



BLACK FRIDAY

ZO MAAK JE E-MAILCAMPAGNES
ROND BLACK FRIDAY SUCCESVOL



Waar komt Black Friday eigenlijk vandaan?

De dag na Thanksgiving wordt in de Verenigde Staten gekenmerkt als het begin van het 'shoppings-seizoen' waarin het Amerikaanse volk massaal begint met de kerstinkopen. Deze dag - die door de jaren heen de naam 'Black Friday' heeft gekregen - typeert zich als een tijd waarin veel bedrijven hoge (en vaak tijdelijke) kortingen aanbieden. Inmiddels is het evenement overgewaaid naar Nederland en wordt het ook hier groots gevierd met spectaculaire deals waar de consument warm van wordt. Echter profiteert niet alleen de consument van deze dag, maar halen ook bedrijven hier veel winst uit. Uit onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat er in 2018 72% meer betalingen zijn verricht tijdens Black Friday vergeleken met een ander weekend in oktober.

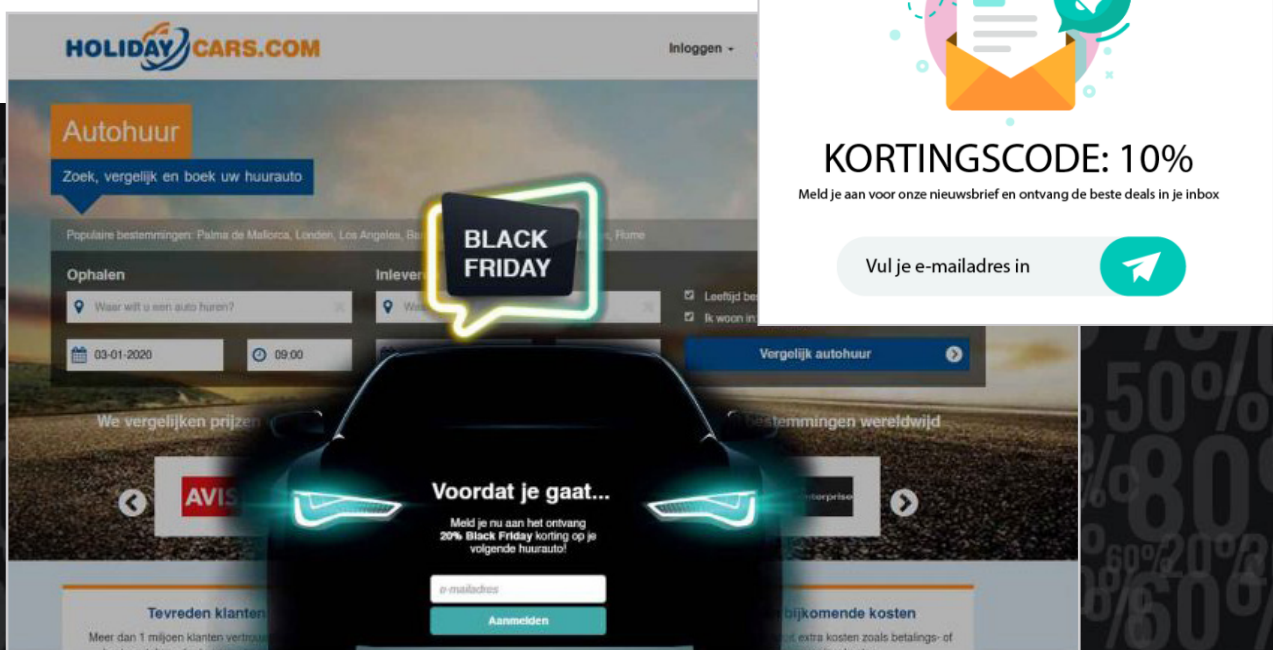
Met een effectieve e-mailcampagne kun je de omzet op Black Friday nog meer verhogen. Via e-mail kun je klanten namelijk op de hoogte brengen van je deals en hen aansporen om een aankoop te doen. Maar liefst een vijfde van de online verkopen rond grote feestdagen wordt gerealiseerd door e-mailmarketing. Helaas zijn er enkele valkuilen die een negatieve impact kunnen hebben op je campagne. In deze whitepaper vertellen we je meer over deze valkuilen en de meest effectieve strategieën voor je eigen Black Friday-campagne.

