

Come prepararsi a un BFCM di successo con Shopify

Le strategie e le funzionalità da implementare durante le settimane più attese dell'anno



Roberta Maira
Merchant Success Manager
Italy

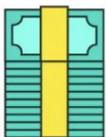


Beniamino Colombo
Solution Engineer, Italy e South
EMEA

Agenda



- 👁️ Uno sguardo ai numeri
- 🕒 Come prepararsi in anticipo per il BFCM
- 💰 Cosa fare durante la settimana del BFCM
- 🔒 Come ottimizzare i risultati ottenuti
- 📅 Date e risorse utili



Vendite totali globali
6,3 miliardi \$



Clienti che hanno comprato
da negozi Shopify
47 milioni



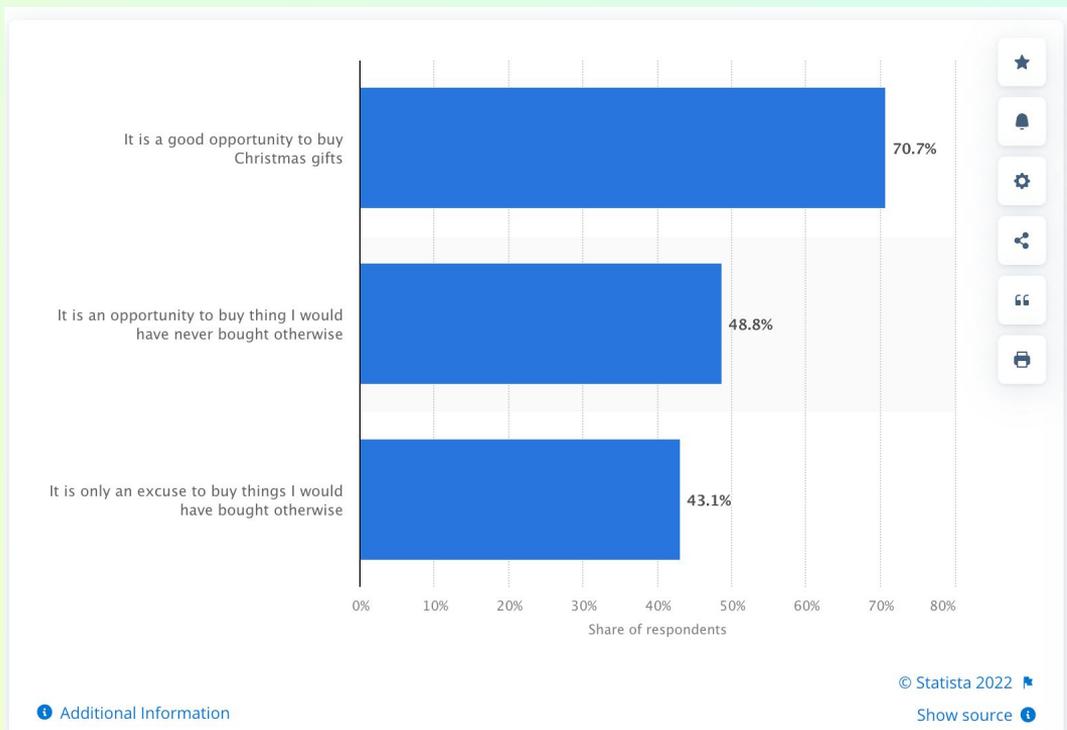
Scontrino medio in Italia
76,24 €



Picco vendite al minuto
3,1 milioni \$

Il BFCM del 2021

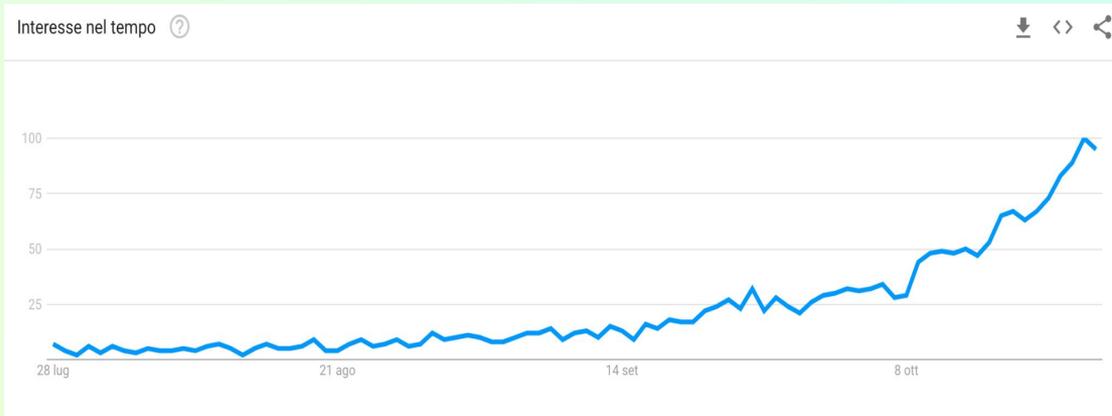
- I brand che hanno avuto più successo durante il BFCM-21 hanno iniziato ad **implementare strategie con largo anticipo**;
- I principali investimenti sono stati su: **strategia dei prezzi/promozioni, strategia di marketing**;
- Durante il BFCM 2021, il 15% di tutti gli **ordini** a livello globale erano **transfrontalieri**.



