



**BLACK
FRIDAY**



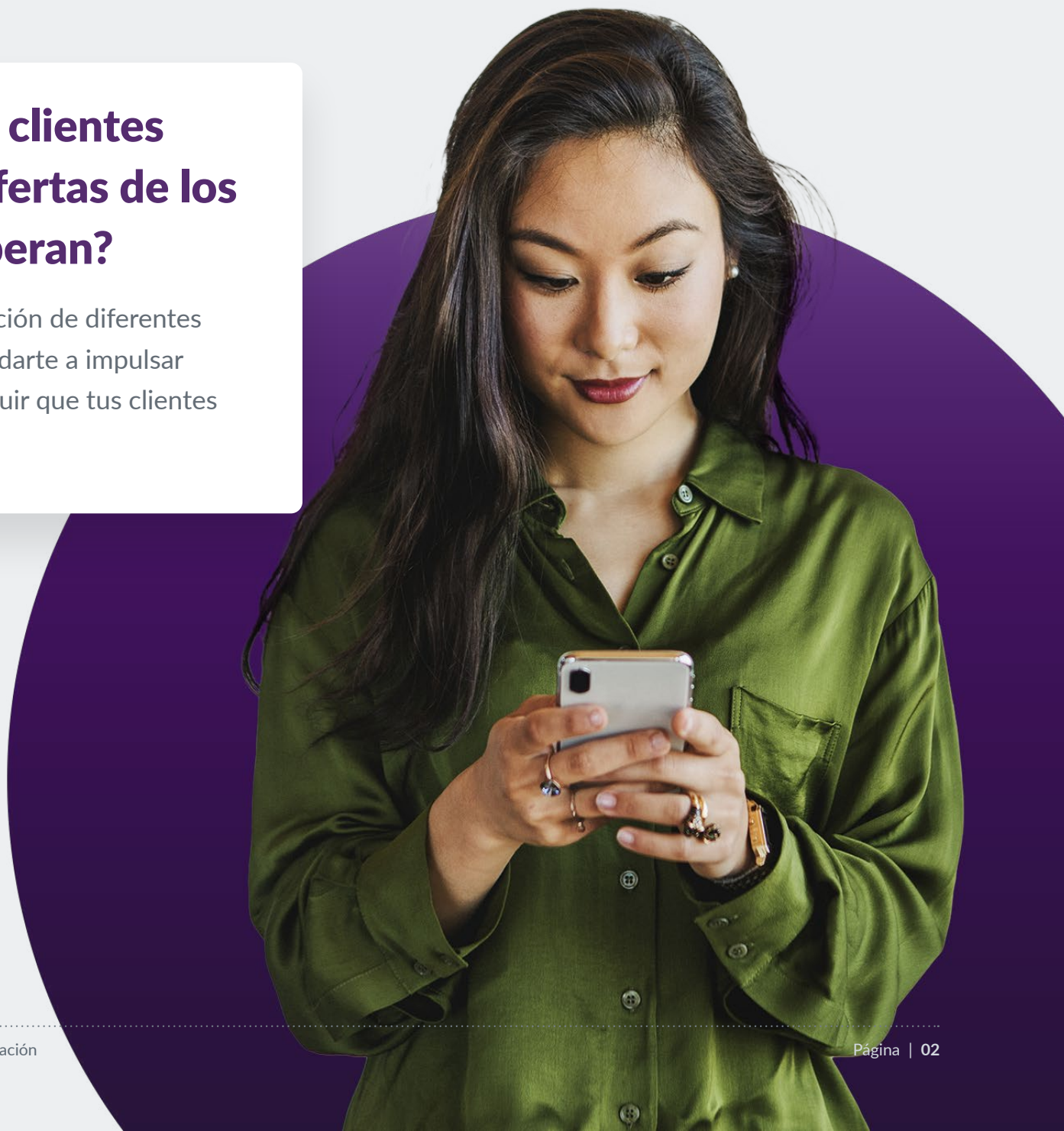
**Consejos para
impulsar las ventas y
crear expectación**

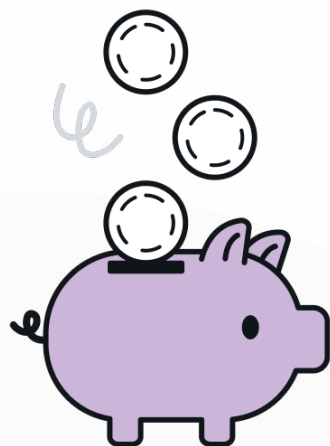
[Leer el artículo >](#)



¿Cómo quieres que tus clientes consigan las mejores ofertas de los productos que más esperan?

