

10 Simples Tácticas de Último Momento para Maximizar las Ventas de Fin de Año

por Derek Gehl

Para variar, estás listo/a para algunas BUENAS noticias económicas?

Los números de las ventas del pasado "Viernes Negro" han comenzado a crecer, y parece que las ventas de la temporada de fiestas están más ARRIBA que el año pasado!

De hecho, de acuerdo a un reporte en MarketWatch, PriceGrabber. com (un servicio online de comparación de compras) tuvo un 11% más de tráfico que en el inicio de la temporada de compras de las fiestas del 2007.

Y la Federación Nacional Minorista informó que más de 172 MILLONES de personas visitaron tiendas y sitios Web el Viernes Negro, comparado con 147 millones el año pasado (lo cual es un incremento de 25 MILLONES).

... y los compradores TAMBIÉN gastaron un 7,2% MÁS!

Así que, a pesar de la apariencia tormentosa de la economía, los compradores festivos están DEFINITIVAMENTE ahí, y ansiosos por comprar.

Estás listo/a para ellos?

Si no le has dedicado tiempo a poner en forma tu sitio para las fiestas, sólo te quedan un par de semanas. Antes de que los compradores abandonen la compra online a favor de los shopping centers, para evitar el costo de los cargos de envío de última hora.

Entonces, aquí hay diez consejos de última hora que puedes usar para "maquillar" tu sitio -y estrategia de marketing-rápido y fácilmente, para tener ganancias extras esta temporada.

Consejo de último momento nº 1: Promociona la Entrega Rápida

Alguna vez compraste un regalo online y lo viste llegar tres días después de las fiestas?

Suena a decepción, no?

Ese miedo a NO recibir un regalo a tiempo es lo que puede hacer que un MONTÓN de gente NO haga click en el botón de "comprar" de tu sitio a medida que la Navidad o Reyes se aproximan...

... a menos que ACLARES que sus compras llegarán a tiempo!

Así que, si usas servicios de entrega prestigiosos en tu país, asegúrate de aclararlo prominentemente en tu sitio.

Tus clientes se sentirán MUCHO más confortables haciendo una compra de último minuto si puedes asegurarles que el regalo llegará a tiempo para ponerlo bajo el árbol de navidad.

Y para ahorrarte un montón de dolores de cabeza post-fiestas, asegúrate también de poner una "fecha límite", después de la cual no podrás garantizar una entrega a tiempo.

Consejo de último momento nº 2: Destaca las Promociones Festivas en la Página Principal

Cuando agregues productos festivos o promociones, resiste la tentación de crear solamente una nueva página "festiva" dentro de tu sitio, poniendo en la página principal solamente el link.

Tienes que asegurarte que tus promociones festivas estén justo en frente de tus visitantes en el instante en que aterricen en tu página principal!

Así que toma tus ya comprobados best-sellers de Navidad o los productos que son más frecuentemente buscados en tu sitio- y destácalos prominentemente en la página principal, y preferiblemente en la sección que es visible al abrir la página.

Luego, cuando un visitante cansado de surfear por regalos (y sufriendo de "fatiga de clicks") llegue a tu sitio, estará emocionado de encontrar ahí mismo lo que está buscando, y estará más inclinado a comprar que si lo envías a que encuentre tus promociones escondidas dentro del sitio.

Consejo de último momento nº 3: DILES a Tus Visitantes para Quién/es son convenientes Tus Regalos

Es un hecho bien conocido que la gente, cuando visita un sitio web, realmente no quiere pensar. De hecho, si les ofreces demasiadas opciones, lo que hacen -frecuentemente- es irse del sitio, en lugar de tomar alguna decisión.

Así que en vez de dejar que tus visitantes se pregunten si algunos ítems en tu sitio podrían ser convenientes para cierta gente en sus listas de regalos, asegúrate de que tu texto de ventas les diga cuáles de tus productos serían buenos regalos y para quiénes.

Este sería un grandioso regalo para mamá!

Este sería un grandioso regalo para el emprendedor en tu familia!

Este sería un grandioso regalo para el fan de los video juegos!

Este sería un buen regalo para [inserta la recomendación aquí]!

Nunca asumas que tus clientes "se dan cuenta", porque probablemente no sea así. Necesitas decirles para quién(es) aplica(n) tu(s) producto(s) y por qué deberían comprarlo(s) como regalo(s).

Consejo de último momento nº 4: Crea una Lista de "Las 10 Mejores Ideas para Regalos"

Si tienes un negocio que vende numerosos productos, una de mis tácticas favoritas es poner una lista de las "Las 10 Mejores Ideas para Regalos".

Si alguien está surfearo la Internet por ideas para regalos, tu lista atraerá su atención, y podrás dirigirlo hacia los productos que generan las más ALTAS ganancias para ti!

Y no olvides modificar el texto de ventas de los productos que recomiendas para jugar el rol de "idea para regalo"! Como mencioné en el Consejo de último momento nº 3, necesitas DECIRLES a tus clientes quiénes apreciarán tus productos, y explicarles por qué serán grandiosos regalos.

Consejo de último momento nº 5: En los Motores de Búsqueda de Pago-Por-Click, Apóyate en "Palabras Claves Estacionales"

En esta época del año, hay un incremento sustancial de búsquedas basadas en claves relacionadas con regalos, y los compradores buscan presentes para sus seres queridos.

Por ejemplo...

Ideas de regalos para niños
Regalos navideños para mujeres
Regalo de navidad para estudiantes
Regalos románticos para novios

Así que asegúrate de montar una campaña de pago-por-click para tomar ventaja de estas búsquedas estacionales - e incrementarás el número de compradores navideños en tu sitio casi INMEDIATAMENTE.