Cos'è il BFCM per i consumatori?

I consumatori in Italia utilizzano questo periodo dell'anno per:

- Anticipare un'esigenza (regali di Natale);
- Cogliere un'opportunità;
- **Impulso & FOMO.**



Query associate ?

In aumento ▼

1	black friday 2023	Impennata
2	date black friday 2022	Impennata
3	quando sarà il black friday 2022	Impennata
4	black friday novembre 2022	Impennata
5	black.friday	Impennata

Google Trends - la ricerca del termine Black Friday in Italia

- Nel mese di **Settembre** inizia ad aumentare l'interesse;
- Dalla **metà di Ottobre** inizia l'impennata;
- Le **5 query** più utilizzate sono relative alla date.

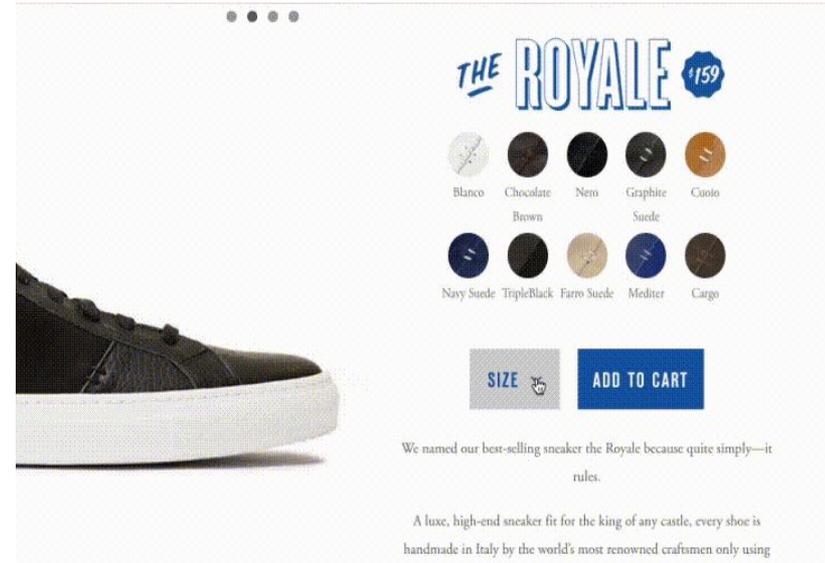


Come prepararsi in anticipo per il BFCM

Da inizio Settembre al 25 Novembre

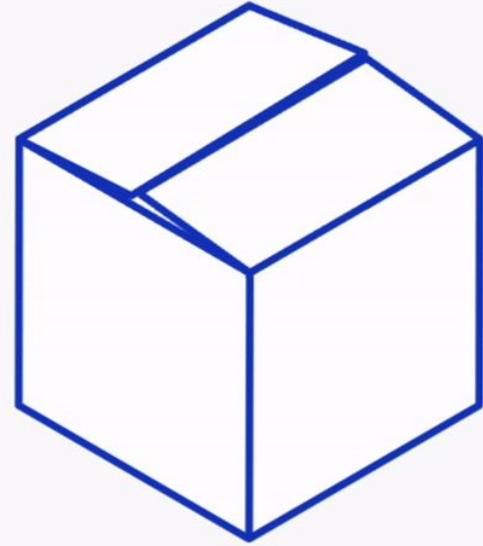
Le promozioni e i buoni regalo

1. Studia i tuoi prodotti e decidi quali scontare: **qual è il prodotto più venduto?**
2. Crea promozioni speciali e personalizzate con **Discount Code**, **Shopify Script e Functions**;
3. Idee per le promozioni: *free gift*, *bundle*, *gamification*, creazione di offerte a tempo, promozioni VIP.



