

# THE ULTIMATE BLACK FRIDAY / CYBER MONDAY

## MARKETING GUIDE

Το digital marketing είναι ένας δυναμικά εξελισσόμενος κλάδος, ο οποίος αλλάζει και προσαρμόζεται ανάλογα με το αγοραστικό behaviour. Οι πρόσφατες αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών, έχουν αναγκάσει πολλούς επιχειρηματίες να επανεξετάσουν τη συνολική στρατηγική τους και η περίοδος του Black Friday/Cyber Monday, δεν αποτελεί εξαίρεση.

Πώς μπορείτε λοιπόν να είστε **κατάλληλα προετοιμασμένοι** και ποιες είναι οι **τακτικές** που πρέπει να ακολουθήσετε, για να **μεγιστοποιήσετε** την απόδοσή σας κατά την περίοδο του **Black Friday/Cyber Monday**;

Για να σας βοηθήσουμε να προετοιμαστείτε **έξυπνα και σωστά**, έχουμε δημιουργήσει έναν **ολοκληρωμένο οδηγό στρατηγικής marketing** για το Black Friday/Cyber Monday, για να ενισχύσετε το **customer loyalty**, το **conversion rate** και να μεγιστοποιήσετε τη **συνολική αύξηση των εσόδων σας**.

### ΠΡΙΝ

Αρχικά, θα ρίξουμε μια ματιά σε όλες τις ενέργειες που πρέπει να κάνετε, κατά τη λεγόμενη **προπαρασκευαστική περίοδο**, η οποία ξεκινάει από τον μήνα που διανύουμε (τέλη Οκτωβρίου), προκειμένου να είστε κατάλληλα οργανωμένοι για να υποστηρίξετε την περίοδο του Black Friday/Cyber Monday.

#### 1. Στρατηγική προετοιμασία

- **Προσφορές** που θέλετε να προωθήσετε μέσω του Black Friday/Cyber Monday (πχ υψηλές εκπτώσεις, εορταστικά πακέτα, 1 day deals, 1 hour deals).
- **Διάρκεια** που θα “τρέξουν” οι προσφορές (πχ. μία ολόκληρη εβδομάδα, μόνο την Παρασκευή/Δευτέρα, Παρασκευή με Δευτέρα).
- **Προϊόντα** που θα συμπεριλαμβάνονται στην περίοδο της προσφοράς και δημιουργία μιας landing page, με φίλτρα κατηγοριών και τις εκπτώσεις. Στόχος εδώ είναι το καλύτερο user experience (UX) του χρήστη.

**PRO TIP: Τσεκάρετε το stock σας, τσεκάρετε το website σας και σιγουρευτείτε ότι όλα δουλεύουν όπως πρέπει (πχ. ταχύτητα, κατηγορίες, checkout page, αποφυγή 404 σελίδων).**

## 2. Οργανώστε το customer service και support

Δώστε έμφαση στην εξυπηρέτηση πελατών και σιγουρευτείτε ότι μπορούν να επιλύσουν οποιοδήποτε πρόβλημα, με ταχύτητα και ποιότητα.

## 3. Ξεκινήστε νωρίς και create buzz

### • **Οργανικά social media posts**

Ενθαρρύνετε τους χρήστες να σας ακολουθήσουν στα διάφορα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή να εγγραφούν στη λίστα email σας, προκειμένου να είναι οι πρώτοι που θα μάθουν πότε θα αρχίσουν οι προσφορές.

### • **Email marketing με countdown και sneak peeks**

Δημιουργήστε custom emails, για τους χρήστες που έχουν ξεκινήσει από νωρίς να κάνουν έρευνα αγοράς για την περίοδο του Black Friday/Cyber Monday και δώστε τους μια “πρώτη ματιά” και ένα early access στις προσφορές και στα προϊόντα σας.

### • **Αποκλειστικές προσφορές για τους subscribers**

Αυτές οι προσφορές απευθύνονται κατά κύριο λόγο στους χρήστες που είναι εγγεγραμμένοι στη λίστα σας και μπορεί να είναι loyal customers ή επαναλαμβανόμενοι πελάτες που έχουν προτιμήσει τα προϊόντα σας στο παρελθόν (returning).

### • **Blog posts**

Δημιουργήστε ενημερωτικά και χρήσιμα άρθρα για το blog σας, τα οποία μπορεί να είναι συμβουλευτικά και να περιλαμβάνουν gift guides, με τα top ή essential προϊόντα που αξίζει να αγοράσουν τη συγκεκριμένη περίοδο.

