

DOPPLER 

# Plan de Comunicación efectivo para Jornadas de Venta Online.





**Hot Sale, CyberDays, Black Friday, Buen Fin y Ciber Lunes. De acuerdo al país, las Jornadas especiales de venta online adoptan distintos nombres, pero todas tienen el mismo objetivo: aumentar la facturación de los E-commerce.**

**En este Recurso encontrarás ideas y consejos para armar tu Plan de Comunicación y difusión, centrado en el canal con mayor Retorno de Inversión: el Email y Automation Marketing.**

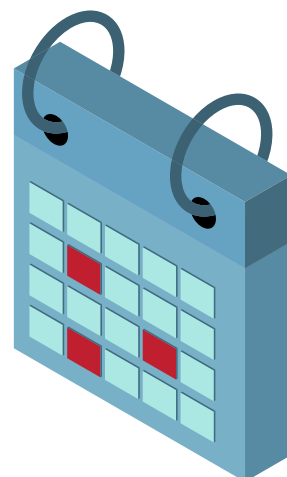
**¡Sigue paso a paso este Plan y saca el máximo provecho de las Jornadas de Venta Online este año!**

# ¿Para qué sirve un Plan de Comunicación para Jornadas de Venta Online?

Puede que tu Tienda Online esté preparada para recibir visitas, incluyendo un catálogo de productos y servicios exitoso. Sin embargo, si no cuentas con un Plan de Comunicación que acerque tus productos a tu público objetivo no lograrás aprovechar al máximo las Jornadas de Venta Online. **¡Construye tu Plan de Comunicación y convierte a la planificación en tu mejor aliada!**

## Los beneficios de crear un plan de comunicación:

- Dirige tus acciones en función de tus objetivos.
- Optimiza tus esfuerzos y recursos y orienta tus esfuerzos de Marketing a los canales que más convierten.
- Obtén visibilidad de tus acciones y las de tu equipo y mide el impacto.
- Genera una comunicación coherente y estratégica sobre tu marca.
- Al finalizar las Jornadas, podrás hacer una retrospectiva o balance y aprender de tus acciones.



# La receta para alcanzar el éxito

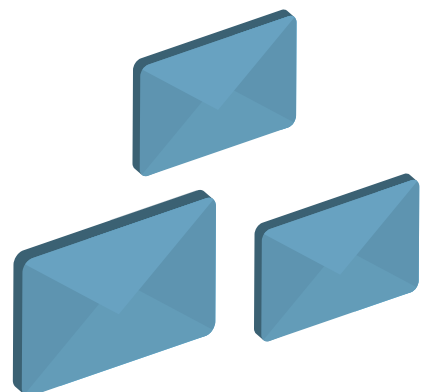
Tu Plan de Comunicación te ayudará a lograr tus objetivos de negocio, y para ello debes tener muy en claro cuáles son.

Si las Tasas de Conversión de Visita a Cliente en las Tiendas Online suelen rondar el 1%, deberás pensar: ¿Cuántas visitas necesito para lograr mi objetivo de venta? Construye tu Plan a partir de ello.

Si tu **objetivo de ventas** es de \$100 y el **ticket promedio** de tu E-Commerce es de \$10, necesitarás 1000 visitas para lograr tu objetivo. ¿Cómo llegarás a esa cantidad de visitas en tu E-Commerce?.

## ¿Qué no puede faltar en tu Plan de Comunicación?

- **Definir tu público objetivo:** son el conjunto de personas a las que quieres transmitir tu mensaje.
- **Delinear tus objetivos de comunicación:** pueden ser objetivos de venta, fidelización, reforzar tu imagen de marca, etcétera.
- **Elegir tu Canales de Marketing:** donde transmitirás tu mensaje a tu público objetivo.



# 1- Conoce tu público objetivo y apuesta a la relevancia de tus mensajes.

La personalización de los mensajes y que sean del interés particular de quienes los reciban, será la clave del éxito. Crea Segmentos de Suscriptores a partir de la información que tienes de ellos que has recolectado previamente.

