

E-COMMERCE

# Ghid Black Friday E-commerce 2026

Google Ads, Meta, email, CRO și logistică pentru magazine online din România

~24 pagini · 18 min citire · PDF A4

Black Friday nu se câștigă în noiembrie — se pregătește din octombrie. Acest ghid acoperă întregul funnel: tehnic, ads, email, conversie, stoc și analiză post-campanie. Scris pentru magazine online românești care vor să crească ROAS fără să ardă bugetul pe click-uri inutile.

[valcode.dev/resurse](https://valcode.dev/resurse)

Descarcă gratuit · Consultanță la cerere

# Cuprins

---

- 01** Pregătire strategică — 6-8 săptămâni înainte
  - 02** Google Ads — Search, Shopping și Performance Max
  - 03** Meta Ads — creative, catalog și retargeting
  - 04** Email marketing — secvențe pre, during și post-BF
  - 05** CRO — conversie fără CPC suplimentar
  - 06** Logistică, stoc și suport clienți
  - 07** KPI zilnici și dashboard de monitorizare
  - 08** Post-BF — retenție, Cyber Monday și lecții
- + Întrebări frecvente

## 1 Pregătire strategică — 6-8 săptămâni înainte

Sezonul BF din România începe oficial în noiembrie, dar cumpărătorii compară oferte din octombrie. Magazinul care pornește târziu plătește CPC mai mare și pierde stocul pe produsele profitabile. Planifică din timp auditul tehnic, feed-urile și paginile de destinație.

### 📌 Sfat ValCode

Creează o pagină /black-friday-2026 indexabilă din 1 octombrie — Google o va crawla înainte de spike-ul de căutări.

- Audit viteză: LCP sub 2s pe mobil, TTFB sub 600ms
- Google Merchant Center: 0 erori, GTIN/MPN completate
- Landing pages BF cu oferte clare și countdown real
- Stoc sincronizat între ERP, magazin și marketplace-uri
- Pagini produs cu preț vechi tăiat + badge reducere
- Test comandă completă: plată, factură, email confirmare

## 2 Google Ads — Search, Shopping și Performance Max

În BF, CPC-urile cresc cu 30-50% pe categorii competitive (electronice, fashion, cosmetice). Campaniile fără structură clară ard bugetul pe termeni generici. Separă brand, non-brand și remarketing pentru control real al ROAS-ului.

### 📌 Sfat ValCode

Activează campaniile cu 7 zile înainte la buget redus pentru a acumula date de conversie — algoritmul are nevoie de istoric.

- Performance Max cu feed Merchant + asset groups pe categorii
- Search: keywords „black friday [produs]”, „reduceri [brand]”
- Shopping: prioritizare produse marjă mare, exclude out-of-stock
- Buget +40-60% față de media lunii, distribuit pe zile de vârf
- Bid adjustments mobil (+20%) — 70% trafic BF e pe telefon
- Excluderi: termeni irelevante, locații fără livrare

### 3 Meta Ads — creative, catalog și retargeting

Pe Facebook și Instagram, creative-ul face 80% din performanță în sezon. Catalogul dinamic trebuie actualizat zilnic cu prețuri BF. Retargetingul pe vizitatori 7-30 zile convertește de 3-5x mai bine decât prospecția rece.

#### 📌 Sfat ValCode

Testează minimum 4 variante creative per ad set — Meta optimizează rapid spre cea cu CTR cel mai mare.

- Countdown ads cu dată reală de expirare ofertă
- Dynamic Product Ads din catalog sincronizat
- Abandon cart flow: 3 mesaje în 72h (reminder, reducere, urgență)
- Conversions API (CAPI) activ — iOS tracking pierde 30-40% fără el
- UGC și video scurt (15s) outperform imagini statice
- Lookalike 1-3% din cumpărători ultimii 180 zile

### 4 Email marketing — secvențe pre, during și post-BF

Emailul are cel mai mare ROI în BF: 35-45€ returnat per 1€ investit, dacă lista e segmentată corect. Trimite valoare înainte de reducere — altfel deschiderile scad și ajungi în spam. VIP-urilor oferă acces early cu 24h înainte.

#### 📌 Sfat ValCode

Trimite emailul de early access marți sau miercuri dimineața, 8-9 — ratele de deschidere sunt cu 15% mai mari.