1. Investeer in je database

Je e-mailmarketing wordt uiteraard effectiever als je meer actieve ontvangers hebt in je database. We hebben daarom aantal tips om in aanloop naar de dag het aantal actieve ontvangers in je database zo groot mogelijk te maken.

- **Heractiveer je 'slapende' contacten.** November is een mooie maand om inactieve klanten te identificeren en te contacteren. Zo zijn ze hopelijk weer actief op tijd om je Black Friday mails te ontvangen.
- **Verwelkom nieuwe contacten.** Zoek naar nieuwe mogelijkheden op je website om meer nieuwsbriefontvangers verzamelen. Maak bijvoorbeeld gebruik van een gepersonaliseerd pop-upschermd of laat je call-to-action of inschrijfformulier nog meer opvallen, bijvoorbeeld met een nieuwe kleur. Ook kan het helpen om zelf het inschrijfproces voor je nieuwsbrief te doorlopen, zodat je verbeterpunten kunt identificeren.

P!marketing



Gepersonaliseerd pop-upschermd

2. Gebruik een passend thema

Een goede deal weggeven is belangrijk, maar het succes rondom die deal wordt ook bepaald door de manier waarop je deze onder de aandacht brengt. Alleen flinke kortingen weggeven is niet meer voldoende om de aandacht van je ontvangers te trekken. Je deals moeten ook relevant voor de ontvanger zijn. Uit onderzoek van Accenture blijkt dat 73% van de consumenten het liefst zaken doet met merken die rekening houden met hun persoonlijke voorkeuren.



TIP:

Breek met je huisstijl en maak een uniek Black Friday-thema. Houd de boodschap kort, maar krachtig en kondig deze aan via meerdere kanalen voor maximaal bereik

