

Doppler

Hot Sale

Checklist: planifica tus acciones antes, durante y después



Descubre qué tan encaminada está tu estrategia para las jornadas comerciales que se avecinan

El **Hot Sale** es una acción llevada adelante por las Cámaras de Comercio Electrónico de diferentes países en el marco del Día Mundial de Internet. Durante tres días, cientos de empresas ofrecen promociones y descuentos exclusivos en sus productos y servicios, logrando **aumentos considerables de ventas y facturación**, alcanzando **mayor visibilidad** y generando **nuevos clientes**.

El Hot Sale será un suceso para tu negocio si llegas adecuadamente preparado. Es importante planificar con tiempo y distinguir qué acciones conviene implementar **antes, durante y después del evento**. De este modo, harás que esta fecha especial se integre a tu estrategia global de negocio y deje de ser un hecho aislado.

Esta **Checklist** contiene los grandes temas de interés y preocupación de todos aquellos que venden a través de Internet, **sin importar el tamaño de su empresa**. Medita sobre cada punto, estima tus resultados y determina los aspectos a mejorar.

¡Tómate unos minutos para completarla y al finalizar descubre qué tan encaminado estás al éxito!

Antes del Hot Sale: ¿Cuáles de estas acciones estás poniendo en práctica?

SÍ NO



¿Has definido tus objetivos comerciales y armado tu planificación día por día?

Se trata de un puñado de horas de venta con una importancia superlativa para tu negocio. ¡Planifica lo más que puedas! Pon por escrito tus aspiraciones tanto en volumen de facturación como en unidades vendidas y confecciona un plan que detalle tu estrategia para cada jornada.



¿Has estimado el tiempo y los recursos técnicos, económicos y humanos disponibles frente a los necesarios para atender la demanda durante estos días?

Identifica las principales tareas, las personas involucradas en la ejecución y el tiempo aproximado que demandarán. Esto te servirá para cotejar con los recursos reales con los que cuentas.

La estimación y asignación del presupuesto debe ir a la par de los objetivos comerciales que hayas definido. Pregúntate cuánto quieres ganar y si la inversión que planeas hacer te permitirá lograrlo.



¿Has revisado el stock del que dispones para estas jornadas?

La contabilización y actualización de tu stock de productos es una cuestión central: debes considerar si es pertinente reforzarlo y fijar objetivos en función de ese activo físico. Por el contrario, si cuentas con demasiados artículos, podrías definir rebajas y descuentos sobre ellos para acelerar la venta.



¿Has estudiado a la competencia?

¡Es lícito y necesario tomarse un momento para observar qué están haciendo los demás! Esto te ayudará a identificar tendencias, obtener ideas para tu propia planificación y analizar las estrategias que cada uno pondrá en juego durante el Hot Sale. Además, es una buena forma de evitar retrasarte, por ejemplo, al momento de lanzar Campañas y promociones.



¿Has definido qué descuentos y beneficios ofrecerás?

Apela a la creatividad para ofrecer a tus compradores una propuesta original y de valor. 2x1, precios especiales, envíos bonificados, cupones de descuento para compras futuras... son muchos los recursos de los que puedes echar mano. También podrías ofrecer combos de productos a menor precio que si se compraran individualmente. Otra buena estrategia es asociarse a otra marca o generar alianzas para llevar adelante acciones o descuentos en conjunto.



¿Has actualizado el contenido de tu Sitio y/o el catálogo de tus productos indicando el precio anterior y el porcentaje de rebaja, la disponibilidad y otra información útil?

Cualquiera sea la “vidriera” de tus productos, debe contar con todos los datos necesarios para motivar la decisión de compra. Si el contenido está obsoleto, inconcluso o poco claro definitivamente debes modificarlo antes del Hot Sale.



¿Has identificado los canales que utilizarás para la promoción de tus productos?

Redes Sociales, Campañas de Email o publicidad paga en Internet, son algunas buenas opciones que garantizan resultados.