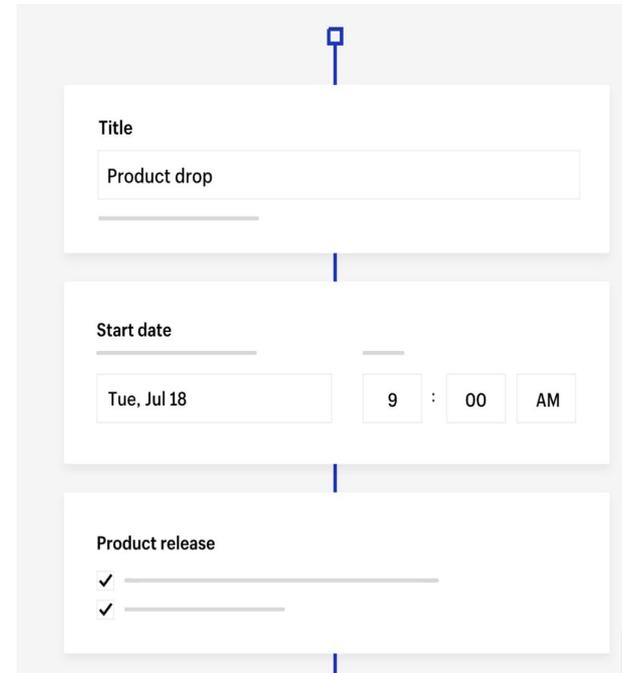
La logistica e le spedizioni

1. Sei pronto a gestire un elevato afflusso di ordini? **Evita ritardi!**
2. **Spedizione gratuita:** il 55% degli italiani non conclude l'acquisto o cerca un altro negozio se il servizio di spedizione gratuita non è presente;
3. **Shopify Shipping** per consegnare i prodotti nelle mani dei clienti in modo conveniente e rapido.



L'aspetto del sito e una nuova UI

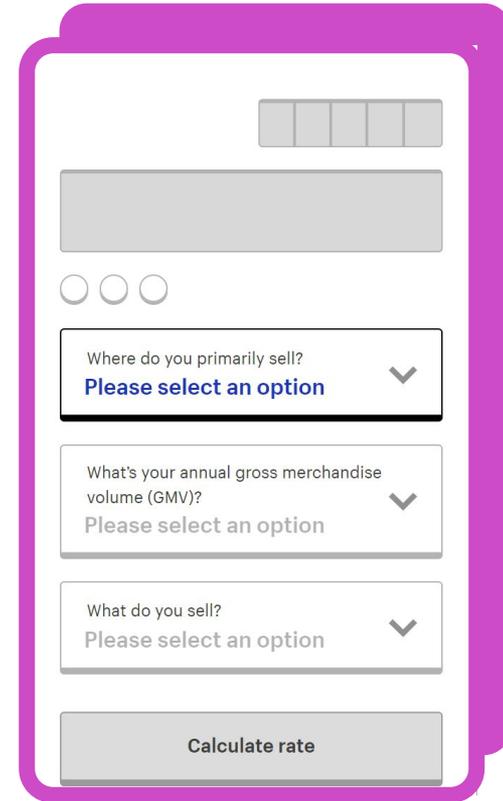
1. Crea un nuovo tema per l'occasione con **Shopify Launchpad**;
2. Crea nuove *landing page* a tema BFCM;
3. Assicurati di aver perfezionato la versione *mobile*;
4. Offrire **più metodi di pagamento** (Shopify Payments).



The screenshot shows a configuration form for a Shopify event. It is divided into three sections by horizontal lines. The first section is titled 'Title' and contains a text input field with the value 'Product drop'. The second section is titled 'Start date' and contains a date picker set to 'Tue, Jul 18', a time picker set to '9 : 00 AM', and a dropdown menu set to 'AM'. The third section is titled 'Product release' and contains two checkboxes, both of which are checked.

Studia e preparati al meglio

1. È bene sapere il **tasso di conversione del tuo settore** per poi verificare l'andamento delle tue performance: Shopify Analytics;
2. Cosa fanno i tuoi **concorrenti**? Cosa non fanno? Pensa fuori dagli schemi!
3. **Stress test**: fai delle prove per poi essere sicuro di poter gestire tutto al meglio durante la settimana del BFCM;
4. Preparati un **piano B** con [Rewind](#).



