

Black Friday e Cyber Monday in 3 step

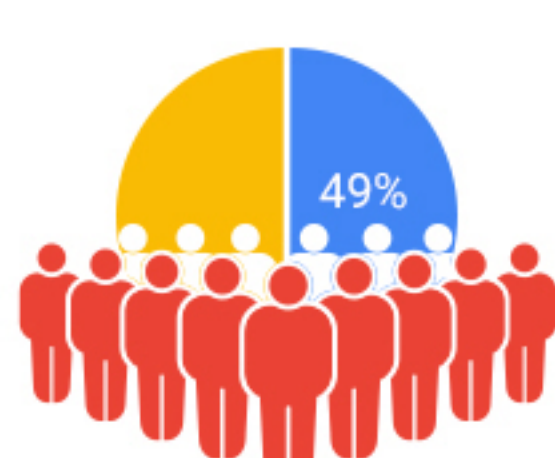


Qualche dato interessante:



6,22 miliardi

le **vendite online** solo negli Stati Uniti nel 2018



49% di utenti

cerca i prodotti da acquistare sui siti dei **retailer**



+100€ di spesa

la cifra che **1/3 degli italiani** prevede di dedicare agli acquisti



5.2 volte in più

rispetto ai normali venerdì e lunedì. Sono le vendite durante il **Black Friday** e il **Cyber Monday** che aumentano di 5.2 volte.

Marketing roadmap

A OTTOBRE LA PREPARAZIONE



Massimizza

Ottimizza il tuo sito per il mobile

Crea campagne Shopping facendo il setup del feed

Studia le keyword da utilizzare per le campagne Search

Prepara le creatività per YouTube e la Display

Predisponi in anticipo le strategie di harvesting



Perfeziona

Acquisisci traffico con i Dynamic Search Ads

Performa con i nuovi formati Search (annunci adattabili della rete di ricerca)

Investi sullo Smart Bidding



Raggiungi

Verifica la corretta implementazione dei tag per la creazione delle Audience List

Espandi il tuo pubblico attraverso le Audience di Google in campagne Display, Search e YouTube (in market, affinity e similar)

A NOVEMBRE IL LANCIO



Monitora

Ingaggia il tuo pubblico con il Dynamic remarketing

Verifica che le campagne non siano limitate dal budget



A DICEMBRE L'ENGAGEMENT



Incentiva

Mantieni il contatto degli utenti con il tuo sito

Recupera i carrelli abbandonati

Utilizza le Similar Audience per raggiungere nuovi clienti per Natale

Raggiungi utenti simili ai tuoi clienti

think with Google