Ten en cuenta que el Email Marketing es el medio de comunicación preferido de la audiencia para mantenerse en contacto con las marcas. ¡Enviar [Campañas Promocionales](#) es una [inversión segura](#)!

¿Sabes que Doppler cuenta con Plantillas temáticas 100% editables para esta fecha especial? Son gratuitas y se adaptan a todos los dispositivos. Pruébalas creando una cuenta en Doppler.;



¿Has definido los canales para la logística y distribución de tus productos y has comprobado su correcto funcionamiento?

En esta fecha, los clientes se sienten impulsados a comprar esencialmente para obtener un diferencial. Este puede ser una rebaja en los precios o la optimización de las condiciones de envío y recepción de los productos.

Más que nunca debes asegurarte que estos canales funcionen correctamente y que cumplan con los tiempos de entrega pautados. Frente a la gran demanda que se generará durante estos días, es atinado que comuniques a tus clientes plazos de entrega realistas, sin falsas promesas. También deberás explicitar tu política en caso de demoras o mal estado de los productos.

Durante el Hot Sale: ¿Qué acciones piensas implementar?

SÍ NO



Actualizar diariamente los stocks e informar por los distintos canales habilitados acerca de los productos en falta.

Tus compradores agradecerán la información en tiempo real para tomar decisiones satisfactorias y evitar frustraciones y pérdidas de tiempo.

En caso de detectar un faltante y un alto requerimiento por parte de tus compradores, podrías pedirles sus datos de contacto para avisarles cuando esté nuevamente disponible, y así concretar la venta.



Implementar estrategias como "descuentos de último minuto" o precios especiales por final de stock.

A medida que pasan las horas, agregar incentivos seguramente acelerará tus ventas. Resalta la fugacidad de las rebajas, los precios "exclusivos por el Hot Sale" y el porcentaje o cifra de ahorro.



Intensificar la promoción y difusión por los medios escogidos.

Entra en contacto permanente con tu audiencia, recuérdale a cada momento que estás allí y que tienes una infinidad de artículos para ofrecerle. ¡Si te lo propones puedes vencer su resistencia y lograr la venta!



Definir y habilitar los canales para la Atención al Cliente y asegurar una pronta respuesta: WhatsApp, Email, Skype, chat online o telefónicamente.

Debes estar disponible para ellos ante cualquier duda, pregunta o reclamo. Considerando que el volumen de ventas y de potenciales interesados en tus productos será mayor en estos días, procura el acceso a la mayor cantidad de vías de contacto posibles y optimiza los tiempos de respuesta.

Una buena opción podría ser habilitar un número de [Whatsapp](#), para brindar atención personalizada e instantánea.



Informar los medios de pago disponibles y las condiciones de venta durante el Hot Sale.

Más que nunca, deberás explicitar estas cuestiones para reducir la cantidad de consultas y evitar compras frustradas por no contar con esta información.

Después de Hot Sale: ¿Cómo transitarás los días post evento?

SÍ NO



¿Analizarás los resultados obtenidos en diversos campos?

Puedes llevar adelante un análisis de acuerdo a criterios como volumen de venta y facturación, cantidad de visitas a tu Sitio, alcance de tus publicaciones y [Campañas de Email Marketing](#), número de consultas recibidas, resueltas, en proceso, etcétera.



¿Compararás el desempeño con el de años anteriores y trazarás objetivos para la próxima fecha especial o edición del Hot Sale?

Una vez realizado el análisis por campos, será aún más enriquecedor que puedas cotejar los resultados obtenidos en ediciones pasadas, realizar una comparativa y establecer metas a futuro.



¿Emplearás estrategias como la extensión de los descuentos una vez finalizadas las jornadas?

Esto debes hacerlo solo si consideras que vale la pena para los objetivos comerciales que persigues, y en ese caso evaluar los argumentos para comunicarlo, la duración de la promoción y las expectativas en torno a los resultados.



