

# 10 Marketing-Tipps für Händler und Shopbetreiber zum Black Friday

(Oberhausen, 05. November 2018) – Der Countdown läuft. Am 23. November ist Black Friday 2018! Damit Händler und Shopbetreiber sich perfekt auf die große Rabattschlacht vorbereiten können, geben die Macher von [Black-Friday.de](http://Black-Friday.de) 10 ultimative Tipps aus 7 Jahren Black Friday Erfahrung, mit denen Ihre Black Friday Aktion garantiert ein voller Erfolg wird.

## 1. Beginnen Sie frühzeitig mit der Planung Ihrer Black Friday Angebote

Je früher Sie mit den Vorbereitungen für den großen Tag beginnen, desto besser. Wenn Sie mit den Planungen für den Black Friday 2018 noch nicht begonnen haben, dann starten Sie jetzt sofort, indem Sie die folgenden 3 W-Fragen beantworten:

### ***Was will ich anbieten?***

Wie genau soll ihr Deal aussehen? Reduzieren Sie einzelne Produkte im Preis, geben Sie einen Rabatt auf das gesamte Sortiment oder bieten Sie Ihren Kunden ein spannendes Add-on zu Ihrem Kauf an?

### ***Wer ist meine Zielgruppe?***

Soll Ihre Black Friday Aktion eher Neukunden in den Shop locken oder möchten Sie Ihre Bestandskunden aktivieren?

### ***Wie will ich meine Zielgruppe erreichen?***

Im Falle einer Bestandskunden-Aktion kann sich die Bewerbung auf die üblichen Marketing Maßnahmen innerhalb Ihres Shops konzentrieren, z.B. indem Sie die Aktion auf der Startseite promoten, einen Newsletter an Ihre Kunden versenden oder Ihre Social-Media-Follower auf die Aktion hinweisen. Wenn Sie jedoch Neukunden auf Ihr Angebot aufmerksam machen möchten, müssen diese natürlich zunächst in Ihren Shop geleitet werden. Sie sollten deshalb unbedingt frühzeitig Ihre Agentur oder Ihr Marketing-Team briefen und gemeinsam festlegen in welchen Kanälen Sie Ihre Zielgruppe ansprechen möchten. Ob performanceorientierte Anzeigen bei Google und Facebook, Influencer-Marketing bei Instagram oder klassische Werbung in TV, Print oder Radio – eine frühzeitige Kampagnen- und Budgetplanung ist der Grundpfeiler jeder guten Marketing-Strategie.

## **2. Bieten Sie einen richtig guten Deal an**

Richten Sie für Ihre Aktion nicht einfach nur einen weiteren Standard-Gutschein ein, sondern sehen Sie den Black Friday als das an was er ist – eine einmalige Gelegenheit Ihre Kunden und neue Interessenten mit einer durchdachten und koordinierten Rabattaktion in Ihren Shop zu locken und auf das folgende Weihnachtsgeschäft einzustimmen. Es ist schließlich nur einmal Black Friday im Jahr und da sollte Ihr Angebot richtig gut sein, damit es sich von der Masse an Black Friday Deals abheben kann.

## **3. Machen Sie Ihren Onlineshop fit für den Besucheransturm**

Es wäre fatal, wenn sich Ihre wochenlange Vorbereitung nicht auszahlen könnte, weil Ihr Server mit der großen Anzahl an Besuchern nicht zurechtkommt. Tatsächlich sind in den letzten Jahren zahlreiche Onlineshops am Black Friday in die Knie gegangen und konnten dem Besucheransturm nicht standhalten. Sprechen Sie deshalb frühzeitig mit Ihrem Hoster und ergreifen Sie geeignete Maßnahmen, um Ihren Onlineshop fit für den Black Friday zu machen.

## **4. Kündigen Sie Ihre Black Friday Aktion mit einem Countdown an**

Richten Sie z.B. eine spezielle Landing-Page in ihrem Shop ein und weisen Sie mit einem Countdown auf Ihre Black Friday Aktion hin. Geben Sie Interessenten die Möglichkeit sich in Ihren Newsletter einzutragen und richten Sie in Ihren Werbenetzwerken eine Retargeting Zielgruppe für Ihre Black Friday Landing-Page ein. So können Sie gezielt Interessenten einsammeln und sie am Black Friday erneut ansprechen und sie auf Ihre Seite zurückholen.

## **5. Bewerben Sie Ihr Black Friday Angebot auf allen Kanälen**

Um möglichst viele Kunden und Interessenten für Ihr Black Friday Angebot zu gewinnen, sollten Sie es möglichst prominent bewerben. Nutzen Sie grafische Werbemittel innerhalb Ihres Shops (z.B. ein Hero-Banner auf der Startseite), versenden Sie einen Newsletter und bewerben Sie Ihr Angebot in den üblichen Werbenetzwerken wie Google Ads, Facebook oder Instagram. Bei Facebook könnten Sie zudem eine Veranstaltung für Ihre Black Friday Aktion einrichten und Teilnehmer über Facebook-Ads gewinnen.

