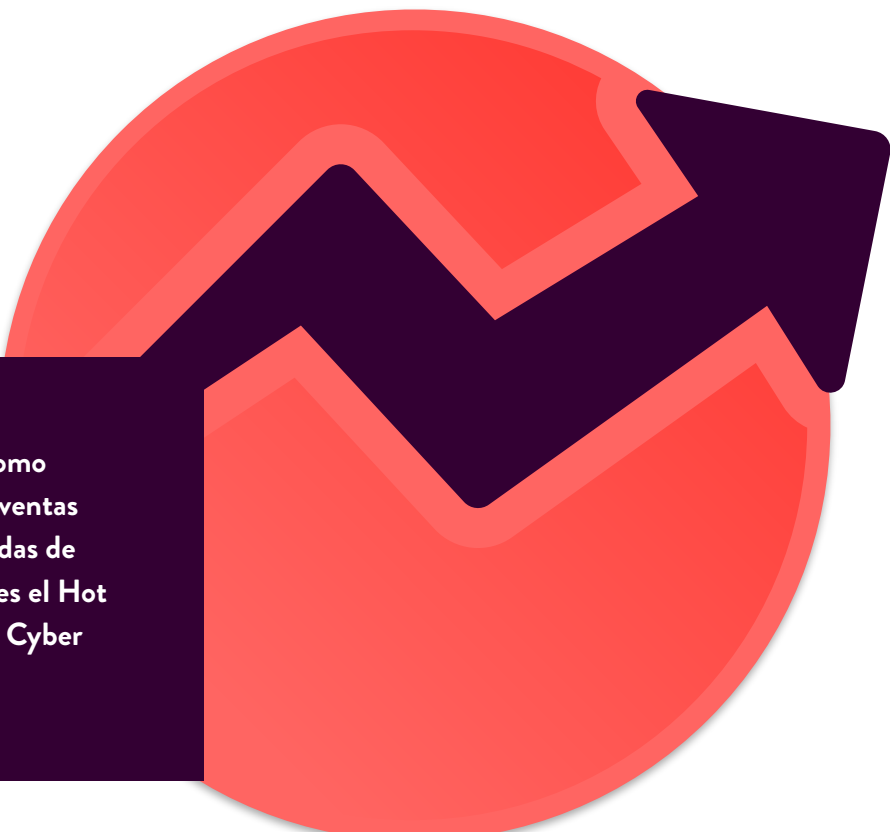




ESTRATEGIAS
RESPONSABLES
DE NEGOCIO

GUÍA PARA **VENDER MÁS** EN EL HOT SALE

Nunca sabemos lo que queremos
hasta verlo en oferta



Con esta guía aprenderás a como aumentar y potencializar tus ventas de manera eficaz en temporadas de ofertas importantes como lo es el Hot Sale, Black Friday, Buen Fin, Cyber Monday, entre otros.

Para ello primero es importante contextualizar sobre **¿QUÉ ES EL HOT SALE?**

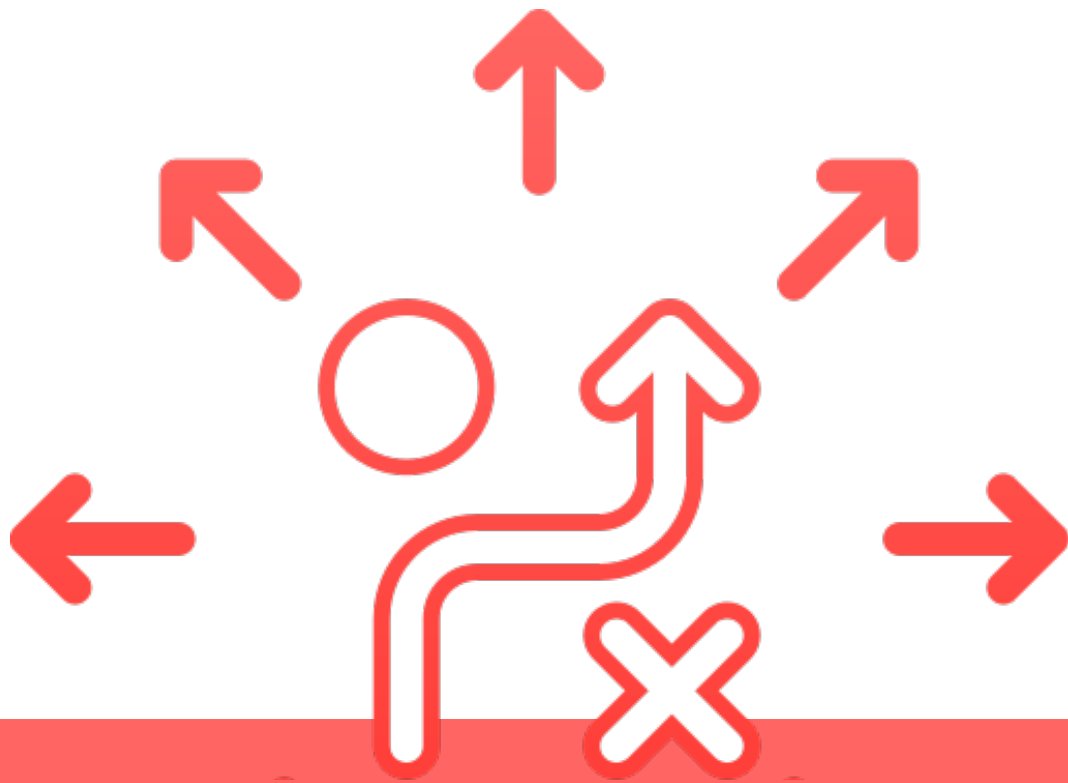
Se trata de uno de los eventos más importantes de promociones en e-commerce del año, es decir, es un evento online en el que las marcas venden sus productos y/o servicios con atractivas promociones y descuentos durante un fin de semana al año. La fecha exacta puede variar un poco de un país a otro, pero por lo general suele suceder a mitad del segundo trimestre del año.

