

Black Friday, Cyber Monday- Events mit hohen Umsatzerwartungen in UK

Black Friday hat seinen Weg aus den USA nach Europa gefunden. Während der Freitag nach Thanksgiving sowohl offline als auch online einen Hype auslöst, beschränkt sich Cyber Monday auf eine 24 Stunden Aktion nur im Online-Handel. Mitmachen kann sich für Online-Händler lohnen, aber nur mit guter Vorbereitung.

Rekord-Umsatz im vergangenen Jahr

2015 waren die Erwartungen an Black Friday in UK enorm. Experten gingen davon aus, dass die 1 Milliarde Pound Marke geknackt werden würde, was auch tatsächlich der Fall war. In den vier Tagen von Black Friday über das Wochenende hin zu Cyber Monday wurden mehr als 3 Milliarde britische Pound ausgegeben.

Hohe Umsatzerwartung in 2016

Auch dieses Jahr sind die Erwartungen wieder hoch. Erstmals wird erwartet, dass in der Shopping-Woche die 5 Milliarde Pound Marke geknackt werden wird. Mobile Commerce hat einen hohen Stellenwert in UK, daher wird erwartet, dass die Mehrzahl der Käufe über das Handy erfolgen wird.

Mitmachen ist eine individuelle Entscheidung

Auf der anderen Seite zu all diesem Hype und den hohen Erwartungen ist aber auch zu sagen, dass es in UK bereits letztes Jahr eine Gegenbewegung gab, die sich dazu entschlossen hatte, an den Verkaufsevents nicht teil zu nehmen. Die Entscheidung, ob ein Händler an Black Friday und/ oder Cyber Monday teil nehmen will, ist eine individuelle Entscheidung. Am gefragtesten sind elektronische Artikel wie Smartphones, Laptops, Kameras. In UK gibt es an Black Friday einen größeren Ansturm auf Geschäfte, so dass es sich eher lohnt, an Cyber Monday teil zu nehmen, wenn Sie sich für nur ein Event entscheiden. Wichtig ist, dass Händler nur mit dem Strom schwimmen, wenn sie entsprechend vorbereitet sind. Anderenfalls wird die Shopping Woche zum Desaster.

5 Tipps zur Vorbereitung

Bringen Sie Ihre Website auf Vordermann.

Dazu gehören ein übersichtliches Layout, gute Produktbeschreibung, das richtige Ausweisen von Preisen sowie das zur Verfügungstellen aller relevanten Verbraucher-Informationen. Achten Sie darauf, dass ihr Warenwirtschaftssystem richtig funktioniert, denn die richtige Angabe über die Verfügbarkeit der Waren ist besonders wichtig. Der Frust ist gross, wenn Produkte beworben werden, aber während des Bestellprozesses plötzlich doch nicht gekauft werden können. Seien Sie sich bewusst, dass [Rabattaktionen nicht verlängert werden dürfen](#). Stellen Sie sicher, dass die Ladezeiten Ihres Shops so kurz wie möglich sind und die technischen Funktionalitäten alle vorliegen.

Optimieren Sie Ihren Online-Shop mobil.

Die Webseite sollte auf allen mobilen Geräten gleich gut funktionieren und leicht navigierbar sein. Die rechtlichen Informationspflichten unterscheiden sich dabei nicht von denen im Shop. Studien zeigen, dass in UK der Mobile Shopping Trend immer stärker wächst. Die Cyber Monday Zielgruppe erreichen Sie vermehrt mobil.

Halten Sie Ihre Kunden auf dem Laufenden.

Verbraucher in UK sind gerne informiert, gerade wenn es um solche speziellen Angebote geht. Empfehlungen für Verbraucher weisen sogar explizit darauf hin, sich für Newsletter einzuschreiben, um ganz aktuell informiert zu sein. Wichtig ist jedoch, dass die Regelungen zum E-Mail Marketing beachtet werden. Versenden Sie E-Mail Ankündigungen darüber, was Kunden an Black Friday und Cyber Monday erwarten können nur, wenn die Einwilligung des Kunden vorliegt. Layout und guter Content sind dabei unverzichtbar.

Nutzen Sie Adwords.

Wer Ihren Shop noch nicht kennt, muss Sie erst einmal finden. Dazu lohnen sich Such Ads. Kreieren Sie Kampagnen, bei denen Sie im Werbetext ihre Promotionen beschreiben. Nutzen Sie dafür entweder den Beschreibungstext innerhalb Ihrer Anzeige oder spezielle Anzeigenerweiterungen, die besondere Angebote hervorheben können. Sie finden diese Anzeigenerweiterungen auf dem gleichnamigen Tab und dort unter „Strukturierte Anzeigenerweiterungen“.

Versprechen Sie nur, was Sie halten können.

In der Vergangenheit haben einige große UK Shops Probleme mit der Warenverfügbarkeit sowie der Einhaltung der Lieferzeit gehabt. Gerade für kleinere Shops endet eine solche Situation im Fiasko, weil alle Bemühungen am Ende umsonst waren. Die Kunden sind unzufrieden und bewerten negativ. Planen Sie also gut im Voraus, wenn Sie mit Promotionen Kunden locken wollen und stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Versprechen halten können.