

# BLACK FRIDAY & BLACK WEEK.

Wie Du Deinen Onlineshop mit einer Sale-Kampagne pushen kannst!

**BLACK WEEK**

END OF THE SEASON

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh sed diam euismod tincidunt ut laoreet dolore magna ali

www.SH.com

## Das erwartet Dich!

Black-Week-Checkliste: Unsere Tipps für eine erfolgreiche Sale-Kampagne!

Expertenwissen.

### ÜBER UNS.

OUTRANGE Media ist eine inhabergeführte „Agentur“ und nun schon seit 2015 erfolgreich dabei, Marketingträume und Zielvorhaben von Unternehmen in die Realität umzusetzen.

[www.outrange.media](http://www.outrange.media)

### KONTAKT.

+49 3671 5242978

info@outrange.media

[@](#) [f](#) [in](#) /outrangemedia

**OUTRANGE**  
**MEDIA**



# BLACK WEEK KAMPAGNE LEICHT GEMACHT.

*Steigere Deine Verkäufe am Black Friday und in der Black Week mit unserer umfassenden Kampagnen-Checkliste!*

Der Black Friday, der alljährlich am Tag nach Thanksgiving in den Vereinigten Staaten stattfindet, hat sich längst zu einem globalen Phänomen entwickelt. Für Millionen von Menschen auf der ganzen Welt markiert dieser Tag den offiziellen Startschuss für die Weihnachtseinkäufe und ist ein Synonym für einmalige Schnäppchen, Rabatte und exklusive Angebote.

Doch der Black Friday ist weit mehr als nur ein Einkaufsereignis – er ist zu einem entscheidenden Meilenstein für Unternehmen geworden, insbesondere für Onlineshop-Besitzer.

Der Black Friday ist ein kraftvoller und effektiver Anlass, der Händlern die Gelegenheit bietet, ihre Verkäufe und Umsätze signifikant zu steigern. Doch warum bietet sich der Black Friday Schlüsselmoment für den Einzelhandel an? Wie kannst Du Dich als Händler auf diesen besonderen Tag vorbereiten und warum kann das Angebot attraktiver Rabatte und Sonderaktionen für Dich der Schlüssel zum Erfolg sein?

**Das erfährst Du hier!**

# UND WARUM?

*Weshalb der Black Friday für Online-Händler so spannend ist!*

Der Black Friday ist für Onlineshop-Besitzer von enormer Bedeutung - und das aus gleich mehreren Gründen.

## Grund 1: Günstiger Zeitpunkt

Erstens fällt er in die Vorweihnachtszeit, eine der geschäftigsten und umsatzstärksten Zeiten des Jahres. Verbraucher sind in Kauflaune und auf der Suche nach Geschenken, sei es für sich selbst oder für ihre Lieben. Dieser Ansturm auf den Einzelhandel bietet eine einzigartige Möglichkeit, die Aufmerksamkeit auf Dein Unternehmen zu lenken.

## Grund 2: Abheben von der Konkurrenz

Zweitens ermöglicht der Black Friday Onlineshop-Besitzern, sich von der Konkurrenz abzuheben und neue Kunden zu gewinnen. Mit kreativen Angeboten und ansprechenden Rabatten kannst Du Kunden dazu bewegen, bei Dir einzukaufen, anstatt bei Wettbewerbern. Dies schafft nicht nur kurzfristige Umsätze, sondern kann auch langfristige Kundenbeziehungen aufbauen.

## Grund 3: Markenbekanntheit

Der Run auf den Black Friday kann zudem zu einer Steigerung des Website-Traffics und die Erhöhung der Markenbekanntheit Deines Shop führen. Menschen strömen online, um nach den besten Angeboten zu suchen, und das schafft die Möglichkeit, Deine Marke einem breiten Publikum zu präsentieren. Selbst wenn Kunden nicht sofort kaufen, kannst Du mit tollen Aktionen ihre Aufmerksamkeit gewinnen und sie später in wiederkehrende Kunden verwandeln.

## Grund 4: Raus mit dem Alten

Schließlich bietet der Black Friday die Möglichkeit, Bestände abzubauen und Platz für neue Produkte zu schaffen. Produkte, die sich in Deinem Lager angesammelt haben, können durch attraktive Angebote verkauft werden, um Kapital freizusetzen und die Rentabilität zu steigern.