El propósito de este evento no es otro que el de multiplicar las ventas y para algunas empresas también es una estrategia para darse a conocer entre sus clientes potenciales.



Ya que sabemos que es el Hot Sale, es momento de preparar a tu negocio para que pueda ser partícipe de este evento y antes de definir cualquier estrategia, lo primero que debes hacer es realizar un análisis de los costos de tus productos y/o servicios y así identificar cuáles de estos puedes ofrecerles en promociones y descuentos a tus clientes sin afectar las ganancias de tu empresa.

Puedes optar por un descuento simple, pero que sea un gancho atractivo para impulsar al máximo las ventas de tu producto estrella, o por el contrario, crear ofertas muy llamativas para impulsar la venta de los productos rezagados o que no están vendiéndose tanto como te gustaría.



Una vez identificados los productos y servicios que puedes incluir en los descuentos de esta temporada, podemos pasar directo a las estrategias que te ayudarán a vender más durante eventos como el Hot Sale.





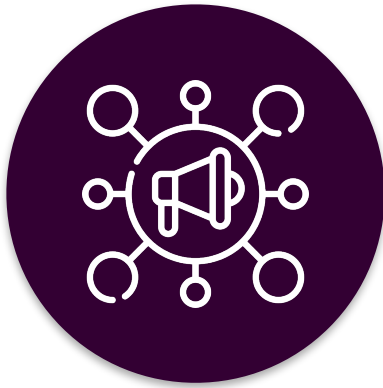
Planea tus estrategias de marketing

Lo primero es definir de manera muy clara tu objetivo estratégico y lo segundo es entender el comportamiento de tus productos durante el año, es decir, cuáles se venden más, cuáles menos, cuáles dejan más ganancias y cuáles menos y así crear estrategias que tengan sentido y arrojen buenos resultados.

Después de elegir los productos a promocionar en el Hot Sale es momento de elegir las estrategias de promoción y precio, aquí te dejamos una lista de las más comunes y atractivas para este tipo de ofertas:

- ✓ Descuentos exclusivos en compras con tarjetas de crédito o tarjetas de cierto tipo de banco
- ✓ Promociones 2x1 o 3x2
- ✓ Cupones de X% de descuento en compras superiores a \$X cantidad
- ✓ Combos de producto, ejemplo: en la compra del producto A obtén un 50% de descuento en el producto B
- ✓ Envío gratis
- ✓ X% de descuento en la compra de X cantidad de piezas
- ✓ Cupón de descuento para futuras compras, ejemplo: en la compra del producto X obtén un cupón de X% de descuento para tu próxima compra
- ✓ Asociarse con otra marca para crear descuentos en conjunto
- ✓ Presentar un producto en descuento de edición limitada
- ✓ Un regalo en la compra de X producto o en las compras a través de la tienda online o app
- ✓ Enviar correos a tus clientes con códigos de descuento exclusivos

Adapta estas estrategias a tus necesidades y tus objetivos, lo importante es establecer términos y condiciones para estas estrategias, dar a conocer a los clientes y usuarios dichas condiciones de manera clara y respetar siempre lo establecido en ellos.



Difusión de las estrategias

Es importante tener en mente que de nada sirve tener estrategias de promociones y descuentos si tus clientes potenciales no se enteran de estas ofertas, por ello es indispensable difundir y dar a conocer previo al inicio del Hot Sale para ir generando expectativa y durante el mismo para asegurarse que los clientes potenciales puedan aprovechar tus ofertas.

