

# CHECKLIST - înainte de campanie

pentru un Black Friday copleșitor de bine realizat

## Acțiuni din punct de vedere Tehnic:

- Customizează site-ul în așa fel încât să fie evident că participi în campanie;
- Crează landing page-uri dedicate pe website-ul tău pentru produsele din promoție;
- Crează un layout special cu care să marcezi produsele din ofertă pentru a putea fi reperate mai ușor de către utilizatori;
- Poți crea chiar și un filtru special pentru campaniile aflate în promoție pentru a face experiența de shopping a clienților mai bună;
- Folosește layout-uri și mesaje de tip Urgency (ex: “oferta expiră în X ore”) și Scarcity (“ultimele două produse în stoc!”);
- Pregătește-ți site-ul pentru a face față la un volum de trafic de trei ori mai mare decât în zilele obișnuite (poți alege chiar un upgrade temporar al pachetului de găzduire);
- Îmbogățește pagina de produs cu și mai multe informații suplimentare pentru a evita eventuale întrebări de acest gen din partea clienților;

## Acțiuni din punct de vedere Logistic:

### 1. Produsele din campanie

- Crează din timp lista cu produsele pe care vrei să le introduci în campanie și gândește-te la un procent de reducere de minimum -30% (real, pentru a nu fi probleme din punct de vedere legal - OG nr. 99/2000 - „Prețul redus trebuie să fie inferior prețului de referință”), decizia de cumpărare este bazată în această zi în special pe prețurile mici;
- Asigură-ți stocul pentru produsele din campanie și aprovizionează-te din timp. Așteaptă-te la vânzări cât pentru două săptămâni sau chiar o lună.
- Ia în calcul o strategie de reduceri de preț suplimentară pentru produsele care nu se vor vinde atât de bine precum ai crezut pentru fiecare produs în parte.

### 2. Livrarea produselor

- Negociază și încheie contracte de prestare servicii de livrare cu cel puțin 3-4 curieri. E bine să ai și câteva alternative.
- Fă o campanie de informare cu scopul de a le prezenta clienților tăi posibilitatea ca produsele să ajungă la ei cu întârzieri de 3-5 zile.
- Asigură-te că ai suficiente ambalaje pentru un volum ridicat de comenzi astfel încât coletele să ajungă în mod corespunzător la clienți.
- Stabilește cu prestatorii de servicii ore de ridicare fixe pentru o livrare cât mai eficientă.

## Acțiuni din punct de vedere al Resurselor Umane:

- Discută cu colegii tăi posibilitatea de a lucra ore suplimentare până la revenirea fluxului de expediții, respectiv cea de a lucra și în weekend. Înainte de a face acest lucru asigură-te că respecti prevederile Codului Muncii.
- Ia în calcul posibilitatea de a angaja personal suplimentar sezonier.
- Stabilește o motivație angajaților prin acordarea de avantaje, fie ele bănești sau de orice altă natură.
- Creează pentru colegii tăi un mediu cât mai plăcut de muncă pentru a evita evenimentele neplăcute ca extenuarea.

## Acțiuni din punct de vedere al Marketingului:

- Dacă nu ai prevăzut deja asta în strategia de marketing din anul curent, stabilește o strategie dedicată evenimentului în care să ai în vedere alocarea unui buget suplimentar campaniilor de marketing online.
- Dacă nu ai o echipă de marketing online in house, apelează la o agenție de marketing care să te ajute cu campaniile pentru Black Friday (o strategie de marketing implementată prost poate însemna ratarea evenimentului).
- Creează campanii de teaser în care să îi anunți pe clienți că magazinul tău urmează să participe la eveniment (email, social media și video marketing-ul sunt obligatorii pentru un impact cât mai puternic)
- Optează, mai mult ca niciodată pentru marketing omnichannel ca oamenii să știe de tine.

- Crează campanii dedicate acestui eveniment pentru a atrage atenția, în care să prezinți procentele de reducere pe care le aplici produselor, nu le folosi doar pe cele uzuale.
- Pregătește-ți afiliații din timp punându-le la dispoziție materialele necesare - marketingul afiliat este o armă foarte puternică în această zi.

# CHECKLIST - în timpul campaniei

pentru un Black Friday copleșitor de bine realizat

## Acțiuni din punct de vedere Tehnic:

- Verifică constant cum se comportă website-ul. E important ca viteza de încărcare a website-ului să fie cât mai mică, chiar dacă traficul este mult peste cel normal.
- Verifică regulat landing page-urile și customizările făcute anterior să funcționeze normal. Orice eroare poate să descurajeze clientul.

## Acțiuni din punct de vedere Logistic:

- Ai mare grijă ca prețurile să fie trecute corect pe website pentru a evita situațiile în care produsele sunt mult prea scumpe sau mult prea ieftine.
- Procesează comenzile în funcție de modalitățile de plată alese de clienți. Pentru plata cu cardul online și plata ramburs, comenzile se procesează imediat ce au fost primite. Comenzile cu plata prin OP se procesează după intrarea banilor în contul tău.
- Verifică constant stocurile pe tot parcursul zilei

- Actualizează constant statusul campaniilor (număr comanda, număr de AWB, curier folosit, etc.) pentru a evita întrebări suplimentare din partea clienților.
- Fii gata la timp cu numărul de colete discutat cu serviciile de curierat anterior. Întârzierea predării coletelor va face întârzierea generală a transportului.

### **Acțiuni din punct de vedere al Resurselor Umane:**

- Discută cu colegii tăi să pună accent mai mult pe calitate decât pe cantitate. Vrem ca fiecare client să primească ce a comandat, nu să primească repede un produs de care nu are nevoie.
- Primul instinct al colegilor tăi va fi unul de panică. Fii stăpân pe situație și încearcă să îi faci pe colegi să fie relaxați și concentrați.

### **Acțiuni din punct de vedere al Marketingului:**

- Fă un efort și pornește manual campaniile de marketing online pentru a nu rata startul. Automatizările mai dau și rateuri sau întârzie.
- Verifică campaniile de marketing să funcționeze la putere maximă și mărește bugetele acolo unde mai există potențial sau micșorează-le dacă nu mai faci față.
- Alocă o persoană care să fie disponibilă toată ziua pentru afiliați sau pentru agenția de marketing (unde există o astfel de colaborare) în caz că aceștia întâmpină probleme.

■ Pentru a avea vânzări toată ziua opteză pentru etape de reduceri. Practic împarți reducerile în 3 sau 4 categorii și le evidențiezi odată cu epuizarea stocurilor.

## **CHECKLIST - după campanie**

pentru un Black Friday copleșitor de bine realizat

■ Asigură-te că landing page-urile și modificările făcute au fost oprite sau schimbate.

■ Fii atent ca prețurile post campanie să fie actualizate pentru a nu exista neplăceri ulterioare.

Asigură-te că toate comenzile vor fi livrate în maxim 7 zile.

■ Interesul clienților dispare după acest interval de timp și riști să mărești rata de retur a magaziului tău.

■ Verifică dacă toate campaniile de marketing dedicate evenimentului au fost oprite.