- **Datos demográficos:** Género, edad, ciudad, etc.
- **Campos Personalizados:** ¿Tiene mascota? ¿Cuál es su color favorito? En Doppler puedes crear todos los Campos Personalizados que necesites. [Conoce cómo hacerlo.](#)
- **Datos provenientes de Integraciones con otras herramientas:** ¿Ha realizado una compra en los últimos seis meses?

## #DOPPLERTIP

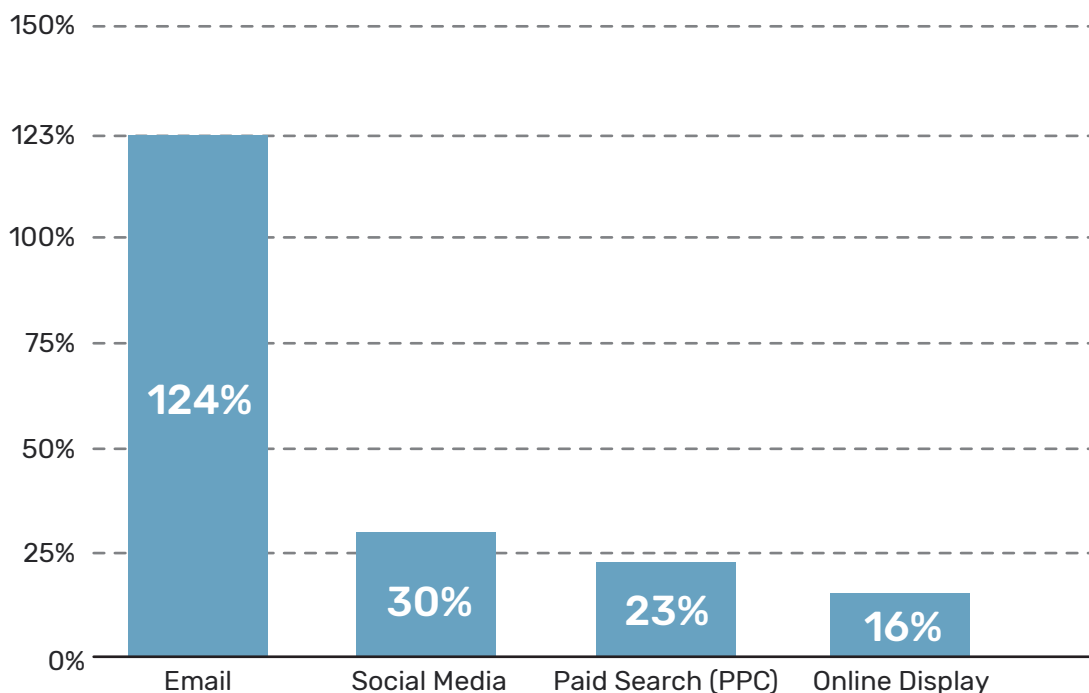
Previo a las Jornadas de Venta Online, crea Segmentos de personas que han demostrado interés en categorías específicas de tus productos. Y durante la Jornada, envíales contenido de mayor valor, ofertas asociadas a sus preferencias.

## 2- Elige los canales de comunicación más eficientes.

¿Cuáles son los canales a través de los que contactarás a tu público objetivo?. Selecciona sólo aquellos que creas que puedes gestionar eficientemente y confías en su Retorno de Inversión.

- Redes Sociales como **Instagram, Facebook, Youtube, Tik Tok.**
- Anuncios pagos en la red de **Google o Facebook.**
- Publicaciones en Medios Gráficos.

### ROI MEDIO GENERADO EN CANALES DE MARKETING



Fuente: [Statista](#)

## 3- Enriquece tu Base de Datos con Formularios.

Si te has planteado objetivos ambiciosos para el canal de **Email y Automation Marketing**, deberás focalizar una parte importante de tus esfuerzos en sumar nuevos usuarios interesados en tu marca. Para ello cuentas con **Formularios** clásicos y pop ups que harán este trabajo por ti.

