



## Mercadeo digital en época navideña

**Por: Alfredo Rojas**  
*Director de Baum Digital*

Llega la época del año donde el consumo sube como la espuma: la Navidad. Pero, ¿tiene usted una estrategia de marketing digital preparada para esta fecha?

La Navidad es una gran oportunidad para aumentar las ventas, por lo que es necesario preparar una estrategia única.

Es obvio que la temporada navideña, además de ser una festividad religiosa, trae consigo su lado comercial y junto con ello un aumento significativo en las ventas de todo tipo de productos y servicios.

Aunque lo ideal es desarrollar, al menos con un mes de antelación, cualquier tipo de campaña para fechas especiales, si usted se lo propone aún queda un poco de tiempo para desarrollar una campaña navideña con bajo presupuesto.

Está claro que comenzar en diciembre es un poco tarde para implementar sus tácticas de promoción, pero no imposible. Además el ejercicio de crear una campaña para fecha especial le dará el entrenamiento para seguir aplicando el mismo método por ejemplo para: vacaciones, inicio de actividades, vuelta al colegio, y otras fechas importantes que sucederán a largo del próximo año 2016.

Así que, si ya está atrasado en sus planes de marketing de las fiestas de finales de año, tome algún tiempo para aplicar algunos consejos:

### **Más allá de Navidad**

Una campaña para los días festivos no significa que lo haga exclusivamente para la Navidad y tampoco significa que tiene que ser puesto en marcha en diciembre.

Las fiestas tradicionales de negocios a menudo son olvidadas en la emoción que rodea a la Navidad.

Puede usar algunos de los consejos para crear campañas en: vacaciones de verano; viernes negro, sábado de ofertas, Día de San Valentín, etc.

### **Crear ofertas**

Para promocionar su campaña, necesitará crear ofertas en torno al tema festivo.

Después de crear los conceptos de sus ofertas para las fiestas, debe empezar a construir las estrategias con creatividad para ayudar a que todo funcione coordinadamente.

Hay una gran variedad de herramientas que puede utilizar con su marca, como:

- Llamadas a la acción en su sitio Web.
- Colocar banners en tu blog y publicidad en otras páginas web.
- Redes sociales y publicidad social.
- Tarjetas navideñas de descuento.
- Cupones especiales de promoción.

## **Email Marketing**

Hay muchos analistas que han señalado en los últimos tiempos que el *email marketing* estaba llamado a desaparecer, por el empuje cada vez mayor de las nuevas formas de comunicación como las redes sociales.

Lo cierto es que esta herramienta sigue siendo muy efectiva para llegar a los consumidores. Los compradores siguen abriendo los *emails* comerciales que reciben y estos siguen sirviendo como guías para sus decisiones de compra.

## **Cuenta atrás**

¡Faltan varios días para Navidad!

A todos nos gustan las cuentas atrás. Si animamos a nuestros visitantes a comprar en nuestra web antes de Nochebuena, a través de diferentes ofertas, haremos que los visitantes regresen a nuestra web en busca de dichas ofertas cambiantes.

## **Dele un toque navideño a su web**

Un cambio en su diseño habitual incluyendo motivos navideños hará que el visitante perciba la web como dinámica y más cercana.

No hace falta un gran cambio de diseño; un simple gorro de Papá Noel sobre nuestro logo hará que nuestro sitio parezca mucho más acogedor.

Asimismo, lo anterior aplica a los perfiles en redes sociales como Twitter o Facebook, que también necesitan sentir que es Navidad.

## **'Retargeting' navideño**

La mayor parte de las tiendas *online* van a experimentar un aumento de tráfico durante la Navidad por una mera tendencia estacional, pero eso puede no traducirse en mayores ventas.

Mucha gente simplemente investiga y compara de un lado a otro buscando las mejores ofertas.

Así que usted necesita una manera de que no se olviden de su marca; de sus productos y servicios.

Esa manera, por supuesto, es el *retargeting* combinado con ofertas especiales y códigos de descuento para clientes que hayan mostrado interés en tu producto.

Si nunca ha creado una campaña de *retargeting* en AdWords, este es el momento.

Todavía no es tarde para recuperar a esos clientes que le visitaron y que se marcharon sin comprar.

### **'E-Christmas'**

Diseñe una felicitación de Navidad digital animada y enlázela hacia su página Web. Le dará un toque navideño a su página y no le costará demasiado.

Muchas pequeñas empresas no tienen los recursos de las grandes compañías para crear estos materiales.

Pero piense en detalles sencillos que hacen la diferencia, como saludos enviados por *email* a través de un video corto o una tarjeta virtual de agradecimiento.

Esto sirve para reforzar sus esfuerzos de *marketing*.

***\*Baum Digital es una PYME costarricense con más de 8 años de experiencia en el desarrollo de estrategias de marketing digital.***