



# Marketing za **Crni petak**



**Arbona**

[www.arbona.hr](http://www.arbona.hr)

# Sadržaj

---

## **Black Friday**

- Pripremite web stranicu za Black Friday
- Pripremite Google Ads kampanje
- Black Friday na društvenim mrežama
- E-mail marketing za Black Friday

# Black Friday? Zar već sada? Jesmo li poludjeli?

Vjerujte da nismo! Blagdani i sve popularniji Black Friday doći će prije nego što ćete trepnuti očima! Savršeno vrijeme za pomno planiranje online marketinških kampanja bilo je još - jučer!

Ako ćete predugo čekati (vjerojatno vam se to već znalo dogoditi), ovo najprofitabilnije razdoblje u godini provest ćete kao muha bez glave, vrludajući s jednog kraja na drugi, i čupati još ono malo kose što je ostalo na glavi zbog pretjeranog blagdanskog stresa.

Zato odlučite ove godine biti organiziraniji! Budite spremni iskoristiti povećani online promet i mentalni sklop potrošača koji je za vrijeme akcija i popusta sve samo ne zdravorazumski.

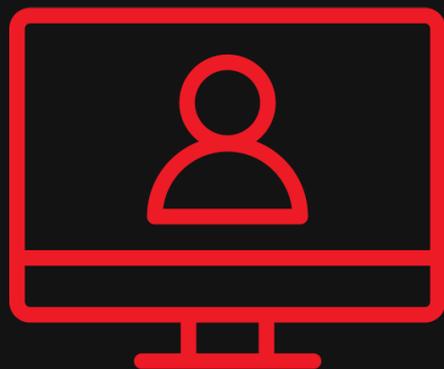
Pozdravite šoppingholičare koji se u svima nama vješto skrivaju tijekom cijele godine i koji upravo sada dolaze pod reflektore ludnice ekstremnih popusta!

→

Black Friday već se tradicionalno obilježava prvi petak nakon američkog Dana zahvalnosti, kao dan kada počinju velike rasprodaje. To je poseban dan u godini za sve Amerikance, petak na koji velika većina stanovništva obavlja prvu blagdansku kupnju jer na taj dan trgovine imaju izuzetno velike popuste.

Kako se trendovi šire svijetom, tako je Black Friday na velika vrata došao i u Hrvatsku! Već unatrag nekoliko godina, popuste za taj dan najavljuje sve veći broj brendova, trgovina i shopping centara, a neki su išli **toliko daleko da su taj dan produljili na pet dana** koji su nazvali, umjesto Black Friday, **Black Fiveday**.

Ukratko, Hrvati su poludjeli za Black Fridayom, tj. Crnim petkom i umjesto da se usredotoče na eBay i Amazon, oni **traže popuste u Hrvatskoj**. Da se od Crnog petka ne bi smračilo pred očima jedino vama, pravo je **vrijeme da se počnete pripremati za najluđi shopping dan u godini!**



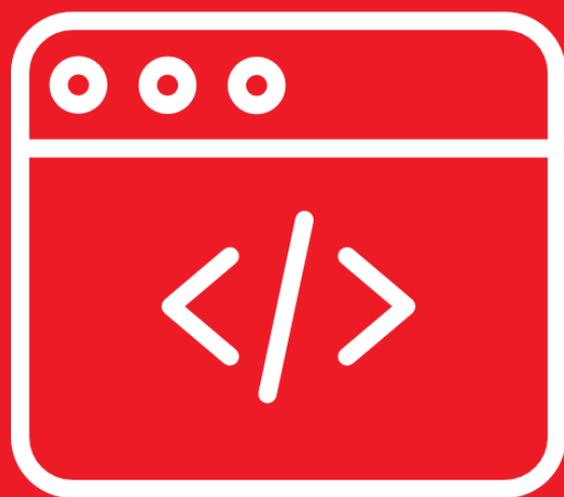
# Naučite digitalni marketing

Naučite postavljati Google Ads kampanje, kako postaviti i pratiti Facebook i Instagram oglase, kako raditi SEO, koristiti Google Analytics i još puno više u 7 tjedana Online akademije digitalnog marketinga!

[info@arbonsa.hr](mailto:info@arbonsa.hr)

+385 99 2087 404 [www.arbonsa.hr](http://www.arbonsa.hr)





Pripremite web  
stranicu za Black  
Friday



Black Friday je prilika da vaša web stranica ili web shop zasjaji u jednom od **najprometnijih shopping vikenda u godini**. Hrvatski trgovci i poduzetnici, poučeni prethodnim godinama, shvatili su da Black Friday postaje **jedan od najvećih, ako ne i najveći shopping dan u Hrvatskoj**.

Na sam Black Friday ostvaruju se **enormni prometi** u smislu i fizičke i online prodaje, pa se često web shopovi i web stranice zateknu usred prave noćne more rješavanja **problema koji je donio nagli online porast**.

Pa, evo najboljih savjeta kako od problema napraviti priliku i web stranicu pripremiti za Black Friday!

## 1 **Provjerite može li vaš web hosting poslužitelj podnijeti dodatni online promet**

Iako ova stavka nije toliko zabavna za odraditi kao što je recimo dizajnersko ušminkavanje web stranice/shopa, svejedno je važno provjeriti može li server podnijeti dodatni online promet. U slučaju da ne može, veliki su izgledi da ćete za Black Friday doživjeti veliki fijasko. Stranica će se srušiti, što znači da ćete izgubiti značajan online promet tijekom *down time-a*, a s njim i prihod.