Damit auch Du das Beste aus diesem ereignisreichen Tag herausholen kannst, geben wir Dir mit der folgenden Checkliste ein hilfreiches Mittel in die Hand, um Deinen Shop und Deine Kampagne optimal zu planen und vorzubereiten. Wir werden uns mit der Planung von Angeboten, der Vorratsplanung, der Website-Optimierung und der Vermarktung der Angebote befassen. Zusammen finden wir heraus, wie Du den Black Friday nutzen kannst, um Deinen Onlineshop auf die Erfolgsspur zu bringen. **Los geht's!**

# 1 BIS 2 MONATE

vor dem Black Friday

## Festlegung der Ziele und Budgets

Definiere klare Ziele für Deinen Black Friday Sale. Möchtest Du die Verkaufszahlen steigern, die Kundenbindung erhöhen oder neue Kunden gewinnen? Lege außerdem ein Budget fest, um sicherzustellen, dass Du Deine Ziele erreichen kannst.

### BEISPIEL FÜR EINEN KAFFEEHÄNDLER:

Das Ziel besteht darin, den Online-Kaffeeverkauf am Black Friday um 30% zu steigern, und es wurde ein Budget von 1.000 Euro für Werbemaßnahmen und Rabatte festgelegt.

## Angebotsplanung

Entwickle attraktive Angebote, Rabatte und Sonderaktionen, die während des Black Friday Sale verfügbar sein werden. Stelle sicher, dass Deine Angebote für Deine Zielgruppe relevant und ansprechend sind.

### BEISPIEL FÜR EINEN KAFFEEHÄNDLER:

Das Angebot für den Kaffeehändler beinhaltet einen Rabatt von 25% auf alle Kaffeeprodukte sowie die Zugabe eines kostenlosen Beutels Kaffee bei Bestellungen über 50 Euro.

Dabei muss es nicht immer nur ein Prozentsatzrabatt sein! Hier sind sechs weitere Beispiele für verschiedene Arten von Angeboten, die Kunden während des Black Friday Sale angeboten werden können:

#### ► Bündelangebote:

Kombiniere mehrere Produkte und biete sie als Bündel zu einem reduzierten Preis an, wie z.B. "Kaufe einen Laptop und erhalte eine kostenlose Maus und eine Laptotasche dazu".

#### ► Kostenloser Versand:

Biete kostenlosen Versand für Bestellungen über einen bestimmten Betrag an, um Kunden zu ermutigen, größere Einkäufe zu tätigen.

#### ► Geschenkkarten oder Gutscheine:

Gib Gutscheine oder Geschenkkarten aus, die Kunden bei zukünftigen Einkäufen verwenden können, wenn sie während des Sales einkaufen.

#### ► Flash-Angebote:

Biete zeitlich begrenzte Angebote an, die nur für kurze Zeit verfügbar sind, um ein Gefühl der Dringlichkeit zu erzeugen.

### ► **Treueprämien:**

Belohne Deine Stammkunden mit speziellen Rabatten oder Prämien für ihre Treue, um die Kundenbindung zu stärken.

### ► **Kaufe eins, erhalte eins (BOGO):**

Biete ein "Kaufe eins, erhalte eins gratis" - Angebot an, bei dem Kunden beim Kauf eines Produkts ein identisches oder ein anderes Produkt kostenlos erhalten.

Die Auswahl des richtigen Angebotes hängt von Deiner Zielgruppe, den Produkten und Deinen Zielen ab. Es ist oft effektiv, eine Kombination dieser Angebote zu nutzen, um verschiedene Kundenbedürfnisse anzusprechen und die Verkaufszahlen zu steigern.

Du kannst bei der Festlegung Deines Angebotes durchaus kreativ werden. Denn nur Du kennst Deine Kundschaft am besten und weißt genau, wo die Bedürfnisse der Kunden liegen.

## **Vorratsplanung**

Überprüfe Deine Lagerbestand und stelle sicher, dass Du ausreichend Produkte für die erwartete Nachfrage während des Sales verfügbar hast. Berücksichtige auch den Versandprozess und die Lieferzeiten.

### **BEISPIEL FÜR EINEN KAFFEEHÄNDLER:**

Überprüfen den Lagerbestand für Kaffeesorten und -mengen. Stelle sicher, dass ausreichend Vorräte vorhanden sind, um die Bestellungen pünktlich auszuliefern.

# **4 BIS 6 WOCHEN**

*vor dem Black Friday*

## **Website-Vorbereitung**

Optimiere die Geschwindigkeit und Benutzerfreundlichkeit Deiner Website, um den erwarteten Ansturm während des Black Friday Sale zu bewältigen. Stelle sicher, dass alle Produktseiten korrekt funktionieren und die Check-out-Prozesse reibungslos ablaufen.



## Ankündigung der Aktion

Teile erste Teaser und Ankündigungen in den sozialen Medien, um das Interesse zu wecken und potenzielle Kunden neugierig zu machen. Damit der Sale durch die Decke geht, musst Du Vorfreude auf Deine Angebote und Produkte erzeugen.