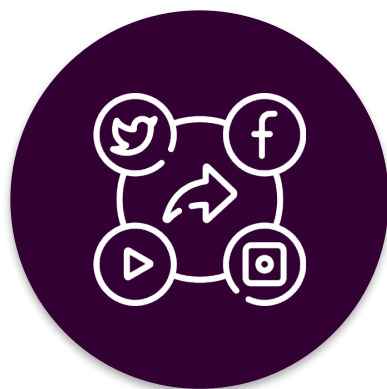
Los mejores canales para difundir estas promociones en eventos como el Hot Sale son:

- ✓ Campañas de email marketing
- ✓ Pop up o banners en tu sitio web
- ✓ Avisos y notificaciones en tu app móvil
- ✓ En todo el social media: principalmente en stories
- ✓ Mediante influencer relevante para tu mercado meta
- ✓ Campañas de pauta en Google Ads o redes sociales
- ✓ Publicidad impresa en tiendas y sucursales físicas



Para este punto también es muy importante dejar en claro los días que estarán las promociones, es decir, cuándo inician y terminan.

Y no olvides la creatividad, con diseños y títulos llamativos, hacer uso de hashtags que se relacionen y sean tendencia



Canales de venta online

En este tipo de eventos la mayoría de las personas suelen optar por la compra en línea, por ello debes asegurarte de estar presente en los sitios de e-commerce que suelen usar tus clientes potenciales.

En ocasiones no basta con tener tu propia tienda online en tu sitio web o app móvil, si tus clientes potenciales están buscando tus productos en otras plataformas de e-commerce, por ello lo ideal es sumar otros canales de venta, aquí te dejamos una lista de los más populares a los cuales podrías sumar tu catálogo de productos:

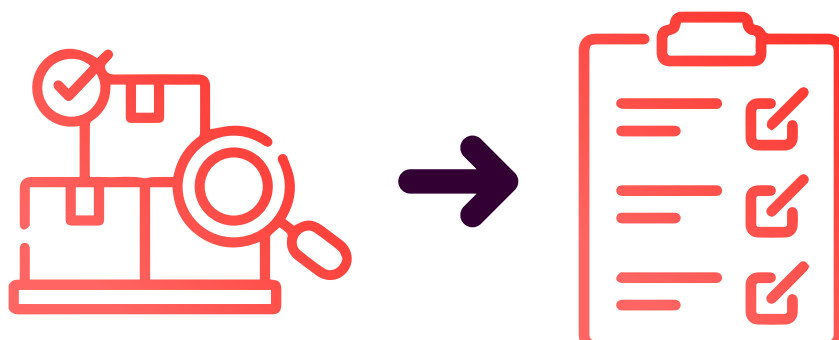
- ✓ Instagram shopping: esta herramienta permite etiquetar productos en las fotos que se publican en tu feed o en tus historias, pudiendo así impulsar tu tienda online.
- ✓ La tienda de Facebook: puedes añadir esta pestaña y herramienta al perfil de tu marca para mostrar todo tu catálogo de productos, darte de alta en esta función es muy sencillo.
- ✓ WhatsApp Business: es ideal para todo tipo de empresas sin importar su tamaño, ya que ayuda a dar atención al cliente 24/7 resolviendo las dudas frecuentes de los clientes potenciales y los ayudará a la toma de decisiones.
- ✓ Plataformas de e-commerce como Amazon, Mercado Libre, Shopify, entre otras, son un gran medio en los que tus clientes potenciales podrían buscar tus productos y estar presente en estas plataformas te puede hacer llegar a nuevos clientes y mercados.



Mantén actualizada tu tienda online y tu catálogo de productos

En este tipo de eventos y ofertas es muy importante estar actualizando el estatus de tu catálogo, para ello asegúrate de tener todos tus productos disponibles con fotografías llamativas pero reales del producto, dar una descripción clara de cada producto para evitar el mayor número de dudas de los clientes potenciales, tener siempre actualizados los precios e incluir especificaciones claras y reales de cada producto.

Además, recuerda que las ofertas como Hot Sale tienen una duración, por ello si durante los días de promociones algún producto se agota, asegúrate de hacerlo saber a los usuarios que navegan por tu tienda o las distintas plataformas y a su vez hazle saber a esa persona que puede hacer si el producto que desea está agotado, para ello puedes invitarlo a enviarte un mensaje y así tú le avisarás cuando el producto vuelva a estar disponible. Para mantener tu inventario actualizado, lo ideal es usar una herramienta de ERP como lo son: Ecomm-App, Contabilium, TFactura, etc.



Además de respetar los días de descuentos, es decir que el precio y promociones solo sea durante los días establecidos, no antes ni después, ya que aunque pareciera que las estrategias de promociones funcionan y nos gustaría extenderlas por unos días más para seguir impulsando las ventas esto puede molestar a tus clientes frecuentes que hicieron el esfuerzo de adquirir tus productos o servicios durante los días establecidos, dicho de otra manera no respetar los días establecidos te hará perder credibilidad.