The image shows a mobile-style form with a purple border. At the top, there is a progress indicator with five empty boxes. Below it is a large grey input field. Underneath are three radio buttons, with the first one selected. The form contains three dropdown menus:

- Where do you primarily sell?
Please select an option
- What's your annual gross merchandise volume (GMV)?
Please select an option
- What do you sell?
Please select an option

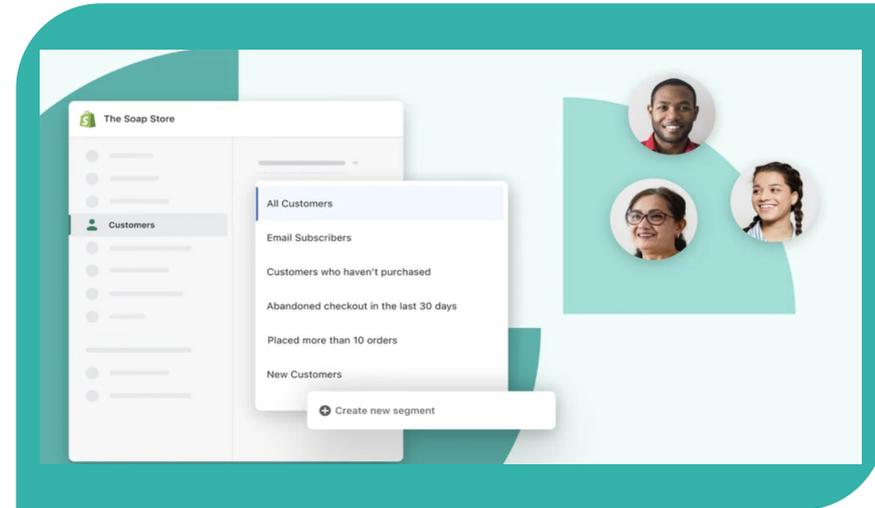
At the bottom of the form is a button labeled "Calculate rate".

Lead acquisition:

1. **Traffico organico:** ottieni contatti tramite campagne di email marketing, sfrutta la SEO per posizionare le *Keyword*, cura il blog;
2. **Traffico paid:** crea campagne discovery, campagne evergreen, usa Shopify Collabs per coinvolgere creators.

Conosci i tuoi clienti:

1. Richiedi *feedback* e **opinioni** alla tua community attraverso i sondaggi;
2. Utilizza **Segmentazione** dei clienti per creare gruppi affini;
3. Comunicazione **personalizzata** - adatta il tone of voice.

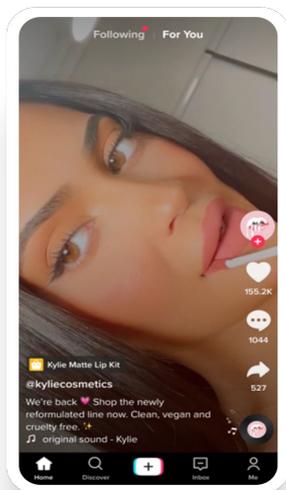


Focus sul consumatore



NEW 2021

TikTok



NEW 2021

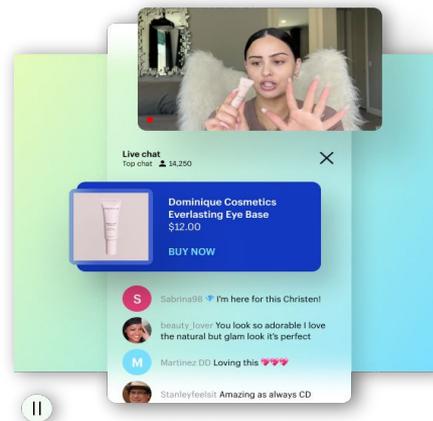
Shop Pay su Google, Facebook, Instagram

L'unico metodo di pagamento accelerato oltre a PayPal è consentito sulle proprietà di acquisto Meta e Google



