

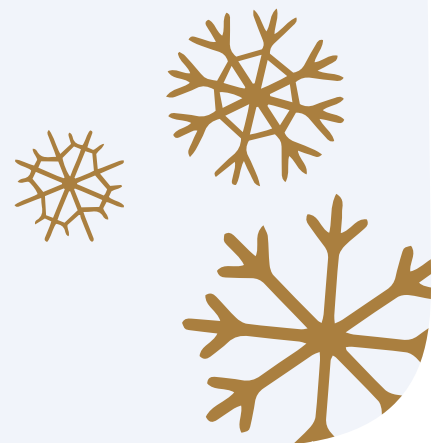


Guía para planificar

exitosamente

tus acciones para

Fin de Año



Los últimos 3 meses del año llegan y **los eventos de esta temporada presentan múltiples oportunidades comerciales** para todos los sectores que, por lo general, son momentos clave para cualquier compañía.

Por su importancia se hace necesario dedicarle mucho tiempo y planeación, así que **no puedes dejar pasar estas oportunidades sin sacarles el máximo provecho!**

En esta guía encontrarás 8 puntos que debes tener en cuenta para que puedas planificar una campaña de fin de año exitosa.

¡Sigue leyendo!



Antes de iniciar, marca en tu calendario estas fechas claves:

- **Halloween:** 31 de octubre
- **Black Friday:** el último viernes de noviembre
- **Cyber Monday:** El lunes después del Black Friday
- **Navidad:** 24 de diciembre (*Pero para efectos comerciales, es todo el mes*)

1. Planear con anticipación.

Verás que si tu planeación se realiza con tiempo, no vas a correr de un lado a otro cuando lleguen las fechas claves.

Y lo ideal es que inicies ahora, octubre es un buen mes para ajustar el plan estratégico del año y el de cada mes con tácticas concretas.

2. Objetivos SMART: Claves para el éxito

Los objetivos SMART (Specific, Mesurables, Attainable, Realistic y Timely **(específico, medible, alcanzable, realista y temporal)**), son vitales para tu estrategia de fin de año.

Estos objetivos deben ser claros y transmitirse a todos los miembros del equipo, ya que al involucrarlos desde el inicio, los haces partícipes de la estrategia y les das la oportunidad de desplegar su potencial.

3. Define el presupuesto y los recursos

Este es uno de los verdaderos desafíos, pero bázate en los objetivos que planteas alcanzar para no ir en contravía. **Un buen punto de partida es revisar los gastos históricos del mismo período en años anteriores y el avance de la ejecución del presupuesto asignado para el año.**

Acciones de marketing: Aquí ya sales del Excel y comienzas a darle la verdadera forma a tu plan. **Aprovecha el impulso que estas fechas generan** y adapta tus campañas de promoción a la celebración, es la oportunidad de salir de lo convencional y evocar a las emociones de tu cliente.

Es importante que todas tus tácticas tengan una llamada a la acción (CTA's), ya que por ser campañas estacionales, debes generar una sensación de inmediatez para aprovechar solo por "tiempo limitado".

Las acciones (o tácticas) deben reflejar exactamente cómo tu empresa trabajará para alcanzar los objetivos propuestos y cómo ejecutarás el presupuesto definido.

Los objetivos nunca son iguales, pero busca alcanzar visibilidad, posicionamiento y evidentemente ventas.



¿Quieres aprender a redactar CTA's potentes? --- Descarga la guía aquí ---



Pero, ¿cómo definir acciones de marketing?

4. Buyer persona:

Si no tienes esto listo, es el momento de hacerlo. **Un buyer persona es la representación ficticia de tu cliente ideal** (qué hace, dónde vive, qué le gusta, cómo está compuesta su familia, cuáles son sus retos y miedos, qué contenido consume, sus ingresos mensuales...)

Entre más sepas de tu cliente ideal, mucho mejor. **No todos tus clientes son iguales, así que define máximo 5 buyer persona y enfoca tus estrategias en ellos.**

Esta herramienta de Hubspot, es maravillosa para iniciar el proceso de definición.

Esta será la forma perfecta de crear campañas más eficientes y enfocadas al cliente que deseas atraer.

5. Segmenta:

Cuando ya tienes tus buyer persona definidos, **trabaja sobre tus bases de datos disponibles.**



- Recuerda que en AIO **puedes segmentar tus listas de contacto** de acuerdo a la información que consideres relevante.



Así podrás mejorar la efectividad de tus estrategias de email marketing & SMS enviando mensajes personalizados según sus intereses.

Evita la mala práctica de enviar todos los mensajes a todas las personas.

Vuelve a tus buyer persona si tienes dudas.

Es el momento de hacer una limpieza y organización de tus bases de datos. **¿Sabes qué servicios compran tus clientes? Genera contenido exclusivo con base en ese interés. Tendrás mayor éxito.**

6. Define los canales:

Tienes a tu disposición múltiples canales publicitarios, así que lo ideal es hacer una estrategia omnicanal.

★ Descubre cómo AIO puede ayudarte en tu estrategia omnicanal. ★

¿Transmitirás el mensaje por pauta en radio, prensa, vallas, canales digitales, Email Marketing, SMS, Call Blasting, WhatsApp Business?

En este punto todo irá de acuerdo a tus objetivos, buyer persona y al presupuesto disponible.

7. Optimiza tus procesos:

Sería una verdadera lástima ejecutar tu estrategia y que al incrementar tus potenciales clientes, todo se venga abajo por una inadecuada planeación de tus procesos en punto de venta.

La experiencia debe ser positivamente memorable de principio a fin. Optimiza tu e-commerce, ten suficiente personal de atención al cliente en tus puntos físicos, ten tu logística de envíos perfecta y escoge una plataforma de comunicación masiva que sea segura y en la que puedas confiar.

En AIO gestionamos todos tus envíos de Email, SMS, Call Blasting y WhatsApp Business.

8. Mide los resultados y sé flexible:

Por tratarse de campañas estacionales, **es importante analizar diariamente el rendimiento y ajustar la estrategia** si lo consideras necesario.

¿Qué mensaje está generando la mayor interacción? ¿Cómo está llegando la mayor parte del tráfico? ¿Las tasas de clics son adecuadas?

Sácale el mayor provecho a tus estrategias de email marketing

Haz los cambios que requieras si no está funcionando como esperabas, mantén lo que funciona y optimiza lo que no.



Conclusión:

Planear tus acciones de temporada es vital para cerrar el año con broche de oro y darle a los indicadores generales el impulso que necesita.

Contar con un plan robusto te permitirá organizar mejor tu tiempo y el de tu equipo, tus recursos y los canales requeridos para tener éxito.

¿Estás preparado para iniciar con una estrategia digital que incluya SMS & Email marketing?

Agendemos una cita

