

Black Friday i święta 2022 – checklista działań

Przygotowanie oferty i planu działań

- Przejrzyj raporty sprzedażowe z analogicznego okresu zeszłego roku i ustal, jakie działania się udały, a jakie wymagają poprawy.
- Przeanalizuj raporty z działań BOK-u, aby zidentyfikować problemy, jakie podczas zeszłorocznego Black Friday utrudniały klientom zakupy.
- Przygotuj atrakcyjną ofertę: wybierz produkty, które będą magnesem przyciągającym klientów, oraz produkty, które możesz objąć akcją promocyjną.

Przygotowanie zaplecza technicznego

- Wykonaj testy obciążeniowe i wydajnościowe platformy e-commerce.
- Sprawdź, ile mocy obecnie wykorzystują serwery, i zaplanuj ewentualne zwiększenie zasobów.
- Zorganizuj spotkanie działu technicznego z działem marketingu, aby zapoznać zespół developerski z szacowanym ruchem, jaki mogą przynieść działania promocyjne.
- Sprawdź przebieg procesu zakupowego i checkout.
- Sprawdź, czy kody rabatowe i przekierowania z reklam działają prawidłowo.
- Przygotuj backup.
- Przetestuj, czy błędy w zewnętrznych narzędziach nie paraliżują działania platformy e-commerce.
- Zarządź Code Freeze – działania zespołu developerskiego powinny skupiać się na poprawie wydajności, wprowadzanie dużych modyfikacji zaplanuj na późniejszy czas.
- Zaplanuj całodobowy dyżur działu IT.

Obsługa klienta i logistyka

- Wprowadź automatyzację powtarzalnych czynności, np. poprzez wdrożenie chatbota.

- Zaplanuj pracę BOK-u oraz magazynu.
- Uzupełnij zapasy materiałów eksploatacyjnych do przygotowywania wysyłek.

Działania marketingowe

- Zaplanuj działania marketingowe nie tylko na Black Friday, ale także na cały poprzedzający go tydzień lub weekend 25–27 listopada.
- Content marketing: stwórz serię artykułów poradnikowych lub inspiracji prezentowych.
- Zoptymalizuj opisy najważniejszych produktów.
- Przygotuj banery promocyjne na stronę główną, strony kategorii lub strony produktowe.
- Przygotuj czytelne, atrakcyjne CTA zachęcające do zakupów.
- Przygotuj landing page zoptymalizowany pod frazy związane z Black Friday i Cyber Monday.
- Zastanów się nad dodatkowymi formami promocji: kuponami rabatowymi, boxami up- i cross-sellingowymi, powiadomieniami o kończących się stanach magazynowych itp.
- Przygotuj harmonogram publikacji postów w social media.
- Zaplanuj wysyłkę newslettera.
- Przygotuj komunikację marketingową na czas po Black Friday/świętach.