

# Připravte své Shoptet Kampaně, ať vám vyteží Black Friday

5.11.2024 - | Blog.shoptet

**Blíží se Black Friday a vy z něj hodláte vytěžit maximum. Rozhodně se nechystáte své zákazníky přenechat konkurenci.**

**Máme tipy, jak co nejlépe využít potenciál Shoptet Kampaní.**

Promysleli jste, který model slev bude pro vás a vaše zákazníky takzvaný win win. Chystáte si pro Black Friday i vlastní kategorii. Vymazlili jste grafiku. Informace půjdou předem e-mailem, budou na sociálních sítích i v notifikační liště. A připravili jste i Shoptet Kampaně. Věděli jste ale, že i když Shoptet Kampaně nemusíte složitě nastavovat, je třeba je správně připravit? Jak na to? Máme pro vás návod, postupujte krok za krokem a nepřeskakujte.

## 1. Nechte kampaním čas na učení

Kampaně spusťte co nejdříve a nechte je nasbírat data, díky kterým se dokážou učit. Od momentu, kdy Shoptet Kampaně zapnete, začnou sbírat informace a analyzovat je. Analyzují, kdo jsou uživatelé, kteří klikají na reklamu, a kdo jsou ti, co na e-shopu nakonec udělají objednávku. Čím víc takových informací Shoptet Kampaně získají, tím lépe. A kolik času na učení potřebují? Záleží na tom, kolik konverzí (objednávek) zaznamenají. Pokud jich není moc, dejte jim předstih a spusťte je ideálně tento týden.

Řekněme, že prodáváte autokosmetiku pro fajnšmekry. Shoptet Kampaně se postupně naučí poznat, kdo může profilově být váš zákazník a reklamy se budou ukazovat jemu. Uděláte-li to pozdě, na kýžený Black Friday reklamy mohou cílit na někoho, kdo své auto jednou za půl roku vysaje od drobečků z dětských svačin. I tohohle uživatele můžete přesvědčit, že čisté auto mu dodá klid, sebedůvěru a radost. Ale může to trvat déle a může si to žádat jiné sdělení, než je sleva na Black Friday.

## 2. Rozpočet navyšujte postupně

Aby kampaně běžely hladce bez výrazných výkyvů ve výkonu, navyšujte rozpočet postupně. Doporučujeme zvyšovat maximálně o 20 % týdně. Tím se vyhnete riziku, že u kampaní dojde k opětovnému spuštění procesu učení, který může na několik dní výkon kampaní snížit. To během klíčového období nechcete.

**Pokud plánujete navýšit rozpočet nárazově, doporučujeme to provést s několikadenním předstihem.** Nárazové navýšení může způsobit výkyvy ve výkonu, protože systém bude potřebovat čas k přizpůsobení nové výši rozpočtu. Pokud váš obchod zaznamenává dostatek objednávek, učení může být rychlé. Když tento krok provedete dopředu, snížíte ale riziko, že kampaň v důležité dny nepojede na plný výkon.

## 3. Zlevnění produktů naplánujte předem

Naplánované slevové akce nezapomeňte nastavit s předstihem. Proč? Google, na jehož systému Shoptet Kampaně běží, si ceny produktů typicky aktualizuje každých 24 hodin a vy chcete, aby se

slevy zobrazily včas. Díky tomu budou správné ceny na všech reklamních kanálech a potenciální zákazníci budou mít přesné informace už od začátku Black Friday. Ten je letos mimochodem už 29. listopadu.

## 4. Přidejte tematické bannery

Grafiku, kterou chystáte pro Black Friday, si připravte i v rozměrech, které lze použít v Shoptet Kampaních. Některé z bannerů v Shoptet Kampaních pak dočasně nahraďte těmi bannery s Black Friday tematikou. Komunikace slev tak bude vizuálně konzistentní, důvěryhodná a vaše zboží o to lákavější.

## 5. Nezapomeňte na texty reklam

Přizpůsobte některé texty reklam tak, aby souvisely s Black Friday. Například můžete upozornit na omezenou dobu trvání slevy nebo zdůraznit exkluzivní nabídky. Vzhledem k tomu, že všechny změny v reklamách prochází schvalovacím procesem Googlu, je vhodné úpravy provést s dostatečným předstihem, abyste měli jistotu, že budou schváleny včas.