Ono što je još važnije od jednokratnog gubitka prometa je moguća dugoročna šteta ugledu zbog koje se nitko više niti neće vraćati k vama. Zato je prvi zadatak pobrinuti se da vam se web stranica/shop ne ruši.

## **Pojednostavite checkout (proces naplate)**

## 2 Prođite kroz cijeli proces online plaćanja i uklonite sva nepotrebna polja koja bi mogla potencijalno usporiti vašu web stranicu ili zaustaviti korisnike da dovrše kupovinu.

Za početak, maknite obaveznu registraciju za izvršenje online kupnje. Pričamo o Crnom petku! O danu kada je sve u žurbi! Nitko ne voli trošiti vrijeme na ostavljanje svojih osobnih podataka, a i rijetko tko voli otkrivati osobne podatke, pogotovo kad se radi o kupnji miksera ili 10 pari bokserica na sniženju od 70%. Barem za Crni petak omogućite online posjetiteljima da kupuju kao gosti, kako biste ubrzali cijeli postupak naplate.

### 3 Optimizirajte vrijeme učitavanja web stranice

Ako će se vaša stranica učitavati **dulje od 3 sekunde**, možete se oprostiti od većine svojih posjetitelja. Nikome se ne da toliko dugo čekati! Idealno, vaše stranice bi se morale učitati unutar 2 sekunde ili manje.

Brzinski pregled rada svih stranica možete odraditi na besplatnim online alatima kao što je **Googleov PageSpeed Insights**, koji će vam također dati i prijedloge kako unaprijediti brzinu učitavanja svake od stranica na vašoj web lokaciji.

Nakon što saznate koje bi vam točno stranice mogle zadati potencijalne glavobolje, neka vaši programeri implementiraju preporuke koji će biti barem kratkoročno rješenje. Naravno, nakon što prođe strka oko Crnog petka, svakako detaljno i kvalitetno poradite na svom webu!

Neki od primjera takvih preporuka su **smanjivanje količine vizuala na stranici** i općenito dimenzija slika - prevelike slike mogu bespotrebno usporiti učitavanje stranice. Naravno, pripazite da slike nisu premale i pikselizirane.

Opet, sada je važno da se pokažete u najboljem svjetlu samo ovaj vikend, a za dugoročno pozitivne rezultate očekujemo da se malo više potrudite jer prvi dojam nije sve. Važno je **zadržati prvi pozitivan dojam** te **nastaviti u dobrom smjeru**, ostvarujući dobre rezultate.



# Prestanite se tražiti na Googleu!

Javite nam se za izradu analize  
vaše marketinške strategije!

[info@arbona.hr](mailto:info@arbona.hr)

+385 99 2087 404 [www.arbona.hr](http://www.arbona.hr)



## 4 Povećajte interes online publike dodavanjem ranih teasera na web stranicu

Potrudite se da online posjetitelji unaprijed znaju kako planirate ponuditi nevjerojatne ponude za Black Friday! Neka budu toliko nevjerojatne da ih **potaknu da se tijekom Crnog vikenda vrate** na vaše web stranice.

Iako svoje Black Friday ponude možete promovirati newsletterom, društvenim mrežama ili plaćenim oglasima, isto tako ih možete (i morali biste), **promovirati na vlastitom webu**.

Na primjer, dodajte na **početnu stranicu poziv na akciju** koji potiče posjetitelje da se prijave na primanje obavijesti o nadolazećim aktualnim ponudama za Black Friday. Isto tako, dizajneri vam mogu izraditi i **glavni banner za početnu stranicu** koji najavljuje veliku rasprodaju ili možete integrirati widget koji odbrojava minute/sate/dane do velikog dana.

Uz sve to, nešto prije samog Crnog petka, omogućite online posjetiteljima **dodavanje omiljenih proizvoda na listu želja** koju će dobiti na mail s obavijesti jesu li neki od tih proizvoda na sniženju.

Skrećući pozornost online posjetiteljima na činjenicu da **pripremate odlične akcijske ponude** i usporedno ih time **potičući na rano sudjelovanje** (e-mailom ili listom želja), stvarate osjećaj iščekivanja. Tako dodatno potičete potencijalne kupce da za vrijeme Crnog petka posjete vašu web stranicu.

## 5 Dajte svojoj web stranici blagdanski ugođaj

Iako sâm Crni petak nema svoj specifičan dizajn osim akcijskih cijena najčešće zapisanih na crvenoj pozadini, uljepšavanje web stranice za ovaj nadolazeći vikend moglo bi vašim klijentima **pružiti osjećaj da je sezona lova na popuste službeno počela.**

Najveća promjena koju možete napraviti jest da sve pozadinske vizuale zamijenite tematikom Crnog petka. No, postoje manji i jednostavniji načini za dodavanje veselja na vašu stranicu.

Na primjer, na početnu stranicu dodajte vodič za kupnju ili banner s tematikom Crnog petka. Čak možete uljepšati i cijeli checkout proces kako biste dodali još malo akcijskog ugođaja na web stranicu.

Ako mislite da ćete tim uljepšavanjem stvoriti još više prilika za prodaju, onda možete izraditi i posebnu landing stranicu koja će pozivati online korisnike na Black Friday kupnju kod vas.



# Google Ads kampanje



Black Friday je poseban dan za PPC kampanje. Općenito govoreći, postavljanje novih Google Ads kampanja izgleda otprilike ovako:

postavimo novu Google Ads kampanju, nekoliko grupa oglasa i unutar svake grupe tri različita oglasa. Ostavimo ih neko vrijeme da odrade svoje i prema dobivenim rezultatima nastavljamo ih oblikovati do savršenstva. To može potrajati mjesecima!