**PRO TIP: Feeling of urgency! Δημιουργήστε στους υποψήφιους πελάτες σας το αίσθημα της επείγουσα ανάγκης και εκμεταλλευτείτε το “FOMO” (Fear Of Missing Out), για να τους παροτρύνετε να μην χάσουν τις μοναδικές προσφορές και όλες τις εκπλήξεις που έχετε ετοιμάσει την περίοδο του Black Friday.**

#### 4. Σχεδιάστε από νωρίς το διαφημιστικό σας πλάνο

- Ποια κανάλια θα εκμεταλλευτείτε και με ποιον τρόπο (Μπορεί στο digital marketing όλα τα κανάλια να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους, όμως το κάθε κανάλι έχει τη δική του “γλώσσα”, επομένως χρειάζεται και διαφορετικό προγραμματισμό).
- “Τρέξτε” τις διαφημίσεις αρκετά ΠΡΙΝ το Black Friday/Cyber Monday, προετοιμάζοντας του υποψήφιους πελάτες για τις επερχόμενες προσφορές.
- Στοχεύστε διαφημιστικά νέα κοινά, αλλά μην ξεχνάτε αυτούς που έχουν ήδη αγοράσει από εσάς στο παρελθόν.
- Δώστε πολύ μεγάλη έμφαση στα διαφημιστικά κείμενα & τα εικαστικά, ώστε να είστε σίγουροι ότι θα ξεχωρίσετε εν μέσω αυτής της ανταγωνιστικής περιόδου.

#### 5. Abandoned cart στρατηγική

Συλλέξτε το abandoned cart data του τελευταίου μήνα και στοχεύστε το με email marketing, remarketing (Google ads, FB ads).

**6. Δημιουργήστε banner στην κεντρική σελίδα**, καθώς και ένα **ειδικά σχεδιασμένο landing page**, το οποίο θα διαθέτει υποκατηγορίες και φίλτρα για καλύτερο UX experience με στόχο την αύξηση των πωλήσεων.

**7. Δημιουργήστε ένα custom pop-up window**, το οποίο θα συλλέγει τα emails αυτών που επισκέπτονται την landing page, έτσι ώστε να μπορείτε να τους επαναστοχεύσετε.

**8. Βεβαιωθείτε ότι τα analytics σας δουλεύουν σωστά, για τη συλλογή data**

#### 9. Testing, testing, testing

Προσπαθήστε να περάσετε από όλο το customer journey και να δείτε από τα μάτια του χρήστη/πελάτη, τι εμπειρία θα είχατε αν επισκεπτόσασταν το συγκεκριμένο website. Το παραμικρό λάθος, μπορεί να οδηγήσει στην εγκατάλειψη της σελίδας και κατ'επέκταση, σε έναν χαμένο υποψήφιο πελάτη.

# ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ

## 1. Προγραμματίστε ένα email reminder πριν τη λήξη της προσφοράς

Με αυτό τον τρόπο, δημιουργείτε ένα αίσθημα επείγουσας ανάγκης στον χρήστη (urgency), η οποία συνδέεται με την αγοραστική ψυχολογία και έχει σαν στόχο της να τον παρακινήσει να δράσει γρήγορα, προκειμένου να προλάβει τις προσφορές, πριν αυτές λήξουν.

## 2. Αλληλεπιδράστε με τους χρήστες σε όλα τα κανάλια, απαντώντας σε τυχόν ερωτήσεις μέσω social media, emails, live chats κλπ.

Οι χρήστες αυτοί είναι οι λεγόμενοι “warm customers”, οι οποίοι έχουν προχωρήσει από το στάδιο του απλού browsing και ενδιαφέρονται να αγοράσουν. Οπότε πρέπει κι εσείς με τη σειρά σας, να τους παρέχετε τη δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας, με όσο το δυνατόν πιο εμπειριστατωμένες, σαφείς και πλήρεις απαντήσεις.

# ΜΕΤΑ

## 1. Email marketing automation

- Στείλτε ένα Thank You email με ένα discount code, για μία από τις επόμενες αγορές, οι οποίες θα γίνουν σε προκαθορισμένο διάστημα.
- Προσθέστε τις παρακάτω κατηγορίες στο Thank You email:
  - i. **Upsell**: Πρόταση για αγορά άλλων (συνήθως ακριβότερων) εκδόσεων του προϊόντος που βλέπουν ή έχουν τοποθετήσει στο καλάθι των αγορών τους.
  - ii. **Cross-sell**: Πρόταση διαφορετικών προϊόντων από αυτά που έχει ήδη επιλέξει, τα οποία όμως συμπληρώνουν ουσιαστικά το βασικό προϊόν που θέλει να αγοράσει.
- Σε περίπτωση που υπάρχει loyalty program, επιβραβεύστε τους πελάτες.
- Δημιουργήστε ξεχωριστό flow για τους non-converters.

## 2. Remarketing

Δημιουργία campaigns με brand awareness goals και engagement goals, καθώς και upsell/cross-sell goals, με βάση τα προϊόντα που έχουν αγοραστεί.

## 3. Μην ξεχνάτε να τους παροτρύνετε να σας κάνουν follow στα social media

Με αυτό τον τρόπο, οι χρήστες θα κάνουν engage με το brand σας, θα ενημερώνονται για οτιδήποτε νεότερο έχετε να προσφέρετε και θα καταφέρετε να αυξήσετε το brand loyalty.

Δείτε το βίντεο που δημιουργήσαμε για το Black Friday/Cyber Monday σε συνεργασία με την Social