

Czy Twój e-sklep jest gotowy na Black Friday?

Black Friday to międzynarodowe **nieoficjalne święto branży e-commerce** – dzień, który może znacząco wpłynąć na zyski Twojego e-sklepu. W ferworze przygotowań liczy się każdy szczegół, a od sprawnie działającego sklepu, atrakcyjnych promocji i doskonałej obsługi klienta zależy Twój sukces.

Aby pomóc Ci jak najlepiej wykorzystać tę okazję, przygotowaliśmy praktyczną checklistę, dzięki której **sprawdzisz, czy Twój sklep jest gotowy** na ten wyjątkowy dzień.

#1 Przygotowanie techniczne

Testowanie wydajności

- Czy Twoja witryna jest gotowa na zwiększony ruch i przetestowana pod tym kątem?
- Czy masz środki (np. load balancery, CDN) do zarządzania zwiększonym ruchem?
- Czy Twój plan hostingowy jest aktualny i zapewnia stabilność witryny?

Optymalizacja prędkości

- Czy wszystkie multimedia są zoptymalizowane pod kątem szybkiego ładowania?
- Czy zminimalizowano skrypty, które spowalniają stronę?
- Czy kluczowe strony (główna, produktowe, płatności) ładują się w mniej niż 2–3 sekundy?

Optymalizacja dla urządzeń mobilnych

- Czy Twoja strona jest w pełni responsywna na wszystkich urządzeniach?
- Czy wszystkie wyskakujące okienka i elementy nawigacyjne są przyjazne dla urządzeń mobilnych?

Ścieżka płatności

- Czy przetestowano proces płatności na wielu urządzeniach i przeglądarkach?
- Czy metody płatności są dobrze widoczne i łatwe do wyboru?
- Czy proces odzyskiwania porzuconych koszyków jest aktywny i zoptymalizowany?

Automatyczne testowanie i monitorowanie

- Czy skonfigurowano automatyczne testy dla podstawowych funkcji witryny (np. koszyka, wyszukiwania)?
- Czy korzystasz z narzędzi monitorujących, aby otrzymywać powiadomienia o przestojach w czasie rzeczywistym?

#2 Obsługa klienta

Przygotowanie zespołu

- Czy Twój zespół obsługi klienta jest odpowiednio przygotowany do zajęcia się dużą liczbą zgłoszeń?
- Czy masz dostęp do rezerwowych konsultantów obsługi klienta?
- Czy sprawdzono procesy rozwiązywania złożonych problemów?

Baza wiedzy i FAQ

- Czy odpowiedzi na FAQ są aktualne i uwzględniają zasady związane z Black Friday (wysyłka, zwroty)?
- Czy baza wiedzy jest zoptymalizowana pod kątem obsługi typowych zapytań?

Czy wiesz, że...

Voicebot odpowiada na wszystkie standardowe pytania klientów w 150 językach oraz rozwiązuje 80% typowych problemów na infolinii e-sklepu?

Automatyzacja i voiceboty

- Czy wdrożono voiceboty lub chatboty do wsparcia obsługi zapytań klientów?
- Czy są one zaprogramowane tak, by odpowiadać na pytania związane z Black Friday, np. rozpoznają kluczowe frazy?

Wsparcie wielokanałowe

- Czy kanały obsługi klienta (czat, e-mail, telefon) są przygotowane na zwiększony ruch?
- Czy godziny pracy biura są wydłużone i wyraźnie podane na stronie?

Czy wiesz, że...

Voicebot całodobowo i błyskawicznie odbiera każde połączenie, ponieważ przetwarza 5000 rozmów na minutę, dzięki czemu niezawodnie wspiera przeciążoną infolinię e-sklepu?

#3 Reklama i promocja

Grupa docelowa

- Czy określono segmenty odbiorców docelowych dla każdej promocji?
- Czy reklamy są dostosowane do różnych platform (Google, Facebook, Instagram)?

Treść reklam

- Czy wszystkie reklamy zostały zaakceptowane i zaplanowane do uruchomienia?
- Czy materiały promocyjne zostały sprawdzone pod kątem dokładności i zgodności z regulaminem promocji?

Budżet

- Czy przeznaczono wystarczający budżet na promocję ofert Black Friday?
- Czy ustalono budżety awaryjne na wypadek zwiększonego zainteresowania?