Black Friday je ipak drugačiji. Imate svega 24 ili 72 sata (ovisno o tome kako gledate na Black Friday...) tijekom kojih morate iskoristiti sva svoja znanja i adute. Pogrešan oglas, pogrešan CTA, pogrešna ponuda i pogrešne postavke mogu uništiti ama baš sve.

Bez obzira na vašu strategiju, naši će vam savjeti sigurno pomoći da povećate potencijal svojih Google Ads kampanja. Reći ćemo vam što biste točno morali učiniti kako bi pravilno prilagodili svoje bidove (licitacije), proračun, display oglase, remarketing, i strategiju ključnih riječi.

## 1 Stavite sve karte na stol i dobro razmislite

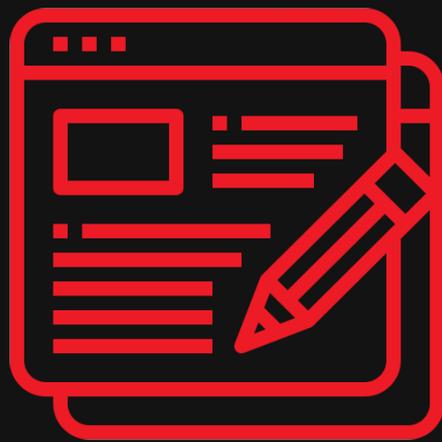
Kako biste se pripremili za Black Friday, bitno je odrediti **koje ćete promocije pokrenuti**. Vjerojatno zvuči kao potpuno početnički savjet, no definiranje promocija prvi je i najvažniji korak koji će imati i najveću ulogu u ostalim odlukama.

Prije svega definirajte:

- što ćete nuditi
- hoćete li imati dovoljno zaliha

Ako nemate dovoljno zaliha na skladištu, tada razmislite o manje agresivnoj strategiji licitiranja za ključne riječi, ili jednostavno pokrenite Search oglase - što vam bolje odgovara.

Ako niste sigurni hoćete li imati dovoljno zaliha za određenu promociju, pobrinite se da imate plan B, odnosno rezervnu ponudu za općenitije ključne riječi.



# Želite digitalni sadržaj koji osvaja?

Content marketing vam donosi povećanje web prometa, veći autoritet domene, bolji odnos s kupcima i veći ROI u odnosu na tradicionalne marketinške tehnike. Želite ispričati vašu priču? Obratite nam se.

[info@arbona.hr](mailto:info@arbona.hr)

+385 99 2087 404 [www.arbona.hr](http://www.arbona.hr)



## 2 Dobro proučite prošlogodišnje reklame

Ključ svega jest da se ne pretvarate da je Black Friday svake godine drugačiji i poseban. Unatoč tome što ste promijenili izgled odredišnih stranica (landing page stranica) ili ste samo malo promijenili početnu stranicu i online sadržaj, uvijek možete nešto naučiti na temelju prethodnih izvedbi PPC kampanja.

Na primjer:

- Što ste naučili od oglasa koje ste pokrenuli prošle godine? Je li neka poruka prolazila bolje od drugih?
- Jesu li oglasi koji opisuju prednosti/značajke proizvoda bili uspješniji od oglasa sa istaknutom cijenom, besplatnom dostavom i drugim specifičnim informacijama?
- Koji je iznos licitacije bio potreban za prvo mjesto?
- Jeste li s nekim ključnim riječima ili kategorijama proizvoda imali velikih poteškoća u oglašavanju?
- Za koliko ste morali povećati postojeći budžet?
- Je li display remarketing kampanja bila uspješna ili ste poželjeli da je nikad niste ni pokrenuli?
- Što se dogodilo s danima nakon Black Fridaya? Za koliko ste morali smanjiti iznos licitacija kako biste izbjegli novčani gubitak?

Proučite što se točno dogodilo prošle godine ili u odnos stavite nekoliko prethodnih godina i donesite najbolji zaključak kako bi iz ove godine izvukli ono najbolje.

### 3 Odredite pravila

Razmislite o sljedećem scenariju. Očekujete da ćete potrošiti 5.000€ i ostvariti ROAS od 800% (ciljani povrat u oglašavanje).

#### Primjer ROAS-a

U jednom mjesecu poduzeće potroši 2.000€ na Google Ads kampanju. U tom mjesecu profit iznosi 10.000€.

U tom je slučaju ROAS 5:1 (ili 500%) jer je  $10.000\text{€}/2.000\text{€} = 5\text{€}$ . Za svaki uloženi euro u oglašavanje dobili ste 5€ u profitu.

Međutim, na sam Black Friday **do 14:00h potrošili ste svih 5.000€** i ostvarili ROAS od 1.100%. Što radite?

Većina bi rekla: **POVEĆAJ PRORAČUN.**

Ali koliko? Koliki si dodatni iznos smijete priuštiti? Koliko je proizvoda ostalo u zalihama?

A što ako je ROAS 700%? Morate li i dalje povećati proračun?

Ako nemate dovoljno proizvoda u zalihama, imate li plan B?

Postavljena pravila za ovaj vikend mogu biti jako korisna u takvim trenucima. Možda mislite da su svi ovi primjeri scenarij iz snova, no što ako se istog dana vaša web stranica raspadne? Ili se uspori njezino vrijeme učitavanja? Ovdje ima mnogo "što ako" situacija na koje nećete moći dobiti odgovor u pravo vrijeme ako se unaprijed ne pripremite.