Pracujte s jednoduchým copy (Sleva 30 % na všechno / Black Friday slevy 30 %) a ideálně kombinujte s urgencí (Pouze tento víkend) nebo s call to action headliny.

## Chcete se detailně dozvědět, co vše Shoptet Kampaně umí?

Vše podrobně vysvětlujeme během webináře:

**Tyhle části webináře určitě nevynechejte:**

- Nejčastější chyby na již běžících účtech – (přes odkaz přeskočíte rovnou na část o chybách, od 22:09)
- Jak Shoptet Kampaně využít během vánoční sezóny – (přes odkaz přeskočíte rovnou na tuto část, od 28:20)
- Vaše dotazy – (přes odkaz přeskočíte rovnou na tuto část, od 33. minuty webináře)

Čtete také článek Shoptet Kampaně: Jak pomáhají e-shopům k lepším výsledkům? Najdete tu spoustu odpovědí na vaše otázky.

Jak se vám článek líbí?

Pro hodnocení klikněte na hvězdičku

- 
- 
- 
- 
- 

Odeslat hodnocení

Průměrné hodnocení / 5. Počet hodnocení:

Zatím žádné hodnocení. Budte první!

## Založte si nezávazně vlastní testovací e-shop na Shoptetu

Nevyplňujte toto pole:

### Vyzkoušet zdarma

Vložení e-mailu souhlasíte s podmínkami ochrany osobních údajů a všeobecnými obchodními podmínkami

```
'; } } if (notices !== '') { noticeHolder = document.createElement('div');
noticeHolder.setAttribute("id", "shp_footer-notice"); noticeHolder.innerHTML = notices;
document.body.appendChild(noticeHolder); setTimeout(function() {
fadeOutAndRemove("shp_footer-notice"); }, 3000); removeRequests(requestTypes); } function
decodeUrlParameter(str) { return decodeURIComponent((str+").replace(/+/g, '%20')); } function
escapeHTML(html) { return
document.createElement('div').appendChild(document.createTextNode(html)).parentNode.innerHT
ML; } function getRequests() { var s1 = location.search.substring(1,
location.search.length).split('&'), r = {}, s2, i; for (i = 0; i < s1.length; i += 1) { s2 = s1[i].split('=');
try { r[decodeURIComponent(s2[0]).toLowerCase()] = decodeUrlParameter(s2[1]); } catch(e) {
console.error(e); } } return r; } function removeRequests(requestTypes) { var s1 =
location.search.substring(1, location.search.length).split('&'), r = {}, s2, i, pre; for (i = 0; i <
s1.length; i += 1) { if(i > 0) { pre = '&'; } else { pre = ''; } s2 = s1[i].split('='); r[s2[0]] = pre +
s1[i]; } var locationSearchString = location.search; for (i = 0; i < requestTypes.length; i++) {
locationSearchString = locationSearchString.replace(r[requestTypes[i]], ""); } if
(locationSearchString === '?') { locationSearchString = ''; } var baseUrl = [location.protocol, '//',
location.host, location.pathname].join(""); window.history.replaceState({}, "", baseUrl +
locationSearchString); } /* !DISPLAY NOTICE MESSAGE IF ANY */ function
fadeOutAndRemove(elementID) { var fadeTarget = document.getElementById(elementID); var
fadeEffect = setInterval(function () { if (!fadeTarget.style.opacity) { fadeTarget.style.opacity = 1; }
if (fadeTarget.style.opacity < 0.1) { clearInterval(fadeEffect); } else { fadeTarget.style.opacity -=
0.1; } }, 100); setTimeout(function() { var deleteTarget = document.getElementById(elementID);
deleteTarget.parentNode.removeChild(deleteTarget); }, 2000); } function
setGoogleAnalyticsClientId(input) { if (window.location.hostname.indexOf('shoptet.') === -1 ||
typeof ga !== 'function' || !input ) { return; } ga.getAll().forEach(function(tracker) { var clientId =
tracker.get('clientId'); if (clientId) { input.value = clientId; } }); } })();
```

<https://blog.shoptet.cz/shoptet-kampane-tipy-vykon>