

Faltam

60

dias para a
BLACK FRIDAY!

Já se preparou?

Preparamos pra você
um **checklist exclusivo**
para te ajudar
na organização
dessa data
tão importante.

CONFIRA

BLACK FRIDAY 2018

- Escolha cada benefício para o seu cliente! Todas as pessoas gostam de uma boa promoção (e essa é proposta principal da data).
- Definir as estratégias e campanhas de forma antecipada (não deixe para a última hora).
- Deixe suas promoções previamente cadastradas.
- Mix e quantidade de produtos: tenha estoque disponível para a data. Se você não possui variedade e quantidade de produtos seu cliente possivelmente irá encontrar em outra loja.
- 25% das compras são feitas 1 mês antes, então Black Month (mês inteiro) e Black Week (semana) são boas alternativas para que você tenha mais tempo disponível de ofertas. É também um ponto estratégico para que se evite possíveis problemas de cash em sua loja.
- Caso tenha ofertas válidas somente para o grande dia: faça os ajustes de preços / promoções em média 4 horas antes da virada para que a meia noite ele já esteja disponível.
- Valide internamente banners e landing pages.
- Landing pages: é extremamente estratégico que se tenha uma landing page indexada nas buscas orgânicas exclusiva de Black Friday (esse trabalho deve ser feito com bastante antecedência para que o SEO seja trabalhado e vá ganhando relevância). Caso ainda não tenha feito, faça! Então no próximo ano você já estará com um bom ranqueamento.
- Investimento: não deixe as campanhas sem saldo.
- Mídias: saiba quais as campanhas que irá trabalhar nas mídias e deixe tudo programado.
- E-mail marketing: defina antecipadamente a quantidade de e-mails e também: deixe tudo programado.
- Não aumente o preço do produto para aplicar o desconto, seu consumidor está atento! Segundo o Google somente 18% das pessoas pesquisam os preços dos produtos apenas no dia, ou seja: os demais usuários efetuam pesquisas meses antes da BF.
- Reduza a data de vencimento do seu boleto para que seu estoque não fique parado!
- Ofereça alternativas de formas de pagamento para seu cliente.
- Compare com o mercado e veja se você possui um frete competitivo.
- Distribuição: certifique-se se está tudo em dia com seus parceiros que fazem as entregas.

Depois desse trabalho, invista em banners chamativos e saiba mostrar ao seu cliente essa maravilhosa campanha que criou para a Black Friday!