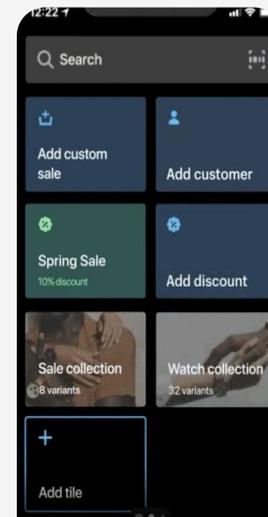
NEW 2022

YouTube Live Selling



NEW 2022

POS



Cosa fare durante la settimana del BFCM

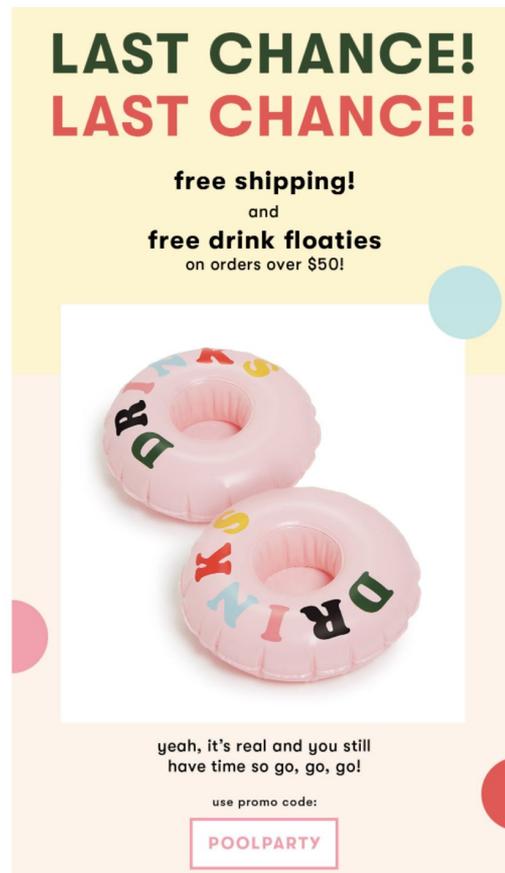
Dal 25 al 28 Novembre

Agire sulle leve psicologiche

- **Scarcity e Urgency:** ricorda quanto manca alla fine dei saldi tramite o SMS;
- **FOMO:** utilizza i dati già ottenuti per suscitare interesse.

Monitorare

1. Sfrutta le nuove automazioni di **Shopify Email** per coinvolgere i clienti che hanno visitato una pagina, lasciato il checkout e abbandonato il carrello senza finalizzare l'acquisto;
2. Tieni d'occhio gli **Approfondimenti** di Shopify Analytics e utilizza Google Analytics;
3. Inizia già adesso con il **Remarketing** - scopri il nuovo ambiente Shopify in cui aggiungere tutti i pixel.



LAST CHANCE!
LAST CHANCE!

free shipping!
and
free drink floaties
on orders over \$50!

yeah, it's real and you still
have time so go, go, go!

use promo code:

POOLPARTY

Come ottimizzare i risultati ottenuti

Dal 29 Novembre al 31 Dicembre

Non smettere di coinvolgere i tuoi clienti

1. Implementa attività di **upselling** e **cross-selling**;
2. Cosa hanno fatto i tuoi concorrenti?
3. Utilizza le **mappe di calore** per valutare l'efficienza della strategia;
4. **Premia e ringrazia** i clienti più fedeli;
5. **Preparati a Natale** offrendo nuovi sconti;
6. Analizza le performance della tua campagna BFCM-22: **cosa avresti potuto fare meglio?** Il BFCM-23 è già qui



Koty

9m · 🌐



Hey there sleepyhead! Black Friday is over but we still have some extra deals for you. Comment "PROMO" and we'll send you a message with our secret code 📩



Prepararsi in anticipo

- Pianificare e definire strategie per tempo
- Avere un'attenzione in più per cliente finale

Coinvolgere gli indecisi

- Agire sulle leve psicologiche
- Monitorare costantemente l'andamento della campagna BFCM

Continuare gli sforzi

- Ottenere il massimo dagli sforzi fatti anche dopo la settimana del BFCM
- Lanciare nuove campagne

Mancano **22 giorni** al Black
Friday 2022

Festività 2022: le date chiave

11 novembre: Giorno dei Single

13 novembre: Giornata della Gentilezza

19 novembre: Giornata Internazionale dell'Uomo

21 novembre: Inizia la Coppa del Mondo FIFA 2022

24 novembre: Ringraziamento (Stati Uniti)

25 novembre: **Black Friday**

26 novembre: Small Business Saturday

28 novembre: Cyber Monday

03 dicembre: Make A Gift Day

13 dicembre: Green Monday

14 dicembre: Giornata della Spedizione Gratuita

17 dicembre: Super Saturday

24 dicembre: Vigilia di Natale

25 dicembre: Giorno di Natale

31 dicembre: Vigilia di Capodanno

Risorse utili

[10 Black Friday Marketing Ideas & 2,412 Examples](#)

[Black Friday 2022: data, quanto dura, come prepararsi](#)

[Idee Black Friday 2022: 18 strategie per aumentare le vendite](#)



18 strategie per aumentare le vendite durante il BFCM



Tutte le novità Shopify Plus