

# BLACK FRIDAY, PRE-LANCIO DA 8000 REGISTRATI AL SITO WEB

PERCHÉ I CLIENTI DEVONO ISCRIVERSI AL  
NOSTRO SITO WEB?

ERNESTO RUSSOMANDO  
DIGITAL MARKETING SPECIALIST  
RUSSOMANDO.ERNESTO@GMAIL.COM

# Obiettivi

- Aumentare in modo considerevole gli iscritti al sito web e alla newsletter.
- Non eccedere con gli sconti durante il black Friday, al fine di allinearsi con i competitors.
- Educare gli utenti a effettuare l'accesso al sito per avere vantaggi

# 1° Fase

- Partiti da una landing page ad alto tasso di conversione - *“iscriviti al sito web per avere l’apertura anticipata degli sconti del black Friday”*-, trovavano spazio gli sconti, i marchi, le recensioni e tre richiami alla call to action/registrati.
- All’atto di iscrizione una mail di notifica con il seguente messaggio: *“Grazie per esserti iscritto al nostro sito. Tieni d’occhio le prossime mail per essere il primo a poter usufruire delle nostre fantastiche offerte”*.
- Effettuato l’account, l’utente accedeva alla pagina in cui compariva un countdown automatico per l’apertura anticipata degli sconti.

**BLACK FRIDAY**

**FINO AL 50% DI SCONTO**

Vuoi essere il primo a ricevere gli sconti del Black Friday?  
Registrati subito

Inserisci qui la tua mail

**REGISTRATI**

Hai già un account?  
[Accedi](#)

**GIVENCHY**      **KENZO**

**DSQUARED2**      **MOSCHINO**

**STONE ISLAND**      **benetton**

**NEIL BARRETT**      **MSGM**

Fino al 50% di sconto su tutte le collezioni  
Registrati subito

Inserisci qui la tua mail

**REGISTRATI**

Hai già un account?  
[Accedi](#)

Migliaia di articoli a prezzi incredibili  
Registrati subito

Inserisci qui la tua mail

**REGISTRATI**

Hai già un account?  
[Accedi](#)

★★★★★ 4,7 Recensioni Google

★★★★★ 4,9 Recensioni Facebook

★★★★★ 4,4 Recensioni Trustpilot

## 2° Fase

- Mercoledì 28 Novembre alle 18 è partita una mail agli utenti registrati con la comunicazione: *“Solo per te che sei nostro cliente il black friday inizia un giorno prima. A partire dalla mezzanotte del 28 novembre, accedi al sito con il tuo account per usufruire delle nostre fantastiche offerte”*.
- La mail di notifica per i nuovi iscritti è stata allineata alla comunicazione per gli utenti registrati.

# Risultati

- Facebook ads (dal 22 al 27 novembre): Campagne di conversione ottimizzate per registrazione al sito web divise per target di riferimento.

<input type="checkbox"/>	Black friday	Non attivo	€ 100,00 Giornaliero	2316 Iscrizione co...	422.976	983.956	€ 0,45 Per iscrizione...	€ 1000,00
<input type="checkbox"/>	Black Friday	Non attivo	€ 100,00 Giornaliero	1535 Iscrizione co...	460.288	931.361	€ 0,68 Per iscrizione...	€ 1000,00
<input type="checkbox"/>	black friday	Non attivo	€ 100,00 Giornaliero	1919 Iscrizione co...	330.493	694.925	€ 0,70 Per iscrizione...	€ 1000,00
<input type="checkbox"/>	Black Friday	Non attivo	€ 100,00 Giornaliero	138 Iscrizione co...	121.888	177.038	€ 3,07 Per iscrizione...	€ 1000,00

Le campagne social indirizzate alla landing hanno ottenuto i seguenti numeri:

- Il costo per visualizzazioni della pagina di destinazione è stato in media di 0,07€
- 58 mila visualizzazioni di pagina
- 5908 iscritti con le campagne
- Un tasso medio di conversione della pagina del 10%
- 2200 articoli aggiunti al carrello durante il pre-lancio

In totale, durante il pre-lancio, circa **8000** registrati.

# Conclusioni

- Non servono grandi funnel: una strategia semplice e lineare può dare ottimi risultati.
- La testa conta più della tecnica, ma solo se conosciamo bene gli strumenti: creare aspettativa aiuta a lanciare tutti gli altri sistemi di vendita.
- I registrati durante il periodo del black Friday si sono confermati utenti attivi anche durante il periodo delle promozioni natalizie e in quello dei saldi.
- Se dai un motivo valido agli utenti per registrarsi, lo faranno. Le parole “sconti” e “vuoi essere il primo” funzionano, visto che i clienti confermano di amare l’esclusività.
- Un corretto mindset ed una profonda conoscenza dei consumatori e degli strumenti da utilizzare sono determinanti per ottenere risultati fuori dal comune.