CONNECTIF

Più revenue. Meno lavoro manuale.

La tua guida alle strategie di marketing automation con AI per il Black Friday.



Il Black Friday si avvicina. E la maggior parte dei team di ecommerce continua a preparare tutto a mano.

Ogni anno è la stessa storia. Devi preparare le campagne, segmentare il database, configurare i workflow, controllare i dati. E tutto prima che arrivi novembre.

Pezzo per pezzo. Campagna per campagna. Con la sensazione che **il tempo scorra sempre più veloce di tutto quello che c'è ancora da fare.**

E se quest'anno potesse essere diverso? In questa guida trovi le 6 **strategie che faranno la differenza prima, durante e dopo il Black Friday**, e come Copilot, l'assistente AI di Connectif, ti aiuta a metterle in pratica in pochi minuti.



Sei strategie, due obiettivi: più revenue, meno lavoro manuale.

01 Il traffico che non vedi (e che ti costa di più)
02 Da anonimo a iscritto prima che se ne vada
03 Dalla registrazione al primo acquisto
04 Tutti i tuoi canali, un solo cliente
05 Più conversione, più valore medio dell'ordine
06 Il Black Friday non finisce venerdì

Ti spieghiamo **come creare ogni strategia in pochi minuti con l'assistente AI di Connectif**. E se vuoi accelerare ancora di più, ecco un kit di 10 prompt per avere il tuo ecommerce pronto per il Black Friday prima ancora di finire di leggere questo PDF.

SCARICA IL KIT DI PROMPT

L'80% dei visitatori durante il Black Friday se ne va senza lasciare i propri dati.

Non è un problema da evitare, ma un’opportunità da sfruttare.

Durante il Black Friday, il tuo traffico aumenta. Ma la maggior parte di quei visitatori è anonima: navigano, confrontano, aggiungono al carrello e scompaiono senza lasciare traccia.

Se non tracci la loro impronta digitale, è come se non esistessero. E quando torneranno nel tuo sito, li tratterai come se fosse la prima volta.

Identificare e prevedere il comportamento dei tuoi utenti anonimi ti permetterà sfruttare al massimo l’epoca del Black Friday.



Cosa puoi fare con qualcuno che non esiste?

Connectif registra il comportamento di ogni visitatore: quali prodotti ha visto, quali categorie ha esplorato, cosa ha aggiunto al carrello... Con queste informazioni, puoi agire prima che se ne vada:

- Mostrargli contenuti personalizzati senza aspettare che ti lasci la sua email.
- Riconoscerlo quando torna e riprendere la conversazione da dove l'ha lasciata.
- Attivare messaggi in tempo reale basati su ciò che sta facendo nel tuo negozio.

Non hai bisogno di sapere chi è per parlare con lui in modo pertinente. Devi solo sapere cosa sta facendo.

Come può aiutarti Copilot?

A partire da un prompt, Copilot ti aiuta a costruire un workflow che rileva il comportamento di ogni visitatore anonimo e adatta automaticamente le raccomandazioni nella home e nelle pagine prodotto in tempo reale, senza toccare i nodi manualmente. Ciò che al tuo team richiederebbe ore di configurazione, Copilot lo esegue in pochi minuti.

SCOPRI IL PROMPT PER QUESTA STRATEGIA

Il 70% degli utenti che aggiungono prodotti al carrello non completano l'acquisto.

Alcuni torneranno, ma solo con l’incentivo giusto e il timing perfetto.

Il Black Friday porta un'affluenza di traffico difficile da eguagliare. Ogni visita è un'opportunità preziosa per acquisire un contatto che puoi attivare durante tutta la stagione degli acquisti.

Un abbonato che ottieni a novembre può diventare un acquirente abituale a dicembre, gennaio e oltre. Lasciarlo sfuggire senza cercare di acquisirlo è come lasciare soldi sul tavolo.



I due momenti di acquisizione che non puoi lasciarti sfuggire:

All'arrivo	All'uscita
Un messaggio di benvenuto, pertinente e diretto, con un incentivo chiaro, che sia uno sconto, spedizione gratuita o accesso anticipato, può convertire il traffico in iscritti prima che abbiano visto anche solo un prodotto. Un popup generico converte meno di quanto sembri.	Quando un utente anonimo sta per abbandonare il sito, lancia un popup di iscrizione. Su desktop, si attiva quando si cerca di chiudere la pagina. Su mobile, dopo 15 secondi di inattività. Se l'utente si iscrive, riceve automaticamente un'email con il contenuto del suo carrello. In una sola interazione, catturi un iscritto e recuperi una vendita.