¿Definirás acciones y habilitarás canales para el proceso de post venta?

Bien sabes que no solo se trata de vender: debes estar ahí para lo que tus clientes puedan necesitar una vez efectuada la compra. Sobre todo, proponte explotar esta etapa para fomentar la fidelización y la recompra.



¿Enviarás un agradecimiento, saludo, encuesta, obsequio personalizado a quienes compraron tus productos durante el Hot Sale?

Una vez finalizado el evento, tienes una oportunidad y una excusa para seguir en contacto con tus clientes y ofrecerles contenido de valor.

¿Qué tan preparado estás para el Hot Sale? ¡Averígualo!

Llegó el momento de contabilizar la **cantidad de respuestas afirmativas** para estimar el desempeño de tu negocio durante esta fecha. Recuerda que todas las opciones anteriores representan **buenas prácticas antes, durante y después del Hot Sale**.

Si has contestado a conciencia y evaluado tus posibilidades reales de ponerlas en práctica, los resultados que obtengas te servirán para tener un **panorama realista** de la situación.

¡Y recuerda que no es tarde para rectificar el camino y hacer del **Hot Sale un hito para tu negocio!**

★ 1 a 5 puntos: A tu estrategia le falta un empujón

Un plan de acción elemental debería contemplar **al menos dos opciones en cada etapa** del Hot Sale. Es muy probable que las elegidas te resulten **insuficientes para obtener resultados satisfactorios**, ¡pero no desesperes! Si realizaste esta Checklist como primer paso para la planificación, aún estás a tiempo de reconsiderarlo **todo y barajar de nuevo**.

★★ 6 a 12 puntos: Vas por buen camino, ¡pero aún puedes hacer más!

Con los cursos de acción elegidos podrás encarar una estrategia simple y efectista, pero es posible que **sólo te funcione en el corto plazo**. Si quieres empezar a transitar la senda del éxito con tu tienda, intenta robustecer tu planificación de buenas prácticas para asegurarte mejores ventas.

★★★ 12 a 17 puntos: Puedes esperar interesantes resultados de tu negocio durante el Hot Sale

Has demostrado tener conciencia sobre la **importancia de esta fecha** y la variedad de frentes que debes cubrir para alcanzar el éxito. En la teoría has sacado muy buena nota, ¡esperamos que en la práctica obtengas iguales resultados!

★★★★ 18 puntos: ¡Tu estrategia es perfecta!

Tus respuestas son las que se esperan de un **plan de Marketing Digital sobresaliente**. ¡Nos alegra enormemente que cuentes con una planificación tan completa para el Hot Sale! Sin dudas, la trascendencia de esta fecha especial repercutirá de lleno en tus ventas. ¡Que lo aproveches!

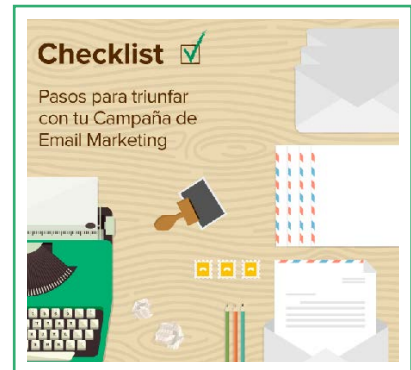
¿Te ha resultado útil esta Checklist? Entonces te sugerimos estos materiales:



Estrategias de Marketing para Tiendas Online



Calendario de Marketing Estacional 2018



Checklist pre-envío de tu Campaña de Email

Doppler

Envía Campañas de Email Marketing para el Hot Sale.

Aumenta la visibilidad de tu marca, llega a nuevos clientes e incrementa tus ventas. Crea tu cuenta gratis y sin límites de envíos hasta 500 Suscriptores.

PRUEBA DOPPLER GRATIS

¡Comparte esta Checklist con tus amigos!