### BEISPIEL FÜR EINEN KAFFEEHÄNDLER:

Poste auf Social-Media-Plattformen wie Instagram und Facebook Teaser-Bilder von Kaffeesorten und künde an, dass der Black Friday mit exklusiven Angeboten für Kaffeeliebhaber kommt.

# 2 BIS 3 WOCHEN

*vor dem Black Friday*

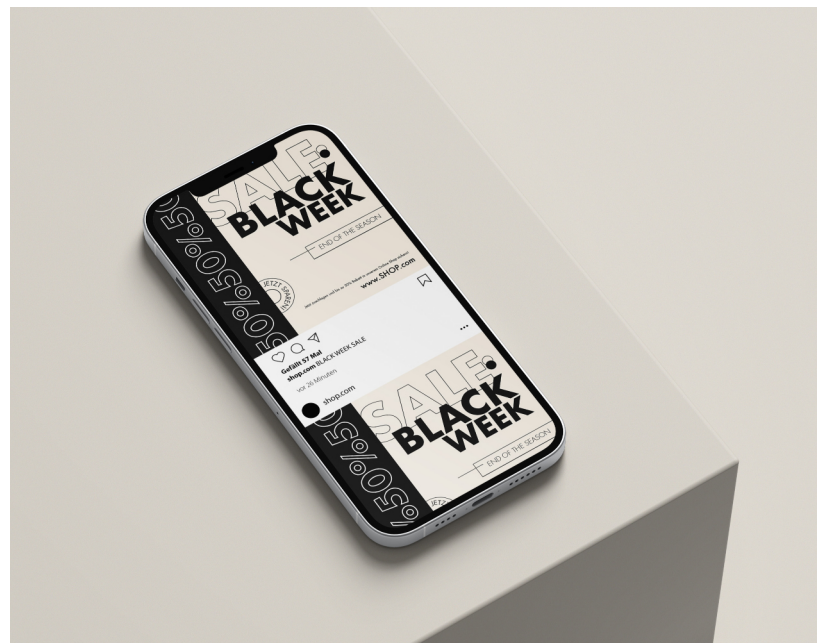
## Erstellung von Marketingmaterialien

Erstelle Werbematerialien wie Banner und Grafiken für Social Media und E-Mail-Kampagnen, die Deine Angebote und Aktionen hervorheben. Gewährleiste eine konsistente Markenpräsenz in all Deinen Marketingmaterialien.

## Social-Media-Werbekampagnen

Starte eine gezielte Social-Media-Werbekampagnen auf Plattformen wie Facebook, Instagram oder Pinterest, um Dein Black Friday Sale-Angebot einer breiten Zielgruppe vorzustellen.

Nutze zielgerichtete Anzeigen, um potenzielle Kunden anzusprechen und den Traffic auf Deinen Onlineshop zu steigern. Verwende ansprechende Grafiken und Videos, um die Aufmerksamkeit zu erregen und die Botschaft des Angebots zu verbreiten.



