



BLACK FRIDAY

Årets største handelsdag





Indholdsfortegnelse

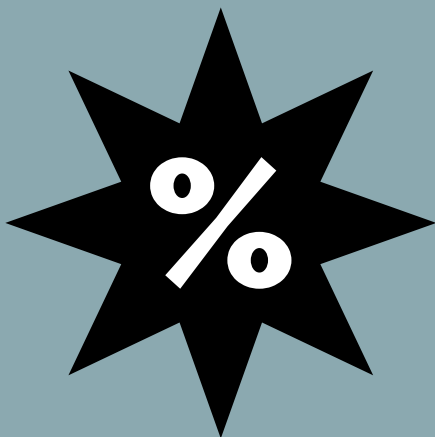
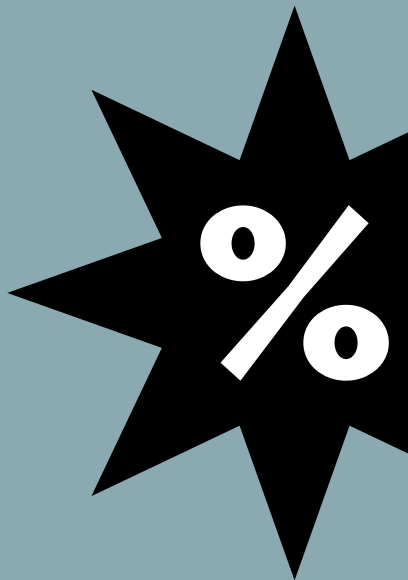
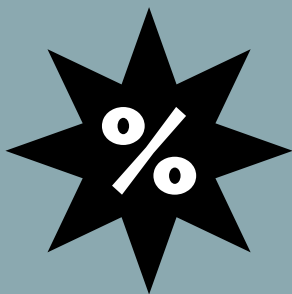
1. Målsætning og strategi	4
2. Budget	6
3. Dagens vigtigste timer	7-8
4. Enheder	9
5. Betalingsmetoder	10
6. Søgmaskineoptimering	12
7. Google Ads	14
8. Google Shopping	15
9. Facebook	16
10. Nyhedsbreve	18

Indledning

Til Black Friday 2017 shoppede danskerne mere end nogensinde før og brugte samlet over 2,1 milliarder kroner på 24 timer. Det satte rekord og gjorde Black Friday til den største handelsdag i Danmark nogensinde.

Tendensen er fortsat lige siden, og Black Friday kan derfor blive dagen, hvor du kan sætte ny rekord for din omsætning. Samtidig får du mulighed for at indsamle unik kundedata til fremadrettet brug i et markedsføringsøjemed.

Med denne guide vil vi præsentere og inspirere dig til, hvordan du kan udforme og eksekvere en gennemført og effektiv Black Friday strategi.



Målsætning og strategi

Black Friday er en hektisk dag, hvorfor det er vigtigt, at du forud for dagen har lavet en konkret målsætning og forholdt dig til spørgsmål som disse:

- Hvor meget vil du omsætte for?
- Hvad vil du sælge?
- Hvor mange procenter kan folk spare?
- Skal der være fri fragt denne dag?
- Vil du have fokus på at indsamle kundedata?
- Hvilke medier vil du tage i brug?
- Hvordan kan du differentiere dig fra dine konkurrenter?

Når du har fastlagt dine målsætninger, bliver det nemmere at vælge de rette indsatser, der skal eksekvere dine mål.

Indgår du et samarbejde med Flex Media, er disse målsætninger utrolig vigtige. Det giver os mulighed for løbende at kunne evaluere de forskellige indsatser og samtidig vurdere, om der på selve dagen skal tages stilling til yderligere indsatser for at nå målene.

**VIDSTE
DU ...**



**95% af forbrugerne
kender til Black Friday**

?

?

?

?



Budget

Dine målsætninger er især vigtige, når det kommer til dit budget og omsætning på Black Friday. Vores erfaring viser, at der ikke er noget, som hedder "budget" på Black Friday. Vi arbejder i stedet med dét, vi kalder for "faktor". En faktor er et udtryk for, hvor mange gange du ønsker dine markedsføringspenge tilbage.