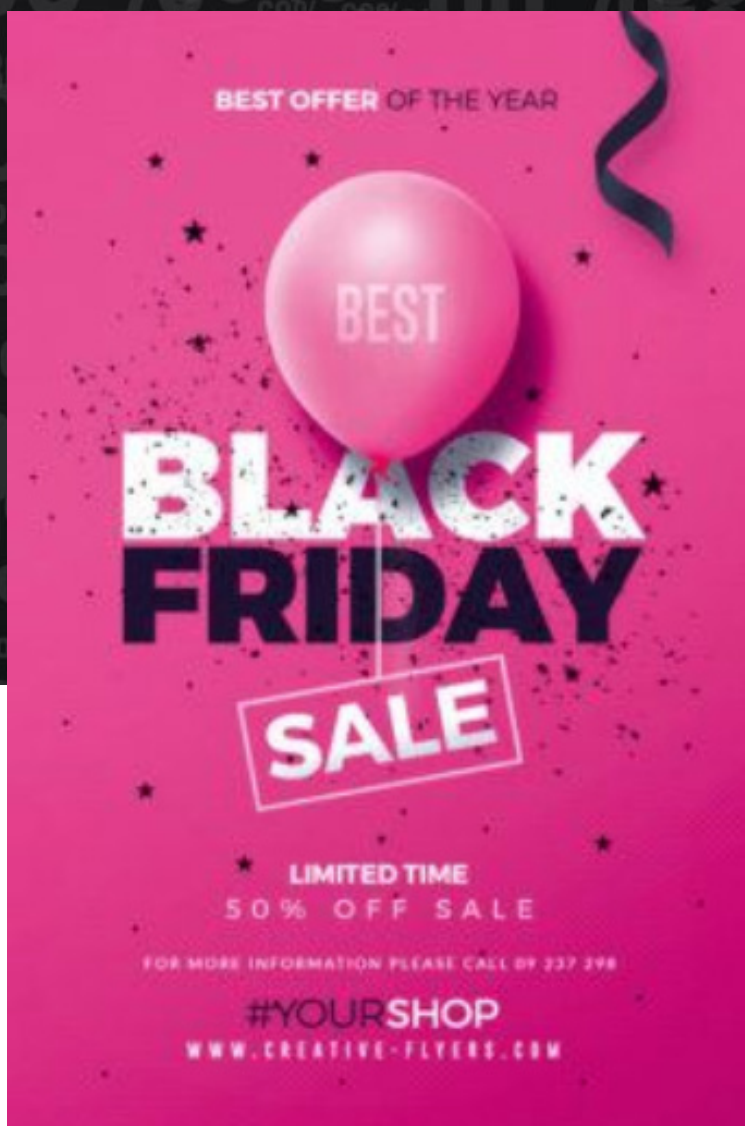


De meeste bedrijven hebben toegang tot genoeg data waarmee ze relevante deals kunnen identificeren. Gebruik hiervoor dus de klantdata die je al in je bezit hebt en wees origineel met het brengen van de deal. Een leuk voorbeeld: Een sieradenshop gebruikte het thema Black Pearl voor hun Black Friday-campagne. Dit thema is zowel een originele woordspeling op de benaming Black Friday als relevant voor het merk. Zorg dat de boodschap passend is en aansluit bij de *tone of voice*. Val op met je Black Friday-campagne door origineel te zijn en extra emotie mee te geven.



TIP:

Val op met je Black Friday-campagne door origineel te zijn en extra emotie mee te geven.



3.

Voorkom eenmalige communicatie rondom Black Friday

Veel bedrijven sturen tijdens speciale evenementen slechts een enkele e-mail. Dit kan voor problemen zorgen: je kunt er namelijk vanuit gaan dat de inbox van de consument uitpuilt tijdens Black Friday.

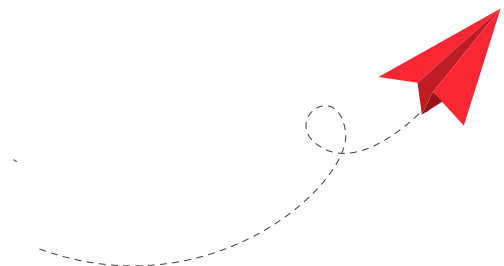


TIP:

Het segmenteren van de database is belangrijk als je wilt dat je Black Friday e-mailcampagne slaagt. Structureer je database goed zodat je je op andere aspecten van de database kunt focussen, zoals de content.

Om te voorkomen dat je boodschap ten onder gaat tussen de massa's e-mail van de concurrentie is het van belang om een langere aanloop te nemen naar de dag toe en meerdere e-mails te versturen. Dit levert niet alleen de meeste interactie op, maar is ook voordelig voor je reputatie als afzender. Ook kun je uit deze eerdere mailings weer informatie halen om de profielen in je database aan te vullen.

Tref dus goede voorbereidingen om je verkoopresultaten te boosten en neem een grote aanloop naar Black Friday. Vergeet ook niet om na Black Friday nog te mailen, zoals op Cyber Monday - de eerste maandag na Black Friday.



4.

Geeft extra aandacht aan loyale klanten

De periode rondom Black Friday is een mooi moment om ook je loyale klanten in het zonnetje te zetten. Het kost meer geld om een nieuwe klant aan te trekken dan om een bestaande klant te behouden.



Identificeer loyale klanten

- Let op aankoopgedrag
- Zorg voor relevantie

A screenshot of the website Voordeeluitjes.nl during a Black Friday Week promotion. The header includes the site name, a tagline 'Kampioen in arrangementen', and navigation links for Hotels, Vakantieparken, and Last minutes. A banner for 'BLACK FRIDAY Week' features a photo of a large hotel building and a tag that says 'DAG 6 EXCLUSIEVE DEAL'. Below the banner, a '2=1 Special: Gratis Nacht! Nû' offer is shown with a price reduction from 89,00 to 44,50. The featured hotel is 'Hotel Landgoed Esherwold Almen *** | Almen | Gelderland | 8,3', described as a 'Zeer populair hotel onder onze gasten!'. The description mentions its location in the Berkelvallei, a dining room with a view of the park, and proximity to Hanzesteden Zutphen and Deventer. A list of benefits includes 2x overnachten (incl. 1 nacht gratis), 2x uitgebreid ontbijtbuffet, gratis coffee to go, gratis wandel- en fietsroutes, and gratis parkeren en WiFi. A '50% korting' badge is also present. At the bottom is a green button that says 'Bekijk en boek ►'.

Je kunt natuurlijk extra korting geven aan loyale klanten, maar ook dan is het belangrijk dat de aanbiedingen relevant zijn. Denk aan aanbevelingen als: "Pre-order jouw favoriete producten deze Black Friday en voorkom dat ze uitverkocht raken!"

5.