Pero no te quedes con sólo escribir tus anuncios!

Para obtener el más alto ratio de conversión posible, el texto de venta tiene que ser una continuación del "tema" de las palabras claves que usaste para tus anuncios.

Si alguien viene a tu sitio después de buscar la frase "regalos románticos", tu texto en la página de aterrizaje necesita explicar por qué tu producto será un buen regalo romántico.

Si no hay una conexión directa entre el texto en el anuncio, y el texto en la página, los visitantes pueden fácilmente creer que fueron dirigidos a la página equivocada. E irse de allí.

Una advertencia final: Evita en lo posible las palabras y frases claves demasiado generales, las que tienen más búsquedas. Esas serán MUY caras, y no obtendrás el tipo de tráfico calificado que necesitas.

Consejo de último momento nº 6: La Cuenta Regresiva!

Buscas una manera de REALMENTE incrementar la urgencia en tu sitio?

Considera poner en tu sitio un timer con la cuenta regresiva hasta el último minuto en que tus clientes pueden ordenar un producto con la garantía de entrega para Navidad!

Incluso si la cuenta regresiva muestra que faltan dos semanas, la psicología de un reloj contando cómo se acaba el tiempo incrementará la urgencia para que cualquiera que lo vea quiera ordenar AHORA!

La forma más fácil de agregar a tu sitio un reloj con cuenta regresiva es con un javascript gratuito de los que están disponibles en sitios como javascript.internet .com. Ve a ese sitio y busca "Countdown Timer" y encontrarás varias opciones.

Consejo de último momento nº 7: Envía un Email de Último Momento

Probablemente conoces a algunas personas quienes les gusta jactarse de que terminaron sus compras con MESES de anticipación, no?

Pero apuesto a que TAMBIÉN conoces a algunas personas que ni siquiera piensan en los regalos navideños que necesitan, hasta el último minuto posible!

Por eso enviar un email promocional de "último minuto" NUNCA es una mala idea - particularmente si lo envías el ÚLTIMO día que los clientes pueden ordenar y recibir sus regalos a tiempo para la Navidad.

Hay chances de que "los que dejan las cosas para después" apreciarán el recordatorio, y te AGRADECERÁN por evitarles la carrera contra el tiempo para encontrar negocios abiertos la noche de Navidad.

Consejo de último momento nº 8: Envía un Email DESPUÉS de Navidad

Recuerda que la oportunidad de promocionar productos para las fiestas no termina el 25. Hay MONTONES de compradores de bagatelas que no pueden ESPERAR el día después de Navidad, cuando comienzan las oportunidades REALES!

Así que, mientras un email de promoción post-Navidad no se enfocaría más en el dar-obsequios per se, tú todavía tienes una excelente oportunidad para liquidar lo que resta de tu stock de Navidad.

Consejo de último momento nº 9: Ofrece El Regalo A Elección - Certificados de Regalos -

Quién no adora conseguir certificados de regalos? Nunca tienen la medida equivocada, nunca el color equivocado, y nunca tienen que ser cambiados por algo más conveniente.

Pero los certificados de regalos también son grandiosos regalos para REGALAR.

Si un cliente viene a tu sitio, pero no sabe exactamente qué comprar, tus certificados de regalos pueden resolver ese problema.

Así que, si vendes, digamos, equipamientos para cámaras, y alguien está buscando un regalo para un aficionado a la fotografía (pero él mismo no sabe nada sobre cámaras), un certificado de regalo puede ahorrarle horas de búsqueda entre todos los productos disponibles en tu sitio.

Mejor aún, por cada certificado de regalo que vendes, ganas DOS nuevos clientes: la persona que lo compra, y la persona que lo utiliza.

Finalmente, asegúrate de recordarles a tus clientes y visitantes que, dado que los certificados de regalos pueden entregarse electrónicamente, son ideales como regalos de último minuto.

Consejo de último momento nº 10: Envía los Regalos Directamente a Sus Destinatarios

Enviar el regalo comprado al cliente, quien luego tiene que envolverlo para regalo y reenviarlo al destinatario, puede significar un MONTÓN de tiempo perdido, y mientras más cerca estemos de la Navidad, más grave puede ser el asunto.

Así que, si puedes, por qué no modificar tu formulario de pedidos de manera que tu cliente pueda hacer que el regalo comprado sea enviado DIRECTAMENTE al destinatario?

Si ofreces enviar los regalos directamente, muy probablemente tendrás un montón de clientes preguntándote si puedes envolverlos para regalo.

Así que si tu volumen de ventas es lo suficientemente pequeño como para que manejes esto, es una excelente manera de mejorar tu servicio al cliente (y puedes cargar un pequeño monto adicional por ese servicio para aumentar la ganancia).

Y si quieres tirar la casa por la ventana, ofrece enviar el paquete envuelto para regalo con una tarjeta escrita a mano, con un saludo a elección del cliente.

Con la agitada estación de fiestas en pleno movimiento -y la gente ansiosamente gastando su dinero- AHORA es el momento de atrapar a todos esos compradores de último minuto, llevarlos a tu sitio, y hacer su experiencia de compra de regalos tan indolora y eficiente como sea posible.

Pero recuerda. La cuenta regresiva está en marcha para TI también, así que, si no te has enfocado en las ventas de regalos de último minuto, necesitas ponerte en acción ya mismo!

Autor:

Derek Gehl. The Internet Marketing Center.

<http://www.MarketingTips.com>.

Traducción © Miguel Ángel de Alzáa, <http://www.MarketingTeros.com>