

# ESTRATEGIA BLACK DAYS

Aumenta tus Ventas  
En Esta Temporada del Año



cubiko.co

El año pasado las ventas del Black Friday crecieron 3,5%, alcanzando los US\$65.300 millones en todo el mundo.



Los últimos tres meses del año, es la temporada en que la mayoría de Tiendas Online logran el 50% de su ventas anuales.

**¿Y tú? ¿Estás listo para aprovechar esta temporada?**

El **black friday** es un día histórico, tendencia en Estados Unidos, donde las tiendas físicas lanzaban descuentos increíbles. Con el paso del tiempo se creó el **Cyber Monday** para que las ventas online comienzan a tomar fuerza.

Luego de la pandemia, el comercio electrónico fue la opción que las marcas adoptaron para darle más impulso a las ventas online.



Actualmente, el Black Friday tiene lugar el último viernes de noviembre, extendiéndose a lo largo del fin de semana, seguido por el Cyber Monday el lunes siguiente. Este periodo de promociones se conoce en conjunto como los Black Days.

Y ahora es momento de desarrollar una **GRAN estrategia para los Black Days....**

# Ruta de Acción

01

Establecer Objetivos

02

Fijar las Ofertas

03

Diseñar contenido y mensajes

04

Optimizar Sitio Web



02

# Fijar las Ofertas

Existe gran variedad de ofertas que se pueden lanzar para esos días, estas son solo algunas.

Antes de implementarlas, debes analizar si financieramente y operativamente se adecuan a tu negocio.

## 1. DESCUENTO X CATEGORÍA O EN TODA LA TIENDA

Ofrecer descuentos específicos para categorías populares, por ejemplo:

- 25% de descuento en los hoodies
- 40% de descuento en toda la tienda
- Hasta el 50% en toda la tienda o en categorías específicas (aquí los descuentos variarán)

*(Recomendación: seleccionar productos con alta demanda, con suficiente inventario y que no afecten tus costos, también productos que no han tenido tanta rotación para salir de ese inventario)*



# 02 Fijar las Ofertas

## 2. OFERTA 2X1 o Combos

Combinar productos complementarios o similares:

- a. Si los dos productos tienen el mismo valor, se descuenta cualquiera de los dos.
- b. Si los productos tienen valores diferentes, se descuenta el de menor valor.
- c. Combos de 3 productos, un descuento general tipo 30%

*(Recomendación: Se puede dar la opción que sea el cliente que escoga los productos, o tu puedes sugerir los combos. Otra opción es que para salir de inventario que no se ha logrado vender o de baja rotación, esos queden con el descuento mas alto.*



## 02 Fijar las Ofertas

### 3. Descuentos por volumen:

Ofrecer descuentos mayores, cada vez que las compras sean mas grandes, por ejemplo:

- Compras de 50.000 a 100.000 Dto del 10%
- Compras de 100.000 a 200.000 dto del 20%
- Compras de 200.000 a 300.000 dto del 30%

Esto motiva al visitante a querer comprar algo mas, porque va obtener un mayor descuento y siente que esto lo beneficia.



# 03 Diseñar contenido y mensajes

El contenido para black friday esta dividido en tres estapas:

## Fase uno



### 1. EXPECTATIVA

#### -Fechas:

Mínimo desde la primer y segunda semana de noviembre

#### Objetivo:

Generar curiosidad al público sobre las próximas ofertas e indicar que se vienen ofertas y estén atentos

## Fase dos



### 2. PROMOCIÓN

#### -Fechas:

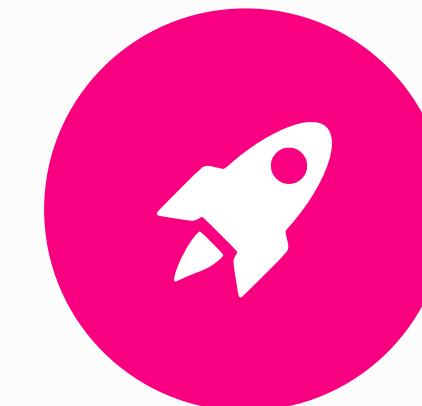
Las últimas dos semanas de Noviembre

#### Objetivo:

Promocionar anticipadamente las ofertas en redes sociales, y dejar una opción de registro en sitio web para que puedan acceder a las ofertas en los black days.

Adicional activar campañas de Ads de alcance y conversión al registro.

## Fase tres



### 3. LANZAMIENTO Y PUSH DE VENTAS

#### -Fechas:

4 días, desde el último viernes de Noviembre hasta el siguiente lunes.

#### Objetivo:

Enviar por email recordatorio a la bbdd de las ofertas, y activar las campañas de conversión de ventas.