## 4 Povećajte budžet

Među najvažnijim je savjetima i onaj da za Black Friday povećati proračun za PPC kampanje. Tijekom Black Fridaya, pretraživanja za određene proizvode se povećaju i do 10 puta!

I ne, nemojte misliti da će “standard delivery” postavka na Search oglase riješiti problem. Ova postavka ne radi na Black Friday jer ona funkcionira na temelju povijesnih podataka i ne može vam pomoći s povećanim online prometom na taj dan.

## 5 Kako napisati Search oglase?

Pisanje oglasa za Black Friday slično je pisanju oglasa za promocije tijekom cijele godine. Budite sigurni da su oglasi koje pišete relevantni s obzirom na vašu ponudu i iskoristite što više oglasnog prostora koji vam Google daje.

Postoji nekoliko specifičnih faktora koje morate uzeti u obzir za vrijeme trajanja Black Fridaya.

**SVAKAKO** dodajte proširenje na oglase (Promotion Extension).

Dodatna linija teksta zaista može pomoći da se vaš oglas istakne među konkurentskim oglasima. Uz to, ako proširenjem dodatno naglašavate akciju za Black Friday, to će stvoriti osjećaj hitnosti kod online korisnika.

Samo zapamtite da će se proširenja na oglase prikazivati samo ako vaša pozicija i ocjena kvalitete oglasa zadovoljava Google tako da se nemojte oslanjati samo na proširenja kako biste istaknuli ponudu.

## SVAKAKO dodajte Black Friday ponudu u sve oglase

Oglas · brand.hr › black-friday

### Brand tenisice - Prave tenisice stvaraju pravila igre

Svakim korakom pronađite novu moć. Igrajte bolje, osjećajte se bolje, budite bolji.

Tenisice Patike za trčanje Akcija

---

 BLACK FRIDAY! 30% popusta  
Kod BLACK30 - od 26.11. do 30.11.

 Nazovite Tel: +385 99 208 7404

 Horvatova 82, 10 000 Zagreb

Oglas · brand.hr › black-friday

### Brand tenisice - Black Friday akcija - Prave tenisice stvaraju pravila igre

Svakim korakom pronađite novu moć. Igrajte bolje, osjećajte se bolje, budite bolji.

Tenisice Patike za trčanje Akcija

---

 BLACK FRIDAY! 30% popusta  
Kod BLACK30 - od 26.11. do 30.11.

 Nazovite Tel: +385 99 208 7404

 Horvatova 82, 10 000 Zagreb

Jedan od najstarijih savjeta koji sigurno djeluju jest da u jedan od naslova (imamo ih 3) uključite i “Black Friday akcija!” ili “Black Friday posebna ponuda!”

Za što veći CTR, bolju stopu konverzije i ROI, preporučujemo da ipak potrošite malo više vremena kako bi stvorili oglase koji promoviraju najvažnije proizvode ili usluge. Zapamtite da je na Black Friday internet prepun potencijalnih kupaca i da će se trud koji uložite u pisanje boljih oglasa isplatiti više od bilo kojeg drugog doba godine (osim Božića).



# Naciljajmo vašu ciljanu publiku!

Javite nam se za pomoć oko Google Ads kampanje  
povodom Crnog petka!

[info@arbons.hr](mailto:info@arbons.hr)

+385 99 2087 404 [www.arbons.hr](http://www.arbons.hr)



## PREPORUKA

### U search oglase dodajte odbrojanje

Odbrojanje vremena osobito je **učinkovito za Black Friday i Božić**. Ovim widgetom zapravo obavještavate korisnike o rasprodaji ili posebnim događajima tako da u sam tekst oglasa dodate odbrojanje.

Na sam Black Friday razmislite o dodavanju promocije koja će vrijediti samo jedan dan i **podijelite je na dva dijela**: jednu koja će **završavati točno u podne s 43% popusta** i drugu koja će završiti **u ponoć s 40% popusta**. Što ćete svojim oglasima potaknuti veći osjećaj hitnosti, to bolje.

Naime, dokazano je da što se više bliži kraj trajanja akcije to je veća stopa konverzije.

## PREPORUKA

### Razmislite o izmjeni sitelinkova

Sitelinkovi obično nisu preveliko područje interesa kada je u pitanju pisanje oglasa. Na njihovo stvaranje obično potrošimo nekoliko minuta i to je to.

No za Black Friday bi se mogli potruditi malo više. Jedna je od preporuka da stvorite sitelinkove koji će voditi na određene proizvode koji se nalaze u akcijskoj ponudi.

Na primjer, pokrećete uobičajenu kampanju za najnovije modele mobilnih uređaja. Sitelinkovi bi išli nekako ovako:

- najpopularniji mobiteli
- najnoviji modeli mobitela
- veliki izbor mobilnih uređaja
- Samsung Galaxy, iPhone, Nokia
- ...

Za Black Friday razmislite o sitelinkovima koji će dodatno istaknuti vašu super odličnu ponudu:

- izdvojeni brandovi: 30% popusta
- 40% popusta na sve dodatke za mobitel
- Samsung modeli: sada 20% popusta
- Black Friday: kupi mobitel, gratis garancija
- ...

Pravi razlog zašto sve to savjetujemo jest da tijekom Black Fridaya imate **veće izgleda uvjeriti potrošače da nešto kupe od vas.**

Što su **sitelinkovi općenitiji to bolje.** Ne morate izdvajati brandove mobitela jer će malo tko točno znati što želi.

