

Black Friday 2024

Gjør nettbutikken klar for Black Friday og julesesongen!

Vi er nå i november, og den største salgsperioden i året – Black Friday, Black Week og Cyber Monday – er rett rundt hjørnet.

Black Friday faller i år på 29. november, og denne perioden har vokst til å dominere en stor del av den ordinære julehandelen.

Sjekk våre 10 beste tips for å gjøre nettbutikken klar til Black Friday!



Lag en plan

Planlegg hvilke produkter du skal ha på tilbud, og når de settes ned. Det er en fordel å ha tilbudsprisene i lengst mulig tid, spesielt hvis du annonserer på Google. Husk at du fortsatt kan fremheve tilbudsproduktene som "nylanseringer" i nyhetsbrev, SMS-er og sosiale medier, selv om de faktisk ble lansert tidligere.

Bygg opp forventninger

Start tidlig ved å oppmuntre kunder til å melde seg på nyhetsbrevet, slik at de får eksklusive Black Friday-tilbud før alle andre. Bruk SMS, sosiale medier og e-post til å holde kundene engasjert gjennom hele kampanjeperioden.

Bruk flere kanaler

Sett opp målrettede kampanjer for Black Friday-perioden og fokuser ekstra på kanaler der målgruppen er mest aktiv, som Google, sosiale medier, Microsoft Ads og nyhetsbrev. Med remarketing når du også ut til kunder som har besøkt nettbutikken tidligere.

Dedikert landingside

En søkemotoroptimalisert Black Friday-landingside hjelper deg med å fange opp kunder som aktivt søker etter tilbud. Lag en hovedkategori som heter Black Friday eller Black Week, og sett den aktiv i kontrollpanelet, men skjult for besøkende frem til kampanjestart. Dette bygger organisk synlighet og gir et løft når kampanjen går live.

Optimaliser og gjenbruk landingside

Legg til en kort beskrivelse i den nye Black Friday-kategorien for å informere kunder om hvilke produkter og kategorier som vil være på tilbud. Kunder planlegger ofte kjøpene sine i forkant, så vær tydelig på hva de kan forvente hos dere. Komplett og Elkjøp har allerede landingsider for Black Friday som kan gi deg inspirasjon. Siden landingsiden skal gjenbrukes neste år er det viktig og ikke inkludere årstall i nettstedsadressen.

Bruk nedtellingsfunksjon

Implementer en nedtelling i nettbutikken som viser når salget starter, eller hvor mye tid som gjenstår. Dette skaper en følelse av at det haster eller bygger forventning.

Endre meta-innhold for flere klikk

Vurder å endre meta-titler og -beskrivelser på forsiden for å inkludere salgsinformasjon og sesongbaserte elementer, slik at du kan øke trafikken og få kundene i kjøpsmodus.

Fremhev gavekort

Gavekort er svært populære i høytiden. Det er et ekstra smart tiltak å promotere dem etter fristen for å sende gaver i posten er utgått. Fremhev gavekort med bannerbilder, nevnt dem i nyhetsbrev, sitelinks i Google Ads eller hovedmenyen i nettbutikken.

Mobilvennlige annonser

Med over 85 % av kundene som handler via mobil, er det viktig at både annonser og landingssider er mobiloptimalisert. Planlegg remarketing-kampanjer som målretter kunder som tidligere har besøkt nettsiden for å hente dem tilbake.

Tilby utvidet returrett

Under Black Friday og julesesongen vil utvidet returrett gi kundene ekstra trygghet. Kommuniser tydelig i nettbutikken at du tilbyr utvidet returrett og gi en spesifikk dato for hvor lenge den varer. Dette gjør kundene trygge på at de har tid til å returnere varer etter jul om nødvendig.

Husk!

Black Friday handler ikke bare om å være billigst – det handler om synlighet, tillit og en smidig kundeopplevelse. Jo bedre forberedt du er, desto større sjanse har du for å gjøre Black Friday og resten av høytiden til en suksess.