### ¿Dónde puedes colocar tus Formularios?

- Puedes utilizar **Banners** dentro de tu sitio. También puedes utilizar **Hello Bars, Pop Ups, Side Bar Forms**, etc.
- Utiliza **Formularios de Suscripción a Newsletter** dentro del catálogo de tu E-Commerce.
- Crea **contenido en tus Redes Sociales** que deriven a un Formulario.
- Crea una **Landing Page** con Formulario y anuncios pagos en los resultados de búsqueda de Google, Display y Redes Sociales.
- Puedes crear **anuncios** con objetivo generación de Leads en gran parte de los medios digitales.

### #DOPPLERTIP

Crea Formularios que cautiven a tus usuarios y ofréceles contenido de valor a cambio. Utiliza sólo los campos que necesites, ya que cuantos menos campos contenga, más altas serán las probabilidades de que ese usuario lo complete.



## 4- Integra tu ecosistema de Marketing.

Las herramientas que utilizas día a día con tu equipo, pueden conectarse a tu herramienta de **Email, Automation y Data Marketing**. Será importante que lo hagas, ya que cada una de ellas cumple una función y recolecta información que puede ser muy valiosa para aumentar las conversiones a través de tus Campañas de Email y SMS.

Lo primero que debes hacer es **integrar tu plataforma de E-commerce** con **Doppler**.



*¿No encuentras la plataforma que utilizas?*

*[Mira todas las aplicaciones con las que Doppler puede conectarse fácilmente.](#)*

### **Integrando tu plataforma de E-commerce con Doppler podrás:**

- Enviar Emails y SMS cuando un usuario abandona su carrito de compras.
- Clasificar y enviar comunicaciones diferenciadas a los usuarios de acuerdo a su estadio de compra.
- Enviar comunicaciones especiales y ofertas únicas para tus segmentos de público objetivo.
- Utilizar los productos de tu Tienda para crear Campañas únicas.



# 5- Planifica tus Campañas de Email Marketing.

Calendarizar **todas las Campañas de Email Marketing que enviarás** te ayudará a tener una estructura de comunicación ordenada facilitándole a tus suscriptores el acceso a información seleccionada. Algunos ejemplos de Emails que puedes enviar son:

## ➤ ANTES DE LA JORNADA

- **Informativos:** Cómo realizar una compra, cuáles son los medios de pago y envío.
- **De expectativa:** Cuéntale a tus suscriptores qué podrán esperar en tu E-commerce durante esta Jornada especial.

## ➤ DURANTE LA JORNADA

- **Promocionales:** Crea ofertas exclusivas y limitadas para tus suscriptores.
- **De Cross-Selling y Up-Selling:** Junto con su confirmación de compra, agrega otros artículos que podrían interesar al cliente.

## ➤ DESPUÉS DE LA JORNADA

- **De fidelización:** Ofrece cupones de descuento con duración limitada para incentivar a la recompra.
- **De satisfacción:** Toma la oportunidad para conocer la opinión de tus usuarios a través de Feedback y Encuestas.

## #DOPPLERTIP

Crea **Campañas Sociales** que puedan ser compartidas en Redes Sociales. Cada vez que tus Suscriptores compartan y recomienden tus piezas en sus perfiles sociales estarán impactando a nuevas personas e influyendo en sus decisiones de compra.



## 6- Utiliza el poder del Marketing Automation.

El Marketing Automation será tu aliado a la hora de optimizar recursos. En estas Jornadas de Venta Online, no te sobrar  el tiempo, y deberás alcanzar a tu potencial cliente **con el mensaje más adecuado, en el momento justo**.

Automatizar tus campañas de Email Marketing y complementarlas con canales como SMS, permitirá escalar rápidamente tus conversiones.

