. :)



Crni petak je blizu, javite se Arboni i izbjegnite krizu!

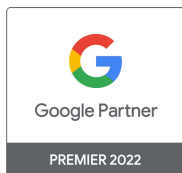
Znamo kako izvući najbolje iz kampanje za Crni petak.

info@arbona.hr

+385 99 2087 404 www.arbona.hr



Arbona

**500****Technology Fast 500**
2019 EMEA

Arbona je specijalizirana digitalna agencija te **certificirani Google Premier partner, Google Analytics partner, Microsoft Bing partner te MailChimp experts.**

Glavna nam je zadaća pomoći vam kod rasta vaše online prisutnosti kroz digitalni marketing.

Kroz kvalitetno isplaniranu strategiju želimo doći do svakog vašeg kupca te se s njim povezati.

Pokreće nas strast za izgradnjom vašeg brenda u online svijetu. U nama možete pronaći kvalitetnog partnera za uspješno poslovanje koje će kontinuirano davati vjetar u leđa vašem poslovanju!

Arbona je uvrštena u 500 najbrže rastućih tehnoloških tvrtki na području Europe, Srednjeg Istoka i Afrike!

Reference

ORBICO

**Hrvatska
pošta**

VELUX®

svjetlost
klinika

HiPP

AMADRIA PARK

encian

otpbanka

mobis.hr

REPLAY



ROTO
SVIJET PIĆA

L'ORÉAL
PARIS

MEDORA
HOTELS & RESORTS



DUPIN

**Turistička zajednica Grada
Crikvenice**

GRUNDFOS

Bebimil

BAČELIĆ
PROFI SHOP

GAŠPARIĆ
GRUPA

DELICIJEA

OPATIJA
OPATIJA RIVIERA

FERO-TERM



my istria
★★★★★

MAPEI®

AMAZINGA
WHAT THE FUN

OPREMA
d.d.

MEBLOTRADE

KINGTRADE

HISTRIS
KVALITETA

MIKRONIS

artDENTAL®

KAMIR
alarm systems

Tomić & Co.

ERA

Aminess
HOTELS & CAMPSITES

ciciban®
jednostavno prirodno

SO.CAP
ORIGINAL
PROFESSIONAL BEAUTY WEBSHOP

Delko
medi-pharm

TOVEDO

VARTEK&

Shell

Reference



+300



www.arbona.hr

ZAGREB

Horvatova 82,
Tel: +385 1 6465 753

VARAŽDIN

Zagrebačka 89,
Tel: +385 42 410 770

RIJEKA

Zagrad, prolaz M.K. Kozulić 1
Tel: +385 99 208 7404

BEOGRAD

Blvd Mihaila Pupina 6
Tel: +381 66 802 0558