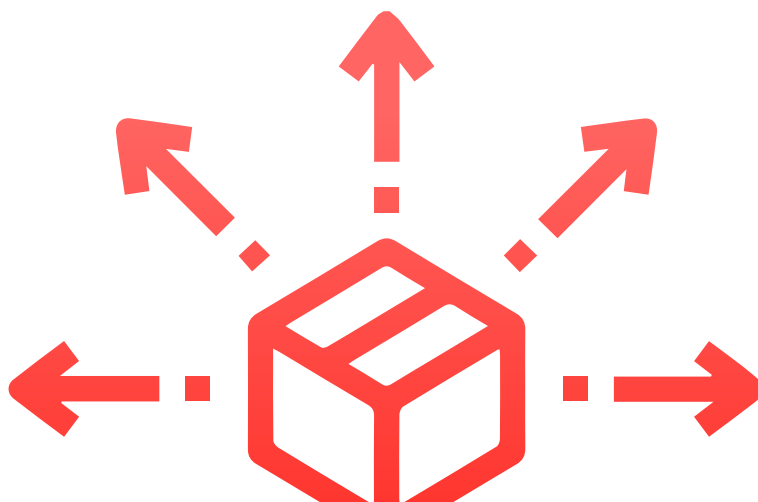
Otro buen consejo es armar una sección especial en tu sitio web o tienda online donde se muestre todos los productos en descuento, así probablemente si una persona compra el producto A por su oferta quizá le interese también el producto B y C que tienen descuento.



Logística de envío

Lo más común es que en estas fechas de ofertas las ventas aumenten y por ende la logística de envíos suele complicarse un poco más y esto es clave para la experiencia del usuario y quizá de aquí dependerá si un cliente vuelva a comprar tus productos o no. Pues aunque un cliente esté muy contento por adquirir el producto que quería con un descuento muy llamativo, el hecho de tener que esperar demasiado para recibirlo por una mala logística puede hacer que se quede con un mal sabor de boca.

Por eso debes de preparar bien tu logística en este tipo de eventos, si es necesario puedes pedir ayuda extra en estas fechas para enviar los pedidos lo más rápido posible, ya sea con más personal en tu empresa o contratando a más empresas de paquetería y envíos solo por unos días para agilizar el proceso.



Ofrece diversas alternativas a tus clientes tales como: servicios de envío que cubren a todo el país, entrega rápida, entrega pickup en punto de venta para aquellos que viven cerca de la sucursal física.

Y por último, pero no menos importante, se transparente con tus clientes, avísales que debido a la alta demanda su pedido puede tardar un poco más de lo normal en llegar, así tus clientes estarán más tranquilos y no con la incertidumbre de si su compra llegará o no.



Brinda una atención al cliente de alta calidad

Es imposible que los clientes no tengan dudas acerca de un producto, el proceso de compra, de pago, de envío, etc. Por ello asegúrate de tener la información muy clara en tu tienda online para evitar el mayor número de dudas.

También es una buena idea tener una sección de preguntas frecuentes, así como dejar a su disposición una manera de contactar para aclarar dudas o incluso para realizar seguimiento a sus pedidos. Pues por el alto nivel de ventas en este tipo de eventos suele haber más quejas de envíos incorrectos, solicitudes de devolución o simplemente más dudas de lo habitual.

Si un cliente potencial no tiene una respuesta rápida durante la duración de las promociones puede que prefiera hacer su compra con la competencia, por ello es importante definir antes cómo se llevará a cabo la atención al cliente, para esto puedes apoyarte de chatbots, la sección de preguntas frecuentes y de capacitar al personal de atención al cliente para estar preparados y poder resolver cualquier duda que tenga un cliente.



El precio es lo que se paga, el valor es lo que se obtiene



- Warren Buffett

Con todos estos consejos esperamos que puedas estar preparado para la temporada de ofertas y descuentos, no solo del Hot Sale si no de cualquier estrategia o temporada de este tipo, pues estos eventos son una gran oportunidad para darte a conocer y llegar a nuevos mercados, también son ideales para fidelizar a tus clientes y sobre todo para vender más.

Esperamos que esta guía te haya sido de utilidad

ESTAREMOS FELICES DE AYUDARTE

Si necesitas una asesoría o la cotización de algún servicio, puedes contar con nosotros.

TONIC se especializa en:

Comunicación y
mercadotecnia
responsable

Diseño gráfico
y editorial

Programación
web y sistemas

Sostenibilidad



ESTRATEGIAS
RESPONSABLES
DE NEGOCIO

México

+52 1 442 157 1136
solucion@tonic.mx

Panamá

+507 294 2550
lmaldonado@tonic.lat

www.tonic.lat

