Dein Black-Friday-Budgetplan

Warum du am Black Friday nicht einfach das Budget hochdrehen solltest, und wie du es stattdessen auf 3 Phasen verteilst.

DAS PROBLEM

Am Black Friday werben alle gleichzeitig. Mehr Shops bieten auf dieselben Menschen, also steigen die Klickpreise. Wer erst an diesem Tag sein Budget erhöht, kauft teure Klicks von Leuten, die ihn noch nicht kennen.

DIE LÖSUNG IN EINEM SATZ

Vorher günstig Interessenten sammeln, am Black Friday genau diese Leute ansprechen. Sie kennen dich schon, klicken eher und kaufen eher.

SO VERTEILST DU DEIN BUDGET (BEISPIEL)

Phase 1 · 2–3 Wochen vorher
ca. 30 %: Interessenten sammeln

Phase 2 · Black-Friday-Woche
ca. 50 %: warme Zielgruppen ansprechen

Phase 3 · Cyber Monday
ca. 15 %: letzte Chance, Erinnerung

Reserve
ca. 5 %: für die Anzeige, die am besten läuft

> Die Prozente sind ein Startwert, keine feste Regel. Wichtig ist die Reihenfolge: erst sammeln, dann verkaufen.

1 Vorher sammeln

- [ ] Warteliste: „Trag dich ein und bekomm den Deal 24 Std. früher“, Lead-Anzeige oder Pop-up im Shop
- [ ] Kurze Videoanzeigen (Produkt, Kundenstimme, du vor der Kamera). Wer sie zu mindestens 50 % ansieht, landet in einer Zielgruppe
- [ ] In Meta Zielgruppen anlegen: Warteliste (Kundenliste), Video-Zuschauer 50 %, Shop-Besucher 30 Tage

2 Am Tag gezielt ansprechen

- [ ] Warteliste zuerst per Mail/SMS anschreiben, das kostet nichts
- [ ] Anzeigen mit dem konkreten Deal an die gesammelten Zielgruppen schalten
- [ ] Daneben eine breite Kampagne für Neukunden weiterlaufen lassen, aber ohne sie zu verdoppeln
- [ ] Keine neuen Kampagnen am Black Friday selbst aufsetzen. Neue Anzeigen müssen erst lernen

3 Cyber Monday und danach

- [ ] Erinnerung an alle, die geklickt, aber nicht gekauft haben: „Nur noch heute“
- [ ] Danach nicht abrupt alles stoppen. Die neuen Käufer sind deine Zielgruppe fürs Weihnachtsgeschäft

Soll ich deinen Black-Friday-Plan prüfen?

Ich schaue mir dein Werbekonto an und sage dir, wie du dein Budget für Black Friday aufteilen solltest. Kostenlos und ohne Verkaufsdruck.

Kostenlosen Shop-Check buchen