Et eksempel kunne være, at hver gang der bliver brugt 10.000 kr. på markedsføring, så vil du have 70.000 kr. i omsætning (altså faktor 7 på markedsføringen).

Der skal især være en klar strategi i forhold til din faktor, hvis du samarbejder med Flex Media på dagen. Denne strategi sikrer, at du ikke går glip af en masseomsætning og ikke hele tiden skal tage stilling til "Skal jeg bruge yderligere 10.000 kr. på markedsføring?"

Så når du eksempelvis ligger og sover i de første timer under Black Friday, kan Flex Media på et sikkert og aftalt grundlag tage beslutningen. Det er en hektisk dag for dig, og du skal udelukkende koncentrere dig om, at sende alle ordrene afsted.

**VIDSTE
DU ...**



**Dankortomsætningen
for Black Friday stiger
for hvert år**

**I 2015 blev der omsat
for 1.983.000.000 kr. og
i 2017 blev der omsat for
2.117.000.000 kr.**

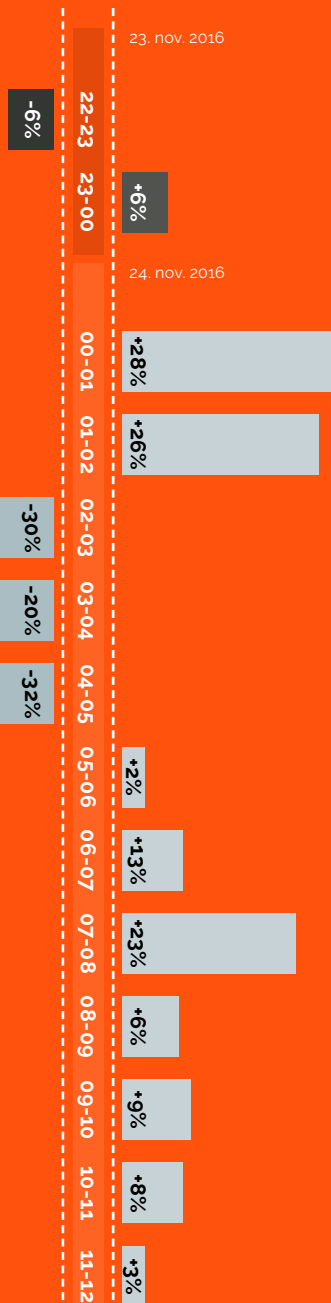
Dagens vigtigste timer

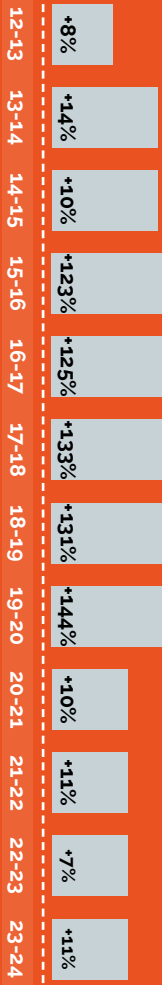
Under Black Friday svinger aktiviteten for handel fra time til time, og der er nogle timer, som er vigtigere end andre. Nedenfor ses grafer for handlen på Black Friday 2016.



I 2016 var det kl. 00:00-02:00, kl. 06:00-08:00 og igen kl. 15:00-20:00, som var de tidspunkter, hvor der blev handlet allermost. Det er derfor vigtigt, at dine indsatser er fordelt udover hele dagen – allerede fra kl. 00:00.

Flex Media kan hjælpe dig med at planlægge indsatserne ud fra tidspunkterne og tage højde for eventuelle tekniske forsinkelser.