Samo zato što netko želi crni iPhone 7, ne znači da ne može biti zainteresiran za bijeli iPhone 8 ako pronađe odličnu ponudu.

## 6 Display oglasi za Black Friday

Kada se radi o Display oglasima, većina tvrtki vodi dinamički remarketing koji za vrijeme Black Fridaya, nažalost, neće funkcionirati. Generičke poruke ne mogu se boriti protiv cijelog tog digitalnog šuma.

Savjetujemo vam da dan prije Black Fridaya stvorite novu listu publike koja ne uključuje prethodne posjetitelje. Tako možete postaviti veće licitacije i agresivniju ponudu za one koji su dan prije i na sam Black Friday posjetili vašu web stranicu.

### KRATKI SAVJET

Nakon Black Fridaya smanjite CPC - trošak po kliku jer će većina korisnika već kupiti ono što im je bilo potrebno ili jednostavno nisu bili zainteresirani za vas.

## 7 Strategija ključnih riječi: promijeniti ili ne?

Ključne bi riječi za Black Friday **više-manje morale ostati iste**. Jedino što biste morali **dodati jesu ključne riječi za proizvode** koje ćete nuditi u Black Friday promociji.

Isto tako, pametan je potez **oglašavanje na ključne pojmove**:

**CRNI PETAK +**  
KLJUČNA RIJEČ

**BLACK FRIDAY +**  
KLJUČNA RIJEČ

Recimo da se natječete za ključnu riječ “prodaja rabljenih mobitela” i zadovoljni ste kako stojite u rezultatima pretraživanja. Za Black Friday možda će to biti potpuno druga priča i vaša će **odlična ponuda s drugog mjesta doći na tek šesto**. I upravo u ovom slučaju će vam kombinacija ključne riječi s Black Friday pomoći.

Toplo preporučujemo da se **ne natječete za ključnu riječ Black Friday ili Crni petak jer je ipak previše općenita**.

## 8 Što raditi nakon Black Fridaya?

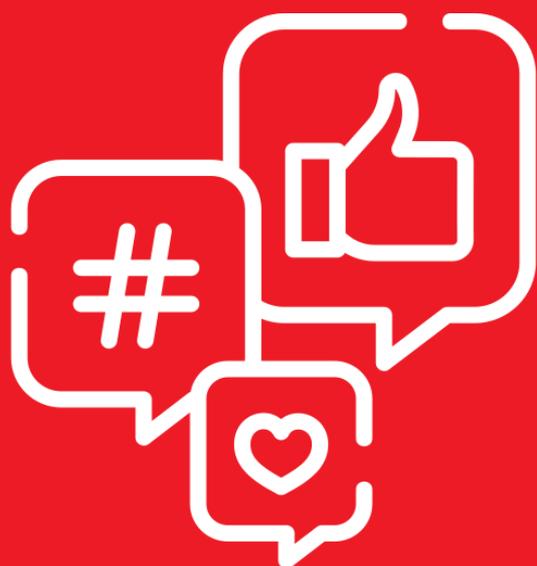
Nakon što prava shopping ludnica prođe, pobrinite se da:

- vratite stare licitacije (maksimalne troškove po kliku)
- pauzirate oglase za Black Friday
- ponovno omogućite redovne oglase
- napravite kratki izvještaj

Opustite se uz čašu vina i uživajte u svim narudžbama koje ste zaprimili, zaslužili ste!

### KRATKI SAVJET

Kada radite mjesečni ili godišnji izvještaj, nemojte uzimati u obzir Black Friday. Budući da Black Friday nije uobičajen dan i nije dio online marketinških strategija, bez njega ćete dobiti točnije podatke uspješnosti svojih kampanja na godišnjoj razini.



# Black Friday na društvenim mrežama



Gdje se nalazi vaša ciljana publika? Odgovor je - na društvenim mrežama! Svi su tamo! I tinejdžeri i njihovi roditelji, pa i njihove bake i djedovi!

Iako ćete voditi Google Ads kampanje, preporučujemo vam da svoje promocije proširite i na društvene mreže. Jedan je od razloga što tamo svi zalaze po nekoliko puta dnevno, a drugi je taj što su svi poludjeli za kupnjom preko mobitela!

Naime, zbog globalnog povećanja upotrebe pametnih telefona povećao se i broj mobilnih plaćanja. Ovaj trend neprestano raste, te se predviđa da gotovo 93% svjetske populacije koristi određene internetske usluge putem mobilnih uređaja.

Evo nekoliko smjernica za promociju na društvenim mrežama. :)

## 1 **Usredotočite se na najprofitabilnije društvene mreže**

Društvene mreže već su sigurno dio vaših marketinških kampanja, a znate i da **različite društvene mreže različito funkcioniraju**. Koliko je koja društvena mreža dobra i korisna za vaše poslovanje ovisi o vašoj **branši, vašim ciljanim korisnicima i o vašim ciljevima**.

Tako je, na primjer, **Instagram** bolji izbor za one koji žele privući **mlađu publiku**, dok je **Facebook** odličan izbor za nešto **zreliju publiku** (od otprilike 35 godina na dalje).

Ako želite da vaša Black Friday promocija bude što efikasnija, morate svoje napore **usmjeriti na platforme koje najbolje odgovaraju vašem poslovanju**.