Maak het speciaal!

Zorg voor schaarste en maak je aanbiedingen exclusief.

Een van de redenen waarom Black Friday zo goed werkt is door de schaarsheid van de deals. Afgelopen jaar is bijvoorbeeld de trend van 'uur-specifieke' deals begonnen, wat inhoudt dat er elk uur een nieuw product in de aanbieding is. Via e-mail kun je ontvangers op de hoogte brengen van deze uur-specifieke deals.

Je kan e-mailcampagnes dus ook specifiek inrichten op exclusiviteit in plaats van grote kortingen. Maak gebruik van de 'fear-of-missing-out' en verstuur exclusieve kortingen naar verschillende segmenten in je lijst waarin duidelijk staat dat deze korting speciaal voor hen is.



SNOWCOUNTRY Bestel voor 23:59 vandaag voor de beste deals

SKI TOURSKI SNOWBOARD SPLITBOARD KLEDING

Voor 16:00 besteld, morgen in huis* 5000+ producten in voorraad 9.5 klantenbeoordeling

BLACKFRIDAY

DE LAATSTE UURTJES

-20% OP DE NIEUWSTE SKI'S, SNOWBOARDS, KLEDING EN MEER

BLACK FRIDAY TOT 23:59

Onze Black Friday acties lopen bijna af maar je hebt nog heel even om te profiteren van minstens 20% korting op de nieuwste [ski's](#), [snowboards](#), [splitboards](#), [gear](#), [kleding](#) en [meer](#). Bestel dus voor 23:59!

00 00 00 00
DAGEN UREN MINUTEN SECONDEN

BLACK FRIDAY ACTIES

50% KORTING OP DE NIEUWE COLLECTIE DENIM ONLINE

WAM DENIM

shop NU NIEUW OUTLET WINKELS

WINTER IS COMING!

50% KORTING

OP DE GEHELE COLLECTIE

Shop NU

Ben jij al voorbereid op de koude dagen? Bij WAM Denim bieden wij een [uitgebreid assortiment](#) aan van lekker warme [truien](#), [vesten](#) en [winterjassen](#). Tijdelijk shop je nu met 50% korting op alles!

Shop direct [online](#) of bij een [winkel](#) bij jou in de buurt.

Shop met 50% korting »

BESTSELLERS

SHOP NU SHOP NU SHOP NU SHOP NU



happy leads
gericht op resultaat

6

Geef een cadeau volledig gratis!

Weet je nog hoe zenuwachtig je vroeger was de avond voor je verjaardag over de cadeautjes die je zou krijgen? Dit gevoel zit op latere leeftijd nog steeds in iedereen. In ruil voor cadeautjes zijn wij al snel geneigd om iets terug te doen. Tegenwoordig zie je steeds minder dat bedrijven hier gebruik van maken. Dat is een gemiste kans.



TIP:

Gebruik de dagen voor Black Friday om je doelgroep een sample of goodie te geven.



7

Checklist

We hopen dat je met de tips uit dit artikel genoeg inspiratie hebt opgedaan voor je eigen Black Friday-campagne. Begin vandaag en zorg ervoor dat je e-mailcampagne rond Black Friday een succes wordt. Deze checklist helpt je op weg:

- ☐ Zorg dat je databasemanagement in orde is (filter inactieve profielen, bounces en uitschrijvers)
- ☐ Breid je database uit
- ☐ Ontwerp een Black Friday-thema
- ☐ Voorkom eenmalige communicatie
- ☐ Geef extra aandacht aan loyale klanten
- ☐ Richt je naast mooie kortingen op relevantie
- ☐ Update de verlaten-winkelwagencampagne met het Black Friday-thema
- ☐ Plan de e-mailcampagnes in

Wil je na het lezen van deze whitepaper meer verdieping? In onze reeks over [deliverability](#) leer je wat je kan doen om ervoor te zorgen dat zoveel mogelijk e-mails in de inbox terecht komen.

Over Copernica

Copernica is krachtige software met functionaliteiten voor e-mailmarketing, websites en geautomatiseerde campagnes.

Probeer het nu 30 dagen gratis uit!

Meld je aan voor een proefaccount op www.copernica.com.



COPERNICA



www.copernica.com | info@copernica.com

De Ruijterkade 112, Amsterdam | +31 (0)20 520 61 90