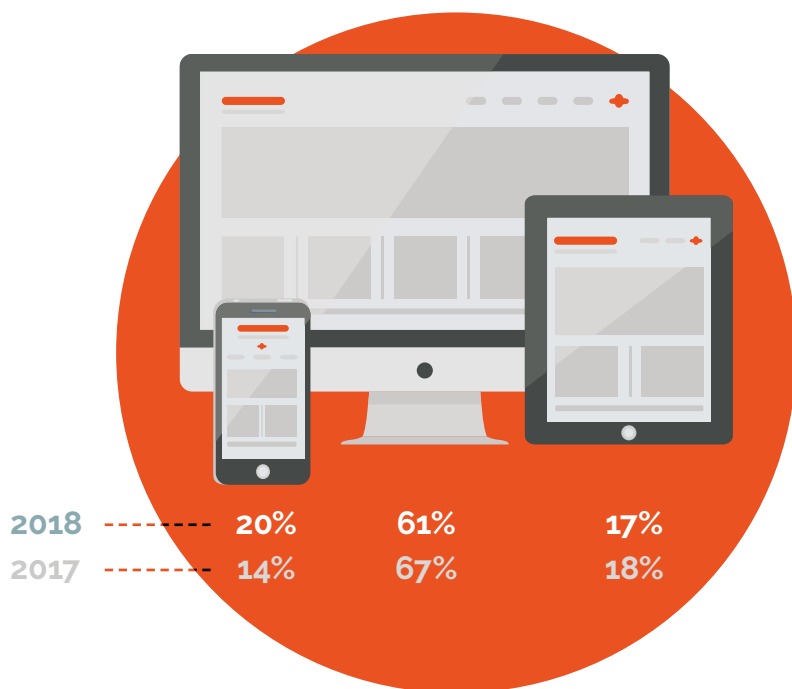
Kilde: <https://www.fdi.dk>

Enheder

Det er vigtigt, at din hjemmeside/webshop fungerer optimalt på alle enheder, herunder mobil, tablet og computer.

Størstedelen af de handlende anvender en computer til at foretage køb, men flere og flere bruger også mobil og tablet. Derfor er det vigtigt, at du også sørger for, at visningen på mobil og tablet er brugervenlig og tilpasset de forskellige enheder.

Særligt på Black Friday er det altafgørende, at din hjemmeside/webshop er tilpasset de enkelte enheder, så du ikke går glip af omsætning på årets største handelsdag. Det skal være nemt og hurtigt for folk at gennemføre et køb.



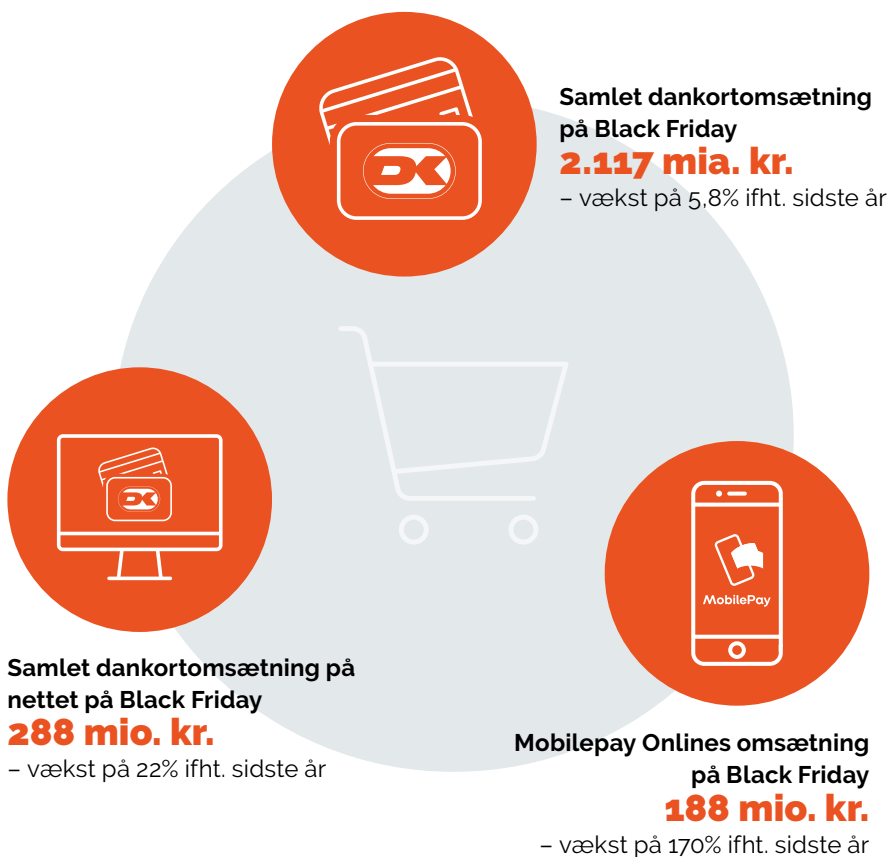
Kilde: <https://www.fdi.dk>

5 Betalingsmetoder

Som webshop er det vigtigt at kunne tilbyde sine kunder deres foretrukne betalingsmetoder - særligt på en dag som Black Friday.