To je osobito važno kada u malo vremena morate birati između više društvenih mreža. Ako Instagram najbolje funkcionira za vaše poslovanje, sve napore usmjerite na Instagram. Ako je riječ o Facebooku, tada krenite na Facebook. U slučaju da se vaša ciljana publika nalazi na više platformi i sve su podjednako uspješne, nema vam druge osim da ih sve napadnete akcijskim ponudama.

## 2 Uredite poslovne profile na društvenim mrežama

Tijekom planiranja marketinške strategije na društvenim mrežama uvijek je dobro početi s vašim poslovnim profilima. Pobrinite se da profilne slike, banneri, tekst biografije, opis profila i linkovi oglašavaju vašu Black Friday ponudu.

Evo nekoliko ideja:

- **Cover fotografije** prvo su što posjetitelji vide na vašem profilu. Izradite cover fotografiju koja će promovirati vašu Black Friday promociju
- **Promijenite CTA gumb** (poziv na akciju) i izravno ga povežite na određenu stranicu za Black Friday

## 3 Uredite poslovne profile na društvenim mrežama

Danas se sve češće i češće koriste **Ad blockeri** (proširenja preglednika koja služe za blokiranje reklama).

S obzirom na to da većina internet preglednika ima mogućnost blokiranja reklama, dobra je vijest da su **društvene mreže** poput Facebooka i Instagrama uglavnom **imune na blokiranje oglasa**.

Još je bolja vijest da korisnici mobilnih uređaja sve više pristupaju online sadržaju korištenjem aplikacija kao što su Facebook i Instagram pa su društvene mreže **sjajno mjesto za ulaganje u oglašavanje**.

Tamo vaše oglase neće nitko blokirati. :)

## 4 **Ponudite besplatnu ili barem sniženu cijenu dostave**

Jedan od najvećih razloga zašto online korisnici izbjegavaju online kupnju jesu veliki troškovi dostave. Ako se nadate povećanom profitu, morali biste ukloniti ovu "kočnicu".

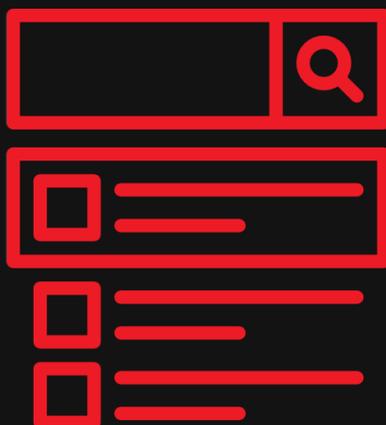
Ponudite kupcima besplatnu dostavu na ograničeno vrijeme ili nakon što potroše određeni novčani iznos.

Ne samo da će ova ponuda potaknuti online korisnike na kupovinu, već će ih potaknuti i da potroše određeni minimalni iznos.

Ako besplatna dostava ne dolazi u obzir, na društvenim mrežama uvijek možete ponuditi popust kôd ili kupon.

Proučite stopu napuštanja košarice (omjer napuštenih košarica i dovršenih transakcija), te izračunajte prosječni iznos za koji se potencijalni kupci ipak odluče otići praznih ruku. Tako možete okvirno odrediti koliki ćete popust ponuditi kupcima tijekom Black Fridaya.

Pobrinite se da promovirate sniženu cijenu dostave na svim društvenim mrežama.



# Budite tamo gdje vas svi očekuju

Naš je glavni zadatak pratiti promjene i biti u korak sa svim novostima i mogućnostima najboljima za vas i vaše poslovanje.

[info@arbona.hr](mailto:info@arbona.hr)

+385 99 2087 404 [www.arbona.hr](http://www.arbona.hr)



## 5 **Kreirajte Facebook event**

Bilo da se radi o posebnim ponudama i akcijama u fizičkoj ili online trgovini, kreiranje Facebook eventa i pozivanje fanova na sudjelovanje iznimno je važno za širenje vaše Black Friday promocije.

U eventu svakodnevno podsjećajte fanove o nadolazećoj akciji, opskrbite ih dodatnim informacijama i stvorite uzbuđenje oko cijelog Black Fridaya. Nemojte zaboraviti potaknuti sve pozvane Facebook fanove da u event pozovu i svoje prijatelje. Tako ćete proširiti glas o promociji i široj publici.



# Jeste li društveni? Ili sve držite samo za sebe?

Vrijeme je da se otvorite!

Iskoristite Facebook i Instagram kako bi saznali za vaše  
super popuste povodom Crnog petka.

[info@arbona.hr](mailto:info@arbona.hr)

+385 99 2087 404 [www.arbona.hr](http://www.arbona.hr)



## 6 Stvorite osjećaj hitnosti

Većina kupaca za Black Friday ima prirodni osjećaj žurnosti. Znaju da vrijeme leti i da moraju što brže doći do najboljih ponuda.

Kako biste dodatno naglasili hitnost, u kampanje na društvenim mrežama ubacite jedan dio popularnih FOMO izraza (Fear of Missing Out - strah od propuštanja).

Jednostavan, ali svakako učinkovit način jest upotrebljavanje pojmova vezanih uz nedostatak vremena. Riječi kao što su "danas" ili "sada" potiču korisnike na razmišljanje da je nešto ograničeno i da odmah moraju poduzeti akciju.

Evo još nekoliko primjera FOMO izraza:

- požurite
- samo danas
- ne propustite
- ograničen broj
- vremenski ograničena ponuda

### KRATKI SAVJET

Nemojte pretjerati jer će potencijalni kupci postati imuni na vaše promocije. Umjerenost je ključ svega. Testirajte nekoliko poziva na radnju i saznajte što najbolje funkcionira.