Come può aiutarti Copilot?

Dì a Copilot cosa vuoi ottenere e monterà il workflow per te: un popup differenziato per dispositivo, la logica di iscrizione e recupero automatico del carrello via email, tutto coordinato in una sola automazione. La configurazione che prima ti occupava l'intero pomeriggio, risolta in un battito di ciglia.

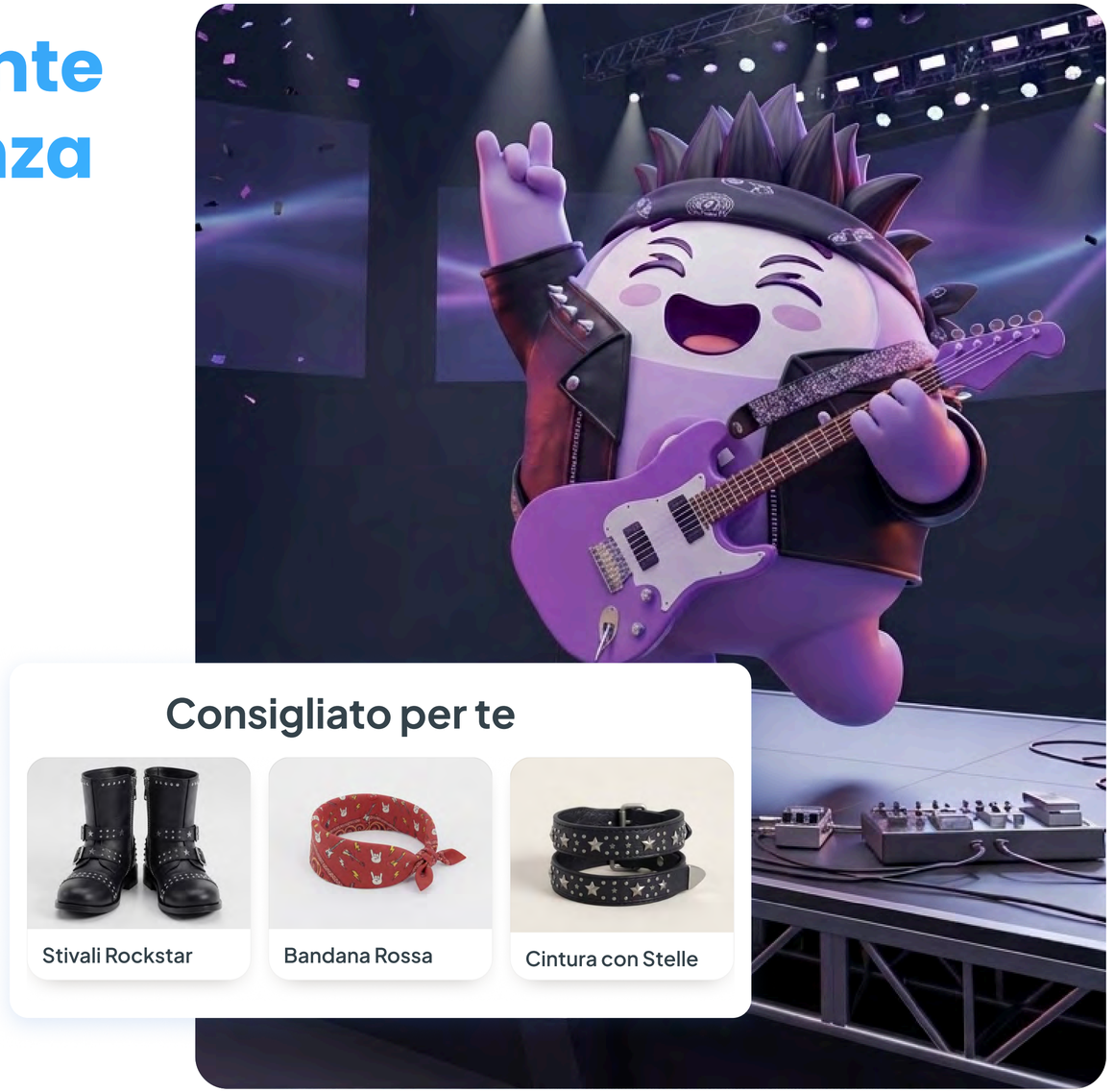
SCOPRI IL PROMPT PER QUESTA STRATEGIA

Il 76% degli acquirenti si sente frustrato quando l'esperienza non è personalizzata.

