



mystore

Black Friday 2025

Gjør nettbutikken klar for høysesongen!

Black Friday og julehandelen kan virke langt unna, men sannheten er at planleggingen bør starte nå. Allerede i september er det mange butikker som gjør seg klare til årets største salgsperiode. I år faller Black Friday på 28. november, og hele perioden har vokst til å dominere en stor del av julehandelen.

Her er våre 10 tips for å gjøre nettbutikken klar til Black Friday:

Lag en plan

Planlegg salget over flere dager, og vurder å starte allerede noen dager før Black Friday. Slipp tilbudspriser tidlig, men annonser dem som "nylanseringer" på selve Black Friday via nyhetsbrev eller SMS. Dette gir Google tid til å registrere prisene, noe som kan bidra til jevn synlighet i markedet.

Følg prisreglene

Fra 1. oktober 2023 gjelder nye regler for prisedsettelse. Du må alltid vise den laveste prisen varen har hatt de siste 30 dagene. Det betyr at triks som å «sette opp prisen» før en kampanje ikke lenger fungerer, kundene vil uansett se den laveste prisen. Ha derfor en plan for kampanjene dine, unngå for mange rabatter på kort tid, og vær tydelig på hvordan rabatten er beregnet. En ryddig og transparent prispolitikk bygger tillit og gjør at kampanjene dine treffer bedre.

Bruk flere kanaler

Sett opp målrettede kampanjer for Black Friday-perioden og fokuser ekstra på kanaler der målgruppen er mest aktiv, som Google, sosiale medier og nyhetsbrev. Med remarketing når du også ut til kunder som har besøkt nettbutikken tidligere.

Dedikerte landingssider

En søkemotoroptimalisert Black Friday-landingsside hjelper deg med å fange opp kunder som aktivt søker etter tilbud. Lag en hovedkategori som heter Black Friday eller Black Week, og sett den aktiv i kontrollpanelet, men skjult for besøkende frem til kampanjestart. Dette bygger organisk synlighet og gir et løft når kampanjen går live.

Optimaliserte landingssider

Legg til en kort beskrivelse i den nye Black Friday-kategorien for å informere kunder om hvilke produkter og kategorier som vil være på tilbud. Kunder planlegger ofte kjøpene sine i forkant, så vær tydelig på hva de kan forvente hos dere. Sider som Komplett og Elkjøp har allerede landingssider for Black Friday som kan gi inspirasjon.

Bruk nedtellingsfunksjon

Implementer en nedtelling i nettbutikken som viser når salget starter, eller hvor mye tid som gjenstår. Dette skaper en følelse av haster og bygger forventning.

AI-optimaliserte produktdata

Stadig flere søk skjer gjennom AI og generativt søk, ikke bare tradisjonell Google. Derfor er det viktig å tilpasse produktbeskrivelser slik at AI lett forstår hva du selger. Da bygger du synlighet og sørger for at nettbutikken din blir et naturlig svar når kundene leter etter gode tilbud.

Fremhev gavekort

Gavekort er svært populære i høytiden. Lag et eget banner for gavekort og vurder å markedsføre dem både på landingssiden og i egne annonser på Google og sosiale medier.

Mobilvennlige annonser

Med over 85 % av kundene som handler via mobil, er det viktig at både landingssider og annonser er mobiloptimalisert. Planlegg remarketing-kampanjer som målrettes mot kunder som tidligere har besøkt nettbutikken for å hente dem tilbake.

Bygg opp forventninger

Start tidlig ved å oppmuntre kunder til å melde seg på nyhetsbrevet, slik at de får eksklusive Black Friday-tilbud før alle andre. Bruk SMS og e-post til å holde kundene engasjert gjennom hele kampanjeperioden.

Husk: Black Friday handler ikke bare om rabatter, men om å være synlig der kundene søker, og å gi en opplevelse som skaper tillit og lojalitet. Butikker som planlegger tidlig og tar i bruk nye verktøy som AI og personalisering, står sterkest i høysesongen.