Kampanie retargetingowe

- Czy zaplanowano reklamy retargetingowe dla porzuconych koszyków lub ostatnio odwiedzających?
- Czy Twój sklep korzysta z reklam upsell/cross-sell dla produktów, które są często kupowane razem?

Czy wiesz, że...

Rozwiązania takie jak voiceboty i RCS pozwalają na spersonalizowane, interaktywne promowanie produktów w e-sklepie, automatycznie zwiększając konwersję i odzyskując porzucone koszyki?

Powiadomienia RCS/SMS

- Czy skonfigurowano powiadomienia RCS/SMS dla specjalnych ofert i przypomnień o koszyku?
- Czy lista subskrybentów, którzy wyrazili zgodę na kontakt, jest aktualna?

#4 Kody i promowane produkty

Kody promocyjne

- Czy utworzono kody promocyjne, których warunki są klarowne i zrozumiałe dla klientów?
- Czy prawidłowe działanie kodów promocyjnych zostało przetestowane?
- Czy stworzono kody przeznaczone dla określonych grup odbiorców (VIP, subskrybenci newslettera etc.) oraz różne typy kodów (np. zniżki procentowe, kwotowe, darmowa dostawa)?

Optymalizacja kodów

- Czy monitorujesz skuteczność kodów promocyjnych (np. wzrost sprzedaży, liczba wykorzystanych kodów)?
- Czy analiza skuteczności kodów pozwala na ich dostosowanie w trakcie trwania promocji (np. zmiana warunków, wydłużenie ważności)?

Wybór produktów

- Czy wybrano kluczowe produkty, które będą najintensywniej promowane?
- Czy produkty wysokomarżowe lub wyprzedazowe są pozycjonowane jako wyróżnione oferty?

Widoczność na stronie

- Czy wszystkie oferty i kody z okazji Black Friday są wyświetlane w widocznym miejscu na stronie głównej?
- Czy powstały dedykowane strony docelowe (*landing page*) dla ofert związanych z Black Friday?

#5 Płatności i kasa

Opcje płatności

- Czy dostępne są różnorodne opcje płatności (karty, BLIK, PayPal, płatności odroczone etc.)?
- Czy uwzględniono metody płatności typowe dla danego regionu?

Środki bezpieczeństwa

- Czy strona jest w pełni zgodna z PCI i zabezpieczona protokołem SSL?
- Czy systemy wykrywania oszustw są aktywne i przygotowane na zwiększoną liczbę transakcji?

Testowanie płatności

- Czy przetestowano każdą opcję płatności?
- Czy skonfigurowano alerty błędów przetwarzania płatności?

Ułatwienie procesu płatności

- Czy proces płatności jest jak najprostszy i możliwie jak najkrótszy, aby uniknąć porzucania koszyków?
- Czy wprowadzono opcję zapamiętywania danych płatności lub logowania dla powracających użytkowników, aby przyspieszyć proces zakupowy?
- Czy dostępna jest opcja szybkiej płatności lub one-click checkout dla zarejestrowanych użytkowników, aby zwiększyć konwersję?

#6 Metody dostawy i wysyłki

Współpraca z dostawcami

- Czy wszyscy dostawcy są przygotowani na zwiększony ruch w Black Friday?
- Czy masz dostęp do firm kurierskich, które udzielą Ci wsparcia w awaryjnej sytuacji?

Koszty przesyłki

- Czy sprawdzono koszty przesyłki dla różnych regionów?
- Czy zniżki na wysyłkę są wyraźnie widoczne na stronie produktu lub koszyka?

Wysyłka ekspresowa

- Czy zaktualizowano zasady wysyłki na Black Friday (terminy, opłaty)?
- Czy wysyłka ekspresowa jest wyraźnie oznaczona jako opcja podczas płatności?

Śledzenie zamówień

- Czy linki do śledzenia zamówień są automatycznie wysyłane do klientów?
- Czy ustawiono automatyczne alerty informujące klientów o statusie przesyłki?

Czy wiesz, że...

Voiceboty i RCS pozwalają klientom e-sklepów na bieżąco śledzić zamówienia oraz zmieniać formę, termin i adres dostawy?