# 1 BIS 2 WOCHE

vor dem Black Friday

## E-Mail-Kampagnen

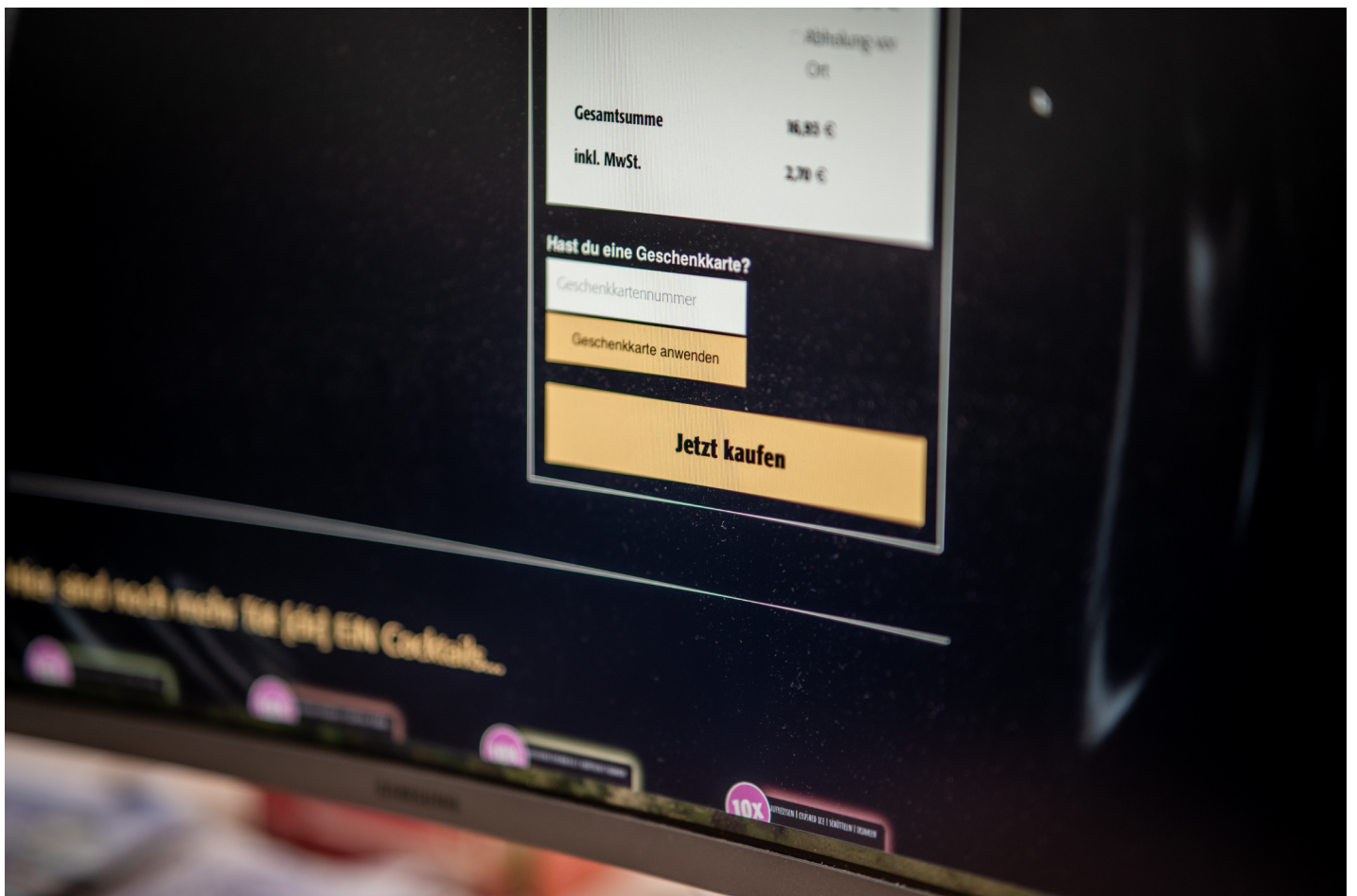


Versende Erinnerungs-E-Mails an Deine bestehenden Kunden und Abonnenten, um sie an den bevorstehenden Sale zu erinnern. Teile darin bereits einige der attraktiven Angebote.

## Testen und Überprüfen



Stelle sicher, dass Deine Website und Einkaufswagen reibungslos funktionieren, und testen alle Angebote und Aktionen im Voraus. Um den Kunden einen reibungslosen Einkaufsprozess zu ermöglichen, führe am besten im Vorfeld eine Testbestellung durch. So gehst Du sicher, dass alle Rabatte und Aktionen ordnungsgemäß angewendet werden.



# BLACK FRIDAY

*Tag des Sales*

## Starte Deine Aktion frühzeitig



Beginne Deine Black Friday Sale-Angebote frühzeitig am Morgen oder bereits um Mitternacht, um Frühaufsteher und Online-Shopper anzusprechen. Schaffe einen Sense of Urgency und Aufmerksamkeit.

## Echtzeit-Monitoring



Wenn Du die Möglichkeit hast, verfolge den Erfolg Deiner Kampagne in Echtzeit. Überwache den Traffic, die Konversionsraten und das Kundenverhalten auf Deiner Website mit Hilfe von Google Analytics oder anderer Analysetools. Passe Deine Strategie anhand der Daten an, um auf Kundenverhalten zu reagieren.

# DANACH

*Hat es sich gelohnt?*

## Datenanalyse



Analysiere den Erfolg der Kampagne, indem Du Daten zu Verkaufszahlen, Konversionsraten und Kundenverhalten auswertest. Du kannst diese Erkenntnisse nutzen, um zukünftige Aktionen zu planen und zu optimieren. Ermittle zum Beispiel das meistverkaufte Produkt, welches Du zukünftig als Best Selling Product ausweisen kannst.

## Follow-Up



Du kannst Dankes-E-Mails an Deine Kunden senden, in denen Du ihnen eine Verkaufserweiterung für das Wochenende oder den Cyber Monday anbietest. Zeigen Deine Wertschätzung für den Kunden und mache sie damit vielleicht sogar zu Stammkunden.

**Mit dieser Checkliste und den dazugehörigen Beispielen kannst Du Deine Black Friday Sale-Kampagne erfolgreich vorbereiten und durchführen.**