## 7 Hashtagovi su zlata vrijedni

Prije samog oglašavanja na društvenim mrežama, uložite nešto vremena u istraživanje hashtagova. Uz svoje uobičajene hashtagove morali biste dodati i hashtagove kao što su:

- BlackFriday
- CrniPetak
- popusti
- akcije
- CrniPetakAkcija

Tako ćete **dosegnuti** i korisnike koji su usredotočeni na traženje posebnih ponuda.

Korištenje ovih hashtagova funkcionira **odlično za svakodnevne proizvode** kao što su moda, kućni dekor i elektronika.

Instagram Live savršen je način da svima **otkrijete što se sve nalazi u vašoj posebnoj ponudi** za Black Friday.

Osim što možete otkriti cjelokupnu ponudu, još je bolja taktika istaknuti posebnu ponudu koja **traje svega 60 minuta iliti traje sve do kada traje vaš Live video.**

Instagram Live daje element ekskluzivnosti koji može **potaknuti pratitelje da djeluju odmah.** Ako će vas kontaktirati tek sutra, **bit će prekasno!**

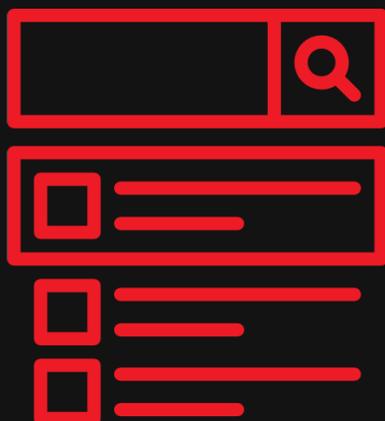


# E-mail marketing za Black Friday



Black Friday promocija ne staje na plaćenom oglašavanju i na društvenim mrežama. U marketinšku strategiju svakako morate uključiti i e-mail marketing koji u smislu povećanja profita može biti mnogo uspješniji od ostalih kanala.

Ključ uspjeha za Black Friday jest u pripremi strategije na vrijeme, u stvaranju osjećaja iščekivanja kod potrošača i u usmjeravanju primatelja e-maila prema odredišnim stranicama koje će ih pretvoriti u vaše klijente ili kupce.



# Želite biti na samom vrhu Googlea?

Onda je vrijeme da postavite svoj oglas na Google već danas!

[info@arbona.hr](mailto:info@arbona.hr)

+385 99 2087 404 [www.arbona.hr](http://www.arbona.hr)



## 1 E-mail lista - imate li je?

Kada je u pitanju e-mail marketing, postoje dva pristupa.

### **Ako nemate e-mailing listu**

Obratite se svim svojim bivšim klijentima i kupcima te im ponudite posebni VIP popust kôd kojim ostvaruju uštedu u slučaju da nešto odluče kupiti.

Budući da su već prije poslovali s vama, vrlo je vjerojatno da će ponovno ponoviti kupnju. Ako su izvršili kupnju u proteklih 30 dana, još ćete im biti u mislima, pa biste ih svakako morali uključiti u svoju posebnu ponudu.

Isto tako, ako nemate e-mailing listu, bilo bi odlično da je pokušate napuniti prije Black Fridaya. To možete vrlo lako postići nudeći posebne ponude i popuste za sve nove newsletter pretplatnike.

### **Ako imate e-mailing listu**

Najavite potencijalnim kupcima posebnu ponudu za Black Friday.

Ako promovirate određene proizvode, u vizuale proizvoda uključite naziv i poveznicu koja će pretplatnike direktno voditi na određene stranice.

Kako biste pretplatnike privukli da kliknu na vaš newsletter, u naslovu e-maila obavezno istaknite koliki popust nudite.

## 2 Nekoliko primjera e-mailova koje možete slati

### **OBAVIJEST O POSEBNOJ PONUDI ZA BLACK FRIDAY**

**Naslov e-maila:** Black Friday! 40% popusta na sve!

**Zašto funkcionira:** Ovaj e-mail jasno objavljuje posebnu ponudu i poziv je na akciju. Ponekad je jednostavan pristup i najbolji način za uspješnu e-mail kampanju.

**Kako ga implementirati:** Iskoristite jednostavan pristup najavama o Black Friday posebnim ponudama. Odaberite jasnu prodajnu temu, uključite poziv na akciju koji će potencijalne kupce direktno voditi na odredišnu stranicu s popustima.

### **POSEBNA PONUDA PRIJE SAMOG BLACK FRIDAYA**

**Naslov e-maila:** Ne čekajte do sutra! Zgrabite 40% popusta već sada!

**Zašto funkcionira:** ovaj e-mail jasno objavljuje posebnu ponudu i poziv je na akciju. Ponekad je jednostavan pristup i najbolji način za uspješnu e-mail kampanju.

**Kako ga implementirati:** iskoristite jednostavan pristup najavama o Black Friday posebnim ponudama. Odaberite jasnu prodajnu temu, uključite poziv na akciju koji će potencijalne kupce direktno voditi na odredišnu stranicu s popustima.

## **UZ KUPNJU DOBIVATE POKLON!**

**Naslov e-maila:** Black Friday + gratis poklon

**Zašto funkcionira:** Gratis poklon daje priliku za povećanje prosječne vrijednosti narudžbe. Ponuda poklona odličan je način kako potaknuti korisnike da potroše više na Black Friday.

**Kako ga implementirati:** Ako ne možete dijeliti popuste i snižavati cijene, na ovaj način svejedno možete sudjelovati u Black Fridayu.