En esta guía, hemos recopilado información de diferentes encuestas y estudios recientes para ayudarte a impulsar las ventas en este Black Friday y conseguir que tus clientes estén deseando que llegue el gran día.





56%

es el descuento que esperan los consumidores **españoles** para el Black Friday (fuente: [Black Friday Global](#)).



90%

de los consumidores lee un SMS en los primeros **3 minutos** y el 50 % empieza a buscar ideas para Navidad en octubre. Combina estos datos y no dudes en tomar la delantera con tus campañas (fuente: [NRF](#)).



58%

de las [empresas españolas](#) ya usan el SMS como canal de comunicación con los clientes. ¿Por qué no probar otros canales tan populares y extendidos como WhatsApp?



42%

es el **crecimiento previsto para el uso del SMS en Retail**. Con una tasa de lectura superior al 89 %, es una herramienta imprescindible para este Black Friday.



54%

de los milenials realiza ya sus compras por Internet (**fuelle: UPS**); en España, el 88 % de la población tiene un smartphone y, el pasado Black Friday, uno de cada tres pagos con PayPal se realizó a través del móvil.



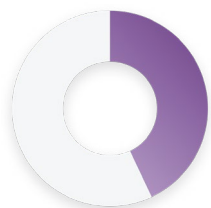
49%

de los clientes, según una de nuestras encuestas para nuestro estudio, espera que sus quejas se resuelvan en la misma plataforma **y en un plazo de 1 a 5 horas**.



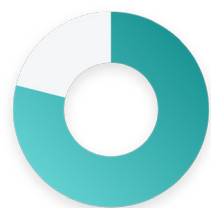
TENDENCIA 1. El ascenso de las redes sociales y la tecnología móvil

Las redes sociales son una plataforma clave para informar a los clientes de ofertas especiales y mantenerlos vinculados con las marcas, antes de las grandes campañas y en pleno pico. También son ideales para conseguir más repercusión. Son como un gigantesco altavoz: los usuarios comparten tus ofertas y amplían su alcance. Aquí te damos dos datos tomados de nuestra encuesta para nuestro estudio, pero son extrapolables para España.



El 43 % de los compradores

se plantearía que le informasen por WhatsApp sobre el Black Friday y el 40 % estaría dispuesto a recibir mensajes de texto/SMS.



El 79 % de los consumidores

también consideraría la posibilidad de comprar un producto determinado si la marca le enviase un mensaje de marketing por SMS o WhatsApp. Información sobre pedidos con notificaciones y avisos, descuentos exclusivos y avisos de «vuelta en stock» son las estrategias más efectivas para conectar con tus clientes y ganarte su fidelidad.



TENDENCIA 2. Conoce a tus clientes y el proceso de compra

Si sabes exactamente quiénes son tus clientes (y dónde pasan la mayor parte del tiempo en Internet) te vendrá de mil maravillas cuando llegue el Black Friday.

Sin embargo, la protección de la privacidad de los datos de los clientes y los nuevos reglamentos y normativas sobre la materia hacen que sea más difícil personalizar la comunicación y «tomar las riendas» de la relación con ellos.

Como consumidores, nos gusta la personalización, pero también nos preocupa cómo se gestionan nuestros datos, lo que pone a las marcas en una posición cada vez más difícil. Las plataformas de comunicación empresarial pueden proporcionar a las empresas las herramientas que necesitan para gestionar el cumplimiento de la normativa y, al mismo tiempo, recopilar los datos de los clientes en cada punto de contacto para reforzar las relaciones con ellos en tiempo real.

Si sabes cuál es la mejor manera de comunicarte con los clientes (es decir, qué tipo de lenguaje e imágenes debes utilizar y qué ofertas promocionar), haces todo lo posible para animarlos a hacer clic en tu producto y, en última instancia, a hacer la compra.