I 2017 registrerede Mobilepay en stigning på 170% sammenlignet med Black Friday 2016. På Black Friday 2017 blev der handlet for 188 mio. kr. via Mobilepay.

Det er et vigtigt parameter, at få installeret Mobilepay på din hjemmeside/webshop, da Mobilepay er nemt og hurtigt at anvende og dermed er en populær betalingsmetode for forbrugerne.



Tallene er fra 2018
Kilde: <https://www.fdi.dk>

**VIDSTE
DU ...**



**Brugen af mobiltelefoner til
e-handel stiger hvert år**



Søgemaskineoptimering

Du skal gøre dine kunder opmærksomme på, at du afholder Black Friday. Det skal du blandt andet gøre via søgemaskineoptimering (organisk trafik) allerede 3-6 måneder før Black Friday.

Helt konkret skal du udarbejde en landingsside med formålet om at reklamere for, at du afholder Black Friday. Landingssiden kan for eksempel hedde "Black Friday + Brandnavn" og skal leve op til SEO-reglerne. Når forbrugerne så googler Black Friday i relation til dit brand, bliver de bekræftet i, at de til Black Friday kan finde gode tilbud hos dig. På denne måde sikrer du, at kunderne holder øje med din hjemmeside/webshop til Black Friday frem for eventuelle konkurrenter.

Et tip herfra er også at reklamere med, at du holder Black Friday på forsiden af din hjemmeside/webshop.

I samarbejde med Flex Media kan du fastlægge SEO-indsatser på produktsøgeord, som er relevante i henhold til dine Black Friday tilbud. Her kan vi via en søgeordsanalyse se på, hvilke produktsøgeord, der er relevante at booste, så deres placeringer rangeres på side 1 på Google fremfor på side 2-3.

Dette skal som tommelfingerregel ske senest 1-2 måneder forud fra Black Friday.

**VIDSTE
DU ...**



**51 % af forbrugerne
forventer at handle
i en dansk netbutik**

**VIDSTE
DU ...**



**Mange webshops
crasher på grund af travlhed
på Black Friday**



Google Ads

Op til Black Friday og på selve dagen er det relevant at køre Google Ads og Google Shopping (se næste afsnit), da konverteringsraten vil være højere end normalt, eftersom alle researcher med henblik på at købe.

Du skal dog være opmærksom på, at klikpriserne vil være højere, og i mange tilfælde mangedobles, hvilket ofte også kan betale sig pga. den højere konverteringsrate. Derfor vil dit Google Ads-budget blive brugt hurtigere end normalt, og du bør overveje at hæve din faktor på Black Friday.

Når du skal udforme dine tekstannoncer kan du med fordel kopiere dine eksisterende tekstannoncer. Rediger dem herefter således, at der står "Black Friday + Produkt".

Som en ny funktion har Google lanceret muligheden for at tilføje en ekstra overskrift og en ekstra beskrivelse. Dette er en god idé, da du således vil fylde mere i Googles søgeresultater.

Derudover er det også en mulighed at anvende "rabatprocenter" og en specifik "annonceudvidelse" til Black Friday. Dette er en fordel, idet du nemt og hurtigt kan gøre kunder opmærksomme på, at de kan spare procenter hos dig til Black Friday.

**VIDSTE
DU ...**



**I Canada melder
1,2 million mennesker sig
syge på Black Friday**





Google shopping

På Black Friday gælder det om at kunne tilbyde de bedste priser. De billigste vinder, og hvis du virkelig vil konkurrere på prisen og vinde, så er det en yderst god idé med Google Shopping.

Her skal du først og fremmest holde godt øje med dine konkurrenter og overvåge deres priser, således at du hele dagen igennem kan korrigere dine priser og bud.