Black Friday odličan je razlog da se obratite postojećim korisnicima i kupcima i da im pošaljete bilo koju ponudu. Ako ne možete sniziti cijene, razmislite o ponudi poklona s minimalnim iznosom kupnje. E-mail neka bude što jednostavniji i ne komplicirajte s ponudom.

## **POSLJEDNJA PRILIKA DA ISKORISTITE POSEBNU PONUDU**

**Naslov e-maila:** PRODULJENO! 40% popusta na sve!

**Zašto funkcionira:** Nažalost, neće svi moći na vrijeme provjeriti vašu Black Friday ponudu. Produljenje posebne ponude (i mogućnost popusta nakon što su konkurenti završili sa svojim) daje korisnicima još jednu priliku za kupnju.

Ovaj je e-mail također učinkovit jer je neočekivan.

Ako ste dosljedno upozoravali pretplatnike o završetku posebne ponude i zadnje ste je sekunde odlučili produljiti, ne sumnjamo da će se vaš e-mail istaknuti među ostalim e-mailovima u online pretincu pošte vaših pretplatnika.

**Kako ga implementirati:** neka dizajn e-maila učini svoje! Ubacite tri najvažnija elementa:

- trajanje produžetka posebne ponude (produljeno 48 sati!)
- koliki je popust (50% popusta)
- akcijski kôd (crnipetak50)



# Počnite slati newslettere!

Javite nam se za pomoć oko izrade posebne e-mail  
kampanje povodom Crnog petka!

[info@arbona.hr](mailto:info@arbona.hr)

+385 99 2087 404 [www.arbona.hr](http://www.arbona.hr)



## E-MAIL ZASTRAŠIVANJA - NAJAVITE NESTAŠICU!

**Naslov e-maila:** Gotovo sve je rasprodano! Black Friday cijene + besplatna dostava još nekoliko sati

**Zašto funkcionira:** Svojim kupcima i klijentima dajete obavijest o svojem stanju na Black Friday. Koristite li elemente oskudice: "Pokrenite se", "Gotovo da je nestalo", "Vrijeme ističe", stvorit će osjećaj hitnosti. Čak i sam naslov e-maila potiče na hitnost - "Gotovo rasprodano":

**Kako ga implementirati:** Stvorite hitnost i e-mail marketingom podsjetite svoje kupce i klijente da će posebna ponuda uskoro završiti. A i naravno, kada se vaši proizvodi prodaju kao ludi, odlično je obavijestiti postojeće kupce i klijente o tome. :)



# E-mail marketing još uvijek nije mrtav!

E-mail marketing i dalje donosi mjerljive i dugoročne rezultate, kao i odličan ROI!

[info@arbona.hr](mailto:info@arbona.hr)

+385 99 2087 404 [www.arbona.hr](http://www.arbona.hr)





# Postanite vizualni! Budite u trendu!

Danas je na Instagramu aktivno skoro milijun korisnika u Hrvatskoj. Obratite nam se za besplatno savjetovanje i procjenu budžeta Instagram oglašavanja.

[info@arbonsa.hr](mailto:info@arbonsa.hr)

+385 99 2087 404 [www.arbonsa.hr](http://www.arbonsa.hr)



Što se tiče e-mail marketinga, savjetujemo da odvojite vrijeme kako biste saznali što je stvarno važno za vaše poslovanje. Ako je vaša mailing lista premalena, počnite je puniti što prije kako biste iskoristili što više od Black Fridaya. To ne mora biti gigantska mailing lista, no što je ona veća, to bolje.

Nadamo se da smo vam dali korisne savjete za vođenje marketinških kampanja za Black Friday.

Zapamtite, Black Friday mnogima ne traje samo jedan dan, već sve do ponedjeljka kada nastupa Cyber Monday! Iako u Hrvatskoj (još) ne obilježavamo Cyber Monday, mnoge će hrvatske tvrtke svoje posebne ponude nuditi sve do ponedjeljka pa razmislite da im se pridružite. :)



# Crni petak je blizu, javite se Arboni i izbjegnite krizu!

Znamo kako izvući najbolje iz kampanje za Crni petak.

[info@arbona.hr](mailto:info@arbona.hr)

+385 99 2087 404 [www.arbona.hr](http://www.arbona.hr)



# Arbona



500

Technology Fast 500  
2019 EMEA

Arbona je specijalizirana digitalna agencija te **certificirani Google Premier partner, Google Analytics partner, Microsoft Bing partner te MailChimp experts.**

Glavna nam je zadaća pomoći vam kod rasta vaše online prisutnosti kroz digitalni marketing.

**Kroz kvalitetno isplaniranu strategiju** želimo doći do svakog vašeg kupca te se s njim povezati.

Pokreće nas strast za izgradnjom vašeg brenda u online svijetu. U nama možete pronaći kvalitetnog partnera za uspješno poslovanje koje će kontinuirano davati vjetar u leđa vašem poslovanju!

Arbona je uvrštena u 500 najbrže rastućih tehnoloških tvrtki na području Europe, Srednjeg Istoka i Afrike!



# Reference





# Reference



# Arbona

[www.arbona.hr](http://www.arbona.hr)

## ZAGREB

Horvatova 82,  
Tel: +385 1 6465 753

## VARAŽDIN

Zagrebačka 89,  
Tel: +385 42 410 770

## RIJEKA

Zagrad, prolaz M.K. Kozulić 1  
Tel: +385 99 208 7404

## BEOGRAD

Blvd Mihaila Pupina 6  
Tel: +381 66 802 0558