#7 Realizacja zamówień

Przegląd zapasów

- Czy stan zapasów dla wszystkich promowanych produktów jest potwierdzony oraz na bieżąco monitorowany (i połączony z działaniami komunikacyjnymi)?
- Czy progi zapasów są ustawione tak, by wiedzieć, że dany towar się kończy?
- Czy zapasy są odpowiednio rozdzielone, aby uniknąć nadmiernego obciążenia magazynu w trakcie trwania promocji?

Uzupełnianie zapasów

- Czy masz procedury uzupełniania zapasów dla szybko sprzedających się produktów?

- Czy systemy monitorujące zapasy są zintegrowane z procesem zamawiania nowych produktów, aby zminimalizować czas reakcji?
- Czy masz plan komunikacji produktów, które mogą być niedostępne i/lub zastąpienia ich produktami alternatywnymi?

Szybkość realizacji zamówień

- Czy Twój magazyn jest przygotowany na dużą liczbę zamówień?
- Czy procesy pakowania i wysyłki są zoptymalizowane?
- Czy masz zaplanowane procesy priorytetyzacji zamówień?

#8 Zarządzanie zwrotami

Polityka zwrotów

- Czy polityka zwrotów jest zgodna z przepisami, klarowna i dobrze widoczna na stronie?
- Czy uwzględniono wydłużone terminy zwrotów dla zakupów w Black Friday?

Proces zwrotu

- Czy wdrożono (zautomatyzowane) procesy zwrotów, a pracownicy są przeszkoleni w zakresie obsługi zapytań o zwroty?

Czy wiesz, że...

Voiceboty mogą przeprowadzić Twojego klienta przez proces reklamacji i zwrotu, odpowiadając na pytania i przyjmując wnioski?

#9 E-maile i powiadomienia

Kampanie e-mailowe

- Czy posegmentowano bazę klientów pod kątem wysyłki maili?
- Czy kampanie e-mailowe zostały zaplanowane i sprawdzone?
- Czy dokładnie sprawdzono poprawność treści maili i terminy wysyłki?

Automatyzacja powiadomień

- Czy skonfigurowano automatyczne powiadomienia dla porzuconych koszyków?
- Czy skonfigurowano SMS do powiadomień technicznych?

Kampanie uzupełniające

- Czy zaplanowano lead nurturing po Black Friday (np. oferty na Cyber Monday)?
- Czy zaplanowano mailingi, które mają na celu utrzymanie nowych klientów?

Monitorowanie skuteczności

- Czy śledzisz wskaźniki otwarcia, kliknięć oraz konwersji w ramach kampanii e-mailowych?
- Czy przeprowadzasz testy A/B w celu optymalizacji treści maili?
- Czy analizujesz dane z poprzednich kampanii e-mailowych?

#10 Analityka i śledzenie

Wskaźniki KPI

- Czy masz ustalone konkretne KPI (np. wartość sprzedaży, nowi klienci, wskaźnik porzuconych koszyków)?
- Czy Twoje narzędzia są skonfigurowane do śledzenia danych w czasie rzeczywistym?

Śledzenie konwersji

- Czy piksele śledzące (Google, Facebook) są przetestowane i prawidłowo umieszczone?
- Czy skonfigurowano niestandardowe zdarzenia do monitorowania kluczowych działań (kliknięcia, dodawanie produktów do koszyka)?

Opinie klientów

- Czy masz system do zbierania opinii klientów bezpośrednio po zakupie?
- Czy masz długofalowy plan ankietowania klientów po Black Friday?

Czy wiesz, że...

Za pomocą voicebotów i RCS można prowadzić ankiety satysfakcji o skuteczności 4-krotnie wyższej niż te prowadzone tradycyjnymi metodami?

Zwiększ konwersję dzięki automatyzacji

Od promocji ofert, poprzez obsługę klienta, aż po śledzenie zamówienia – automatyzacja, taka jak SMS, RCS i konwersacyjna AI pozwoli Ci nie tylko przetrwać bez szwanku okazje sprzedażowe, jak Black Friday czy okres przedświąteczny, lecz także notować wielokrotnie wyższe zyski przez okrągły rok i to bez inwestowania w dodatkową reklamę czy powiększanie zespołu.

Chcesz dowiedzieć się, jak wykorzystać automatyzację w swoim e-sklepie, by zwiększyć konwersję i zyskać lojalność klientów?

[Umów bezpłatną konsultację](#)