## **6. Planen Sie für den Black Friday ein erhöhtes Marketing-Budget ein und rechnen Sie mit hohen Klickpreisen**

Am Black Friday sind nicht nur überdurchschnittlich viele User im Netz und suchen nach den besten Schnäppchen. Es sind auch extrem viele

Werbtreibende unterwegs und konkurrieren um die besten Werbeflächen. Dies führt jedes Jahr dazu, dass sich am Black Friday Wochenende die Klickpreise in auktionenbasierten Werbenetzwerken sprunghaft um ein Vielfaches erhöhen. Seien Sie sich der erhöhten Kosten bewusst und beobachten Sie Ihre Kampagnen genau, um schnell auf aktuelle Entwicklungen reagieren zu können. Ansonsten bekommen Ihre Anzeigen unter Umständen keinerlei Ad-Impressions mehr, weil sie von anderen Werbetreibenden überboten werden.

## **7. Nutzen Sie die Google Ads Black Friday Extension und Facebook Overlays**

Die großen Werbenetzwerke haben den Black Friday Trend längst erkannt und bieten seit einiger Zeit spezielle Anzeigenerweiterungen für Werbetreibende an.

Bei Google Ads können Sie z.B. eine Angebotserweiterung für Ihre Aktion einrichten und als Anlass „Black Friday“ und „Cyber Monday“ auswählen. Indem Sie diese Erweiterung dann allen Ihren Kampagnen zuordnen, können Sie ohne viel Aufwand zusätzliche Aufmerksamkeit für Ihr Black Friday Angebot generieren.

Facebook bietet ebenfalls interessante Möglichkeiten für die Bewerbung Ihres Black Friday Angebots. Neben sogenannten „Offer Ads“, bei denen Sie Rabatte an Ihre Facebook-User verteilen können, sind vor allem „Overlays“ für Dynamic Product Ads ein spannendes neues Feature. Mit Dynamic Product Ads können Sie ohne viel Aufwand Ihren gesamten Produktkatalog auf Facebook bewerben. Am Black Friday können Sie ein spezielles Overlay einrichten und Ihre Rabattaktion so auf einen Schlag in allen relevanten Produktanzeigen einfügen. Wenn Sie z.B. einen Rabatt auf das gesamte Sortiment gewähren, fügen Sie einfach auf allen Dynamic Product Ads das Overlay „Black Friday Angebot: 20% auf alles!“ ein.

## **8. Starten Sie Follow-Up Kampagnen im Weihnachtsgeschäft**

Nutzen Sie Ihre am Black Friday befüllten Retargeting-Zielgruppen im Weihnachtsgeschäft erneut, um Interessenten doch noch zu Käufern zu machen. So können Sie User, die am Black Friday auf der Suche nach Schnäppchen waren in der Vorweihnachtszeit erneut ansprechen und Ihnen weitere Angebote unterbreiten. Beispielsweise in Form eines Adventskalenders mit täglich wechselnden Deals.

## **9. Denken Sie immer „mobile first“**

Als Betreiber eines Onlineshops sitzt man in der Regel viel an einem Desktop-Computer. Die User kommen aber größtenteils mit einem Smartphone auf Ihre Webseite. Schon heute haben Onlineshops in der Regel einen Anteil von 60% bis 70% an mobilen Besuchern. Deshalb sollten Sie bei keiner Ihrer Marketing-Maßnahmen vergessen an die mobile Benutzbarkeit zu denken.

## **10. Reichen Sie Ihr Angebot bei Black-Friday.de ein**

Auf Black-Friday.de werden sich auch in diesem Jahr wieder mehrere Millionen User über die in Deutschland stattfindenden Aktionen informieren. Händler und Shopbetreiber haben die Möglichkeit Ihr Angebot einzureichen und es so einem großen Publikum zu präsentieren. Informationen zur Einreichung und den Konditionen finden Sie hier: <https://www.black-friday.de/informationen-fuer-haendler>

---

Black Friday.de ist das erste Black Friday Portal für Deutschland. Hier finden Schnäppchenjäger seit 2012 alle Angebote deutscher Shops auf einen Blick. Über die Webseite, per Newsletter und auf den einschlägigen Social-Media-Seiten werden User laufend über die besten Angebote informiert und verpassen so keine Black Friday Aktion.

Pressekontakt:

Simon Gall - Black-Friday.de

Lothringer Str. 12

46045 Oberhausen

E-Mail: [info@black-friday.de](mailto:info@black-friday.de)

Tel.: (0208) 88 289 821

Web: [www.black-friday.de](http://www.black-friday.de)