

Připravte své Shoptet Kampaně, ať vám vytěží 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>