TENDENCIA 3. Más que asistencia: cuida del cliente

En un mundo que vive permanentemente conectado, todos esperamos un servicio de atención al cliente sumamente eficaz. Además, en un momento en el que el coste de la vida no para de crecer, una estrategia omnicanal es perfecta para cubrir las expectativas y cuidar de la fidelidad a tu marca. Pero cuesta ganar esa lealtad. Según la encuesta mencionada para nuestro estudio, solo el 41 % de las personas opta por recibir mensajes de texto o SMS de una a tres marcas.

Parece que también somos cada vez más impacientes cuando se trata de atender nuestras consultas o quejas. Nuestra investigación sugiere que más del 27 % de las personas espera recibir una respuesta en el plazo máximo de 5 horas, ¡y un 22 % en solo una hora!

Según señala el portal Comercio y Justicia, [más del 40 %](#) de los consumidores optaría por utilizar texto o mensajes para contactar con el servicio al cliente, pero no lo hace por falta de disponibilidad o calidad.

Si al dirigirnos a una empresa no nos importa cambiar de plataforma, las empresas a su vez deberían seguir el ritmo de sus clientes a la hora de ofrecerles servicio. Una de las formas más sencillas de hacerlo es con aplicaciones de mensajería. Responder en tiempo real en la plataforma preferida y de forma personalizada, significativa y atractiva proyectará tu marca, le dará un toque humano y hará que cale más entre los clientes.

Black Friday: Prácticas recomendadas

Más información >

elle

1. Sal pronto al mercado

Más de la mitad de los consumidores leen un SMS en los primeros 3 minutos y el 50 % empieza a buscar ideas para Navidad en octubre. No lo dudes y toma la delantera con tus campañas. Según un estudio realizado en nuestro estudio, más de la mitad de los clientes quieren recibir información un par de semanas antes del Black Friday ¡y más de una cuarta parte hasta un mes antes!

Además, ese mismo estudio señala que el 78 % de los clientes reduce el gasto un mes antes para aprovechar al máximo las ofertas. ¡Aprovecha ese tiempo para ganártelos!



2. Reúne y gestiona contactos

Si utilizas marketing de contenido durante todo el año, tus visitantes podrán animarse a suscribirse a tu boletín de noticia y los canales de tus redes sociales. Así, podrá crear buenas listas de remarketing y de correo electrónico para llegar a tus destinatarios de forma eficaz y con pocos costes.

Recuerda mantener las listas de contactos, teniendo en cuenta las siguientes estrategias:

Segmentación: No hay dos públicos iguales. Por eso, segmenta a tu audiencia a partir de preferencias personalizadas, como datos demográficos, historial de compras o mensajes (por ejemplo, descuentos, eventos o boletines).

Analiza tus datos: Todas las acciones relacionadas con el correo electrónico se pueden rastrear. Si los usuarios han abierto tu mensaje, han hecho clic en los enlaces que les enviaste o interactuaron de alguna manera, puedes rastrear esa actividad para dar forma a comunicaciones más personalizadas.

Recupera vínculos: Si tienes suscriptores inactivos en tu lista de correo electrónico, puedes enviarles un correo electrónico para recuperar el vínculo y la participación. Es posible que hayas desaparecido de su radar, pero que no quieran perder el contacto por completo. Del mismo modo, también puedes enviar ofertas exclusivas a tus clientes más habituales y hacer que se sientan especiales para mantener fuerte el lazo con ellos. Eso sí, ten muy presente que reactivar contactos antiguos es fundamental, ya que es mucho más barato que convertir a nuevos visitantes en suscriptores de la lista de correo electrónico.

3. Prioriza la comunicación móvil

Las compras online a través del móvil han aumentado un 15 % durante la pandemia. Suma a esto que el SMS es el canal principal de ventas durante el Black Friday, por lo que las empresas podrían aumentar sus ventas hasta en un 30 %. Para aumentar las probabilidades de éxito de las compras a través del móvil tienes estrategias, como mejorar la navegación del sitio y la velocidad de descarga de la página y ofrecer compras con un solo clic a los clientes que optan por el móvil.





En un mundo digital en el que todos compiten por la atención de los clientes, destacar entre la multitud es más difícil que nunca.

Con nuestras soluciones de comunicación omnicanal, las empresas pueden crear experiencias atractivas e interactivas que aumenten la conexión, impulsen la conversión y construyan relaciones más sólidas con los clientes. ¿Necesitas dar un paso más en tu comunicación para Black Friday?

Habla con nuestros expertos hoy mismo.



www.esendex.es



sales@esendex.com



900 800 470