

BFCM* Checkliste für eCommerce-Shop-Betreiber

„Die ultimative Last-Minute-Checkliste für eine erfolgreiche ***Black Friday & Cyber Monday** Kampagne!“

Diese Checkliste hilft Dir, sicherzustellen, dass Deine Kampagne optimal vorbereitet ist – von den besten Chancen über technische Checks bis hin zum Wettbewerb. Gleichzeitig unterstützt sie Dich dabei, Deine Kampagne auswertbar zu machen und ihre Effektivität später genau zu analysieren.

1. Chancen: Deine Kampagne auf allen relevanten Kanälen maximieren

Black Friday und Cyber Monday sind die größten Shopping-Events des Jahres. Es ist entscheidend, dass Du **die richtigen Kanäle** mit **maßgeschneiderten Aktionen** nutzt, um die maximale Reichweite und Wirkung zu erzielen. Nutze die Gelegenheit, Deine **Zielgruppe gezielt anzusprechen** und **Bestandskunden zu reaktivieren**.

E-Mail-Marketing:

- Versende Teaser-E-Mails, die Angebote anteaern und Spannung aufbauen.
- Schicke an den Aktionstagen Reminder-E-Mails mit Dringlichkeit (z. B. „Nur noch heute!“).
- Nutze personalisierte Empfehlungen für höhere Konversion.

Social Media (organisch & Paid Ads):

- Nutze gezielte Kampagnen auf Instagram, Facebook und TikTok.
- Nutze Stories, Reels und Livestreams, um Produkte im Einsatz zu zeigen.
- Nutze Retargeting-Anzeigen, um Warenkorbabbrecher zurückzuholen.

Website und Landingpages:

- Nutze ansprechende Landingpages mit klaren CTAs und Countdown-Timern.
- Nutze Pop-ups für zeitlich begrenzte Rabatte und Freebies.

Marktplätze & Affiliate-Programme:

- Biete exklusive Angebote auf Amazon, eBay oder anderen Plattformen an.
- Nutze Partnerprogramme, um externe Seiten für Deine Produkte werben zu lassen.

2. Technik: Alles funktioniert reibungslos – keine bösen Überraschungen!

Nichts ist schlimmer, als wenn Deine Technik am Black Friday zusammenbricht. Überlastete Server, kaputte Links oder nicht funktionierende Rabattcodes kosten Dich Umsatz und enttäuschen Kunden. **Diese Checks stellen sicher, dass Deine Systeme reibungslos laufen.**

Shopsystem und Server:

- Prüfe, ob Deine Website Lastspitzen bewältigen kann (Stress-Test).
- Stelle sicher, dass Deine Website mobil optimiert ist.

Seitenladezeit und Speed:

- Teste Deine Seitenladezeiten mit Tools wie Google PageSpeed.
- Optimierte Bilder und reduziere unnötige Plugins.

Rabattcodes und Angebote:

- Verifiziere, dass alle Rabattcodes korrekt funktionieren.
- Teste automatische Rabatte und Warenkorbangebote.

E-Mail-Marketing und Links:

- Überprüfe, dass alle E-Mail-Links funktionieren und richtig tracken (UTM-Parameter).
- Teste die Zustellbarkeit Deiner E-Mails und stelle sicher, dass sie nicht im Spam landen.

Scarcity und Verfügbarkeit:

- Implementiere Funktionen wie „Nur noch X verfügbar!“ oder „Nur für kurze Zeit!“.
- Prüfe die Bestände Deiner Bestseller und plane Nachschub ein, um Ausverkauf zu vermeiden.

3. Tracking: Damit Du später genau weißt, was funktioniert hat

Eine Kampagne ist nur so gut wie ihre Auswertung. Mit sauberem Tracking kannst Du die Effektivität Deiner Aktionen messen, **datenbasierte Entscheidungen** treffen und **zukünftige Kampagnen gezielt optimieren**. Ohne Tracking bleibt vieles nur ein Ratespiel.

UTM-Parameter:

- UTM-Parameter zu allen Links hinzufügen, um den Erfolg einzelner Kanäle und Kampagnen zu tracken.
- Eindeutige Parameter für Newsletter, Social Media und Anzeigen verwenden.
Info: Als Shoplytics-Kunde nutze hierfür am besten unseren UTM-Linkbuilder im ConversionCockpit.

Google Analytics & Tag Manager:

- Stelle sicher, dass Google Analytics korrekt eingerichtet ist.
Info: Als Shoplytics-Kunde haben wir diesen Punkt für Dich bereits erledigt.
- Teste Deine Zielvorhaben (Conversions) und stelle sicher, dass alle Events erfasst werden.
Info: Als Shoplytics-Kunde haben wir diesen Punkt für Dich bereits erledigt.

E-Commerce-Tracking:

- Prüfe, ob Umsatzdaten, Warenkorbabbrüche und Top-Produkte korrekt getrackt werden.
Info: Als Shoplytics-Kunde haben wir diesen Punkt für Dich bereits erledigt.
- Teste Pixel für Facebook, Instagram und TikTok.

Dashboard erstellen:

- Richte Dashboards ein, die Dir zeigen, welche Kanäle, Produkte und Zielgruppen am besten performen.
Info: Als Shoplytics-Kunde haben wir diesen Punkt für Dich bereits erledigt.

4. Wettbewerb im Auge behalten: Konkurrenzangebote analysieren

Gerade während BFCM kann es passieren, dass Kunden zur Konkurrenz abwandern, wenn deren Angebote attraktiver erscheinen. Indem Du die Aktionen Deiner Wettbewerber im Auge behältst, kannst Du schnell reagieren und Deine eigenen Angebote anpassen.

E-Mail Newsletter der Konkurrenz abonnieren:

- Melde Dich bei den E-Mail-Listen Deiner Hauptkonkurrenten an, um über ihre Angebote informiert zu bleiben.

Social-Media-Monitoring:

- Überwache die Posts und Anzeigen Deiner Konkurrenten (z. B. mit Tools wie Facebook Ad Library).

Website und Landingpages checken:

- Besuche regelmäßig die Websites Deiner Konkurrenten, um deren Angebote und Rabatte zu analysieren.

Schnell reagieren:

- Passe Deine Rabatte oder Angebote an, falls ein Wettbewerber einen ähnlichen oder besseren Deal anbietet.
- Nutze schnelle Social-Media-Kampagnen, um Deine Angebote hervorzuheben.

Abschluss:

Diese Checkliste gibt Dir die volle Kontrolle über Deine BFCM-Kampagne – und hilft Dir, sicherzustellen, dass alles optimal läuft.

Gleichzeitig legst Du mit sauberem Tracking die Grundlage für eine datenbasierte Analyse nach der Kampagne.

Nutze die Gelegenheit, Deine Ergebnisse später mit einer fundierten Analyse von uns auszuwerten – so weißt Du genau, welche Maßnahmen sich gelohnt haben und wie Du Deine Weihnachtskampagne noch besser machen kannst.

Willst Du nach Deiner BFCM-Kampagne genau wissen, was funktioniert hat? Melde Dich hier für eine individuelle Datenanalyse an:

Link zur Buchung:

https://conversion.consulting/bfcm-analyse?utm_source=PDF&utm_medium=Link_in_einem_PDF&utm_campaign=bfcm_pf&utm_content=bfcm-analyse