Durante il Black Friday, quella frustrazione può far sì che il tuo cliente acquisti altrove.

Stai per attrarre un'ondata di nuovi contatti. Nel tuo database ci sono altri che non hanno mai acquistato per settimane, mesi o addirittura anni. Per tutti loro, il Black Friday è il miglior argomento dell'anno.

Ma un'email massiva con lo stesso messaggio per tutti non funziona. Ciò che converte è raggiungere ogni contatto con il prodotto che gli interessa, nel canale in cui si trova e nel momento in cui sta per decidere.



Tre conversazioni che non possono mancare nel tuo Black Friday

1. Il contatto che non ha ancora acquistato: attiva una sequenza di remarketing con i prodotti che quel contatto ha visitato nel tuo ecommerce. Inviagli un promemoria di ciò che stava per acquistare, con l'argomento del Black Friday per chiudere la decisione.

2. Il carrello abbandonato: un utente che aggiunge prodotti al carrello durante il Black Friday è molto vicino a convertire. Un messaggio al momento giusto, nel canale corretto, può recuperare quella vendita prima che si raffreddi.

3. La raccomandazione basata sulla sua cronologia: se un contatto ha acquistato in precedenza, le raccomandazioni basate sul suo comportamento generano più coinvolgimento e un valore medio dell'ordine maggiore rispetto a qualsiasi campagna generica.

Come può aiutarti Copilot?

Scrivi a Copilot l'obiettivo e costruisci la sequenza di recupero completa: push dopo 2 ore, email personalizzata dopo 24, WhatsApp dopo 48, con il timing e le condizioni già configurati. Il lavoro di mezza giornata, nel tempo che impieghi a compilare un brief.

SCOPRI IL PROMPT PER QUESTA STRATEGIA

Il tuo cliente non vive nella sua casella di posta.

Essere ovunque non basta. Vince chi arriva nel canale giusto al momento giusto.

Durante il Black Friday la competizione per l'attenzione è feroce. Se la tua strategia si basa solo sulle email massive, stai già giocando in svantaggio. I tuoi clienti usano email, SMS, web, WhatsApp.

Ma una strategia omnicanale non è inviare lo stesso messaggio su cinque canali in contemporanea. È arrivare con il messaggio giusto, nel canale in cui il tuo cliente sta per decidere.



I canali che fanno la differenza durante il Black Friday:

Email

Canale di conversione principale, ma non può lavorare da solo.

Push

Per anonimi, avvisi dell'ultimo minuto e offerte lampo.

Web

Messaggi e vetrine dinamiche adattate a ogni utente.

Whatsapp

Perfetto per recuperare carrelli e offerte esclusive.

SMS

Per messaggi brevi, diretti e urgenti.

Ads

Pubblico su Meta e Google Ads con dati di Connectif.

Come può aiutarti Copilot?

Con una sola richiesta, Copilot crea il flusso per adattare e inviare la stessa campagna a ogni canale, oltre ad aiutarti con il tono e la lunghezza dei testi adattati al formato di ciascuno. Senza scrivere tre versioni da zero e senza perdere coerenza tra i canali. Se prima ci voleva una giornata intera, ora solo pochi secondi.

SCOPRI IL PROMPT PER QUESTA STRATEGIA

Ogni visita durante il Black Friday vale più che in qualsiasi altro momento dell'anno.

La domanda è se la stai sfruttando al massimo.

Durante il Black Friday, i tuoi clienti hanno già l'intenzione di acquistare. Ma c'è una differenza enorme tra un negozio che aspetta che acquistino e uno che lavora attivamente per aumentare il valore di ogni transazione.

L'upselling, il cross-selling e l'urgenza ben eseguiti non sono tattiche aggressive: aiutano il cliente a trovare esattamente ciò di cui ha bisogno nel momento in cui è pronto per acquistarlo.



Le tre leve per aumentare il valore di ogni vendita:

Urgenza in tempo reale

Una floating bar con conto alla rovescia, messaggi di stock limitato e avvisi di "ne rimangono pochi" sono alcuni degli elementi più efficaci per il Black Friday.