### Acompaña cada acción de tus Leads con una Campaña automatizada

Se suscribe para recibir tus novedades



Envía una Automation de Bienvenida

Hace clic en una de tus ofertas



Dispara un Automation por Comportamiento en Campaña con un descuento especial en ese producto

Carga artículos en el carrito pero no compra



Configura un Automation de Carrito Abandonado que se envíe horas después

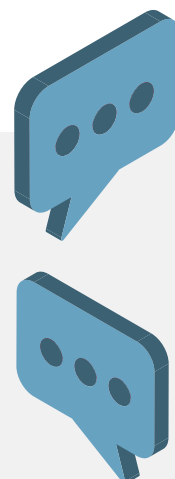
Adquiere un producto de tu Tienda



Envía un Email Transaccional de confirmación de compra con información adicional

### #DOPPLERTIP

Aumenta el alcance de tus comunicaciones de Marketing Automation combinando el poder del Email con el **SMS Marketing**. Puedes enviar mensajes SMS a tus suscriptores con ofertas de último minuto, confirmación de compra, información de seguimiento y entrega, cupones de descuento, etc.



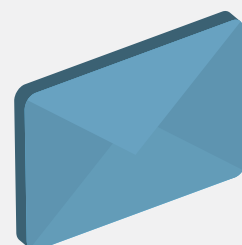
## 7- Diferénciate de la competencia con tus Campañas.

Durante las Jornadas de Venta Online, tendrás mucha competencia por la atención de tus usuarios en su casilla de correo. Asegúrate de que tus Emails se ven atractivos. Algunas buenas prácticas que puedes seguir son:

- Utiliza **Asuntos y Pre-Encabezados** cautivantes y relativos al contenido dentro del Email. Recuerda que es la primer impresión que tendrá el usuario al recibir una comunicación de tu marca. Evita palabras como “Gratis” y “RE:”.
- Crea **contenido personalizado** de acuerdo a los intereses de tus segmentos. Para esto puedes utilizar Automation por **Comportamiento de Campaña**, Automation por **Comportamiento en el Sitio** y Automation por **Producto Visitado**.
- **Utiliza diseños 100% Responsive**, es decir, que puedan visualizarse correctamente en todos los dispositivos. Puedes utilizar las Plantillas pre-diseñadas de Doppler para estar seguro.

### #DOPPLERTIP

Para evitar los filtro Anti-Spam, utiliza formularios Double Opt-In, Agrega el Link de Remoción a tus envíos, utiliza etiquetas ALT, Regula tu frecuencia de envíos y configura DKIM y SPF. [Puedes leer más consejos para evitar los filtros Anti-Spam aquí.](#)



## 8- Haz una retrospectiva del evento.

Una vez finalizada la Jornada de Venta Online, puedes crear un espacio para tomar aprendizajes que podrás aplicar para la próxima Jornada.

Compara tus Objetivos con los resultados obtenidos y destaca:

**qué salió bien, qué salió mal y cuáles son las acciones que tomarás para mejorar.**

Utiliza los reportes de **Doppler** para analizar los resultados de tus Campañas y entender el comportamiento de tus usuarios. El análisis de esta información te ayudará a tomar mejores decisiones.

- ¿Cuáles fueron las Campañas con mayor Tasa de Apertura?
- ¿Cuáles fueron los Emails con mayor Tasa de Clicks?
- ¿Cuántas ventas se han generado a partir del canal Email Marketing?
- ¿Cuáles han sido los contenidos a los que ha respondido mejor cada Segmento?

### #DOPPLERTIP

Utiliza los **mapas de calor** de **Doppler** para comprender en profundidad cuáles son los links con más clicks, en qué nivel visual se encuentran en tus Campañas y cómo puedes crear estructuras de contenidos aún mejores acorde a tus objetivos.



Ahora que estás listo para la próxima Jornada de Venta Online, **comienza a aplicar lo aprendido.**

CREA TU CUENTA GRATIS