- 3 emailuri pre-BF: teaser, early access VIP, countdown final
- Segmentare: cumpărători recenți, inactivi 90+ zile, abonați noi
- Subject lines concrete: „-40% la [categorie] — doar 48h”
- Post-purchase: cross-sell complementar în 48h după comandă
- Win-back pentru coș abandonat: 2 remindere + cod -10%
- Curățare listă: elimină bounce și non-openers 6+ luni

## 5 CRO — conversie fără CPC suplimentar

Dublarea traficului fără optimizare checkout înseamnă bani pierduți. În BF, utilizatorii sunt grăbiți — orice fricțiune (cont obligatoriu, cost livrare ascuns) crește abandonul cu 20–35%. Optimizează înainte de a crește bugetul ads.

### ☐ Sfat ValCode

Adaugă estimare livrare („Ajunge joi”) pe pagina produs — crește conversia cu 8–12% conform studiilor e-commerce.

- Guest checkout obligatoriu — fără cont forțat
- Trust badges: ANPC, retur 14 zile, plată securizată
- WhatsApp support live în zilele de vârf (10–22)
- A/B test headlines și CTA pe paginile de categorie BF
- Livrare gratuită de la prag clar afișat deasupra fold-ului
- Sticky bar mobil cu oferta principală și countdown

## 6 Logistică, stoc și suport clienți

Cel mai costisitor eșec BF: vinzi ce nu poți livra. ANPC și recenziile negative din decembrie îți afectează brandul tot anul. Planifică stocul de siguranță și comunică transparent termenele de livrare.

### ☐ Sfat ValCode

Publică un banner „Comenzi plasate până pe 28 nov — livrare garantată înainte de Crăciun” doar dacă poți onora promisiunea.

- Buffer stoc 15–20% pe SKU-uri top 20% vânzări
- Integrare curieri: AWB automat, tracking SMS client
- Echipă suport extinsă: chat, telefon, email în paralel
- FAQ BF actualizat: retur, garanție, termene livrare
- Pauză ads pe produse sub 5 bucăți stoc
- Plan B furnizori: listă backup cu termene confirmate

## 7 KPI zilnici și dashboard de monitorizare

În BF nu poți aștepta raportul lunar. Măsoară zilnic ROAS per canal, rata de conversie checkout și AOV. O scădere de 15% ROAS într-o zi semnalează fie creative obosite, fie concurență agresivă pe același keywords.

### 📌 Sfat ValCode

Folosește un Google Looker Studio conectat la GA4 + Ads — raport zilnic automat la 8 dimineața.

- ROAS per canal: Google, Meta, Email, Organic
- Rata conversie checkout (target: >2.5% fashion, >3.5% electronice)
- AOV (Average Order Value) și produse per comandă
- CPA vs target — oprește campaniile sub prag 48h
- Trafic mobil vs desktop și bounce rate pagini BF
- Stoc sell-through: % vândut din stoc alocat BF

## 8 Post-BF — retenție, Cyber Monday și lecții

Black Friday nu se termină vineri. Cyber Monday și săptămâna 2 aduc 20–30% din venitul total al sezonului. Retenția clienților noi din BF determină LTV-ul pe tot anul 2027.

### 📌 Sfat ValCode

Contactează clienții noi din BF în ianuarie cu ofertă personalizată — rata de re-cumpărare crește de 4x.

- Campanie Cyber Monday: altă selecție produse, alt discount
- Email post-BF: mulțumire + recomandare produse complementare
- Program loyalty: puncte duble pentru comenzi în decembrie
- Analiză post-mortem: ce a mers, ce nu, buget irosit
- Actualizare audiențe remarketing cu cumpărători BF
- Planificare BF 2027: notează CPC, CR și stoc epuizat prea devreme

## Întrebări frecvente

### **Cât buget ads e realist pentru Black Friday?**

De 2-3x bugetul lunar obișnuit. Un magazin cu 3.000€/lună ads ar trebui 6.000-9.000€ pentru tot sezonul BF+CM. ValCode.dev oferă pachete BF cu setup campanii + monitorizare zilnică.

### **Când să pornesc campaniile Black Friday?**

Tehnic și feed-uri: cu 6 săptămâni înainte. Ads la buget redus: cu 7-10 zile înainte. Scalare completă: de joi pre-BF până Cyber Monday.

## Implementare completă

Site + SEO + Google Ads + Mentenanță  
Audit gratuit · Demo site gratuit · Răspuns în 24h

**[valcode.dev/contact](https://valcode.dev/contact)**

+40 750 205 515 · [contact@valcode.dev](mailto:contact@valcode.dev)