Cross-selling al momento giusto

Quando l'utente aggiunge un prodotto al carrello, è il momento ideale per mostrargli cosa lo completa, basato su ciò che ha visto e sugli acquisti di profili simili.

Vetrine dinamiche

I prodotti che mostri nella home e nelle pagine prodotto devono adattarsi a ogni visitatore in base a ciò che ha visto, acquistato o ha nel carrello.

Come può aiutarti Copilot?

Descrivi a Copilot quello che ti serve e ottieni il workflow con la logica di urgenza e le condizioni di attivazione già configurate. Per di più, ti mostra in tempo reale quale variante sta convertendo meglio, così puoi ottimizzare mentre il Black Friday è ancora in corso. Da quello che rimandi sempre a "quando ho un attimo", a fatto in pochi minuti.

SCOPRI IL PROMPT PER QUESTA STRATEGIA

I contatti che guadagni durante il Black Friday sono il tuo maggiore attivo per i mesi successivi.

Bisogna seminare per poter raccogliere.

Il Black Friday è la più grande opportunità dell'anno per far crescere la tua base di dati, ma se non hai un piano chiaro per ciò che succede dopo, stai regalando metà del lavoro. I nuovi contatti conoscono già il tuo marchio e sono nel momento migliore per fare il passo successivo. I clienti che acquistano durante il Black Friday sono i più facili da convertire in acquirenti ricorrenti: il segmento con il maggiore ticket medio e il minore costo di retention.



Come convertire il picco di novembre in crescita:

Benvenuto post-acquisto

Un buon flusso di benvenuto converte un acquirente occasionale in un cliente ricorrente, grazie a raccomandazioni personalizzate, contenuti rilevanti e una ragione chiara per tornare.

Reattivazione a 45 e 90 giorni

Un incentivo rilevante e tempestivo può riattivare i contatti del Black Friday che non sono tornati.

Recupero carrelli abbandonati

Recuperare i carrelli abbandonati dopo la chiusura del Black Friday. È una delle ultime opportunità di recupero e la maggior parte dei team non la ha in agenda.

Come può aiutarti Copilot?

Copilot può costruire il segmento di acquirenti del Black Friday che non sono ancora tornati, pronto per essere attivato in pochi secondi. Senza ricerche manuali né filtri configurati a mano. Ciò che normalmente richiede un pomeriggio di configurazione, pronto prima del primo caffè della giornata.

SCOPRI IL PROMPT PER QUESTA STRATEGIA

Come far sì che questo Black Friday sia particolarmente redditizio

Il traffico anonimo non è il problema. Non avere una strategia per esso sì lo è.

L'80% dei tuoi visitatori del Black Friday non lascia i propri dati. I marchi che sanno identificarli, attivarli in tempo reale e seguirli quando tornano sono quelli che convertono quel traffico in ricavi. Quelli che non lo fanno semplicemente li vedono passare.

La personalizzazione non è un lusso. Durante il Black Friday, è l'unica cosa che converte.

Un messaggio irrilevante nel momento di maggiore competizione per l'attenzione non solo non converte: danneggia la tua immagine di marca. Ciò che funziona è arrivare con il messaggio giusto nel momento in cui il tuo cliente è pronto a decidere.

Il Black Friday dura più di un giorno. Anche la relazione con i tuoi nuovi clienti.

I marchi che traggono il massimo vantaggio da queste date sono quelli che hanno una strategia chiara per prima, durante e dopo il Black Friday. I contatti che catturi a novembre sono il tuo maggiore attivo per il resto dell'anno. Non lasciarli raffreddare.

Vuoi passare all'azione in pochi minuti?

Scopri i 12 prompt che raccomandiamo di usare con Copilot per creare tutte queste strategie per il Black Friday.

SCARICA IL KIT DI PROMPT

Non hai ancora un account di Connectif? **Prova un mese gratis →**



La piattaforma di marketing automation per l'ecommerce

Si affidano a noi oltre 3.000 brand in più di 30 mercati.

Connectif è una piattaforma di marketing automation costruita per l'ecommerce. Unifica i dati dei clienti, li attiva su email, web, app, push, SMS, WhatsApp e negozio fisico e usa l'AI per ridurre il lavoro manuale: così i team possono lanciare campagne più velocemente, personalizzare su larga scala e migliorare le performance in modo continuativo, senza aggiungere complessità.

PC COMPONENTES · PRIMOR · SAMSUNG · WÜRTH · GIOSEPPO · RFEF · Kave Home · clarel