Du skal sætte prisen ned på dine produkter frem for at tilbyde en rabatkode. Hvis du kun tilbyder en rabatkode til Black Friday, vil produkterne stå med normalprisen i dine Shopping annoncer. Og igen - det er den billigste, der vinder.

Lad os tage et eksempel på Google Shopping. Du har en kjole til 599,95 kr. og til Black Friday giver du dine kunder en rabatkode, hvor de kan få 35%. Dvs. at kjolen koster 389,97 kr. I Googles søgeresultat er du placeret ved siden af en af dine konkurrenter, som sælger fuldkommen samme kjole. De har sat den ned til 399,95 kr. i stedet for at anvende en rabatkode. Faktisk er din konkurrent dyrere end dig, men i Google Shopping resultatet står din kjole til 599,95 kr. og din konkurrents til 399,95 kr. Hvem vinder?

Ad 1	Ad 2	Ad 3	Ad 4
			
Snake kjole 599,00 Tøjbutikken	Snake kjole 599,95 Din butik	Snake kjole 399,95 Kjolebutikken	Snake kjole 399,95 Køb til dig
Fra Google	Fra Google	Fra Google	Fra Google

Facebook

67% af den danske befolkning er brugere af Facebook, hvoraf 63% er dagligt aktive. Facebook giver dig mulighed for at målrette dine Black Friday marketingindsatser til din primære målgruppe og samtidig nå ud til mange flere på grund af Facebooks indstillinger og algoritmer.

Muligheden for at oprette en Black Friday begivenhed bør være en vigtig del af din markedsføring denne dag. En begivenhed giver dig mulighed for at promovere din virksomhed og tilbud til de brugere, der allerede "Synes-godt-om" din side. Samtidig bliver begivenheder og konkurrencer prioriteret højt i Facebooks algoritmer, og derfor når dine aktiviteter ud til flere end blot dine følgere. Aktiviteterne på Facebook kan derfor give dig ekstra organisk rækkevidde og en masse leads.

Der findes mange flere aktiviteter på Facebook, som kan gøre en forskel for dig på Black Friday. Flex Media kan hjælpe dig med at gennemskue og planlægge Facebooks mange muligheder såsom remarketing, begivenheder, konkurrencer, Facebook-pixel og meget andet, så du kan opnå det mest optimale salg denne dag.

**VIDSTE
DU ...**



**Facebook er en af de
vigtigste marketingkanaler
til Black Friday**



KONKURRENCER

BEGIVENHEDER

REMARKETING



Nyhedsbreve

På Black Friday er det vigtigt at være "Top of mind" hos dine kunder - både inden og under Black Friday. Det er her, at nyhedsbreve kommer ind i billedet.

Op til Black Friday er det vigtigt at udsende nyhedsbreve med information om, at du afholder Black Friday, hvilke brands/produkter der forekommer og hvilke besparelser, der kommer til at være. Samtidig kan en nedtælling i nyhedsbrevene også sørge for, at du løbende er i kundernes bevidsthed.

På selve dagen er denne taktik også vigtig. Her er det for eksempel nyhedsbreve omkring aktuelle tilbud nu og her, varer der snart er udsolgt og en reminder om, at dine kunder skal skynde sig at få de sidste tilbud med inden dagen er omme. Udsendelsen af nyhedsbrevene kan med fordel planlægges efter forrige års erfaringer med de vigtigste timer, så du rammer din målgruppe på de mest relevante tidspunkter.

**VIDSTE
DU ...**



**Nyhedsbreve
kan skabe mere salg
på en dag som
Black Friday**

Vil du have mest muligt ud af Black Friday?

Ring til os og tag en snak omkring dine muligheder til Black Friday.

 **+45 48 17 66 66**

 **info@flex-media.dk**

Flex Media har en bred vifte af erfaring med strategisk online markedsføring, webprogrammering, integrationsløsninger, design, annoncering og tekstarbejde.

Vi går ikke på kompromis med kvalitet, og vores erfarne team har siden år 2004 udviklet værdiskabende koncepter og digitale løsninger.



flexmedia
ONLINE MARKETING

-flexmedia

ONLINE MARKETING

Udarbejdet af Flex Media
Copyright © 2019

Vi ses til
Black Friday



Få flere tips - følg os på Facebook
www.facebook.com/flex.media.dk