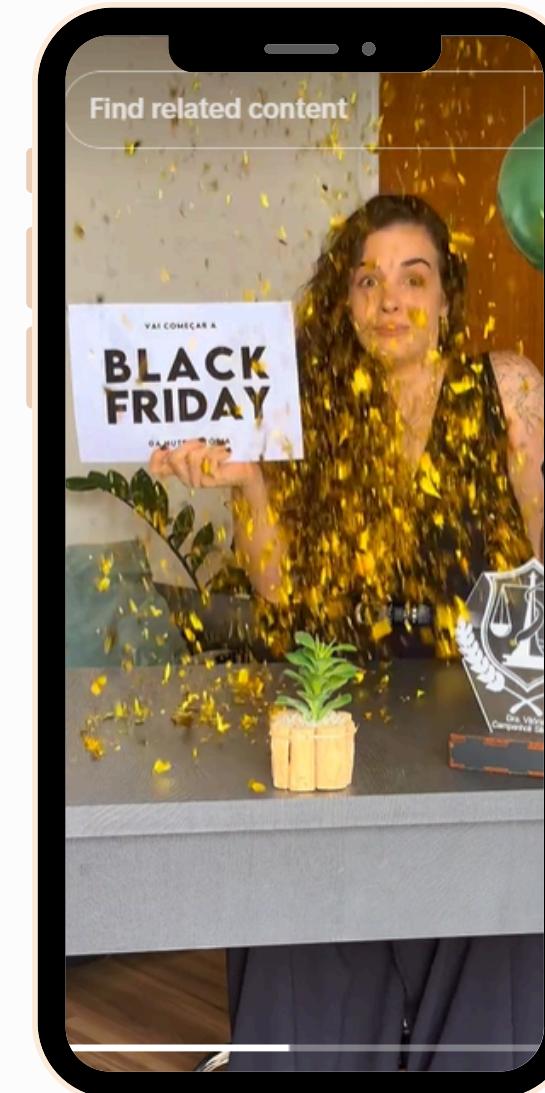
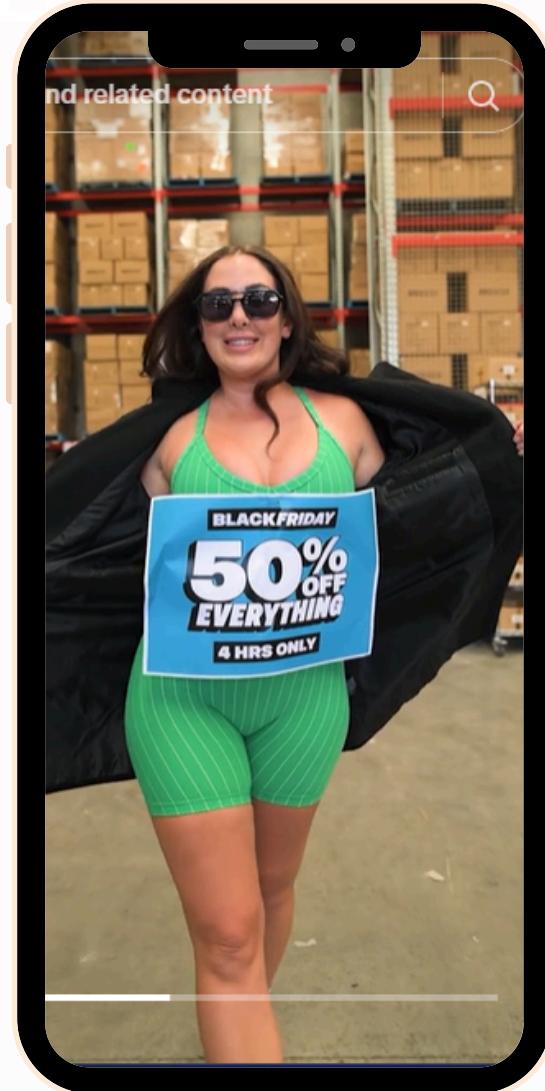
Avisar por redes sociales que las ofertas están activas, generar urgencia de que compren antes de que se agote.

## 03 Diseñar contenido y mensajes

También la creatividad va generar que dentro de tanta competencia, resalte.

En la promoción recomiendo que realices videos entretenidos que hablen de la oferta y la fecha, claramente proyectando la esencia de tu marca.

¡Haz clic e inspírate!



# 03 Diseñar contenido y mensajes

Para la fase de promoción y push de ventas, los creativos de piezas estáticas son claves para tus anuncios, y recordar en historias de redes sociales que vayan directo al sitio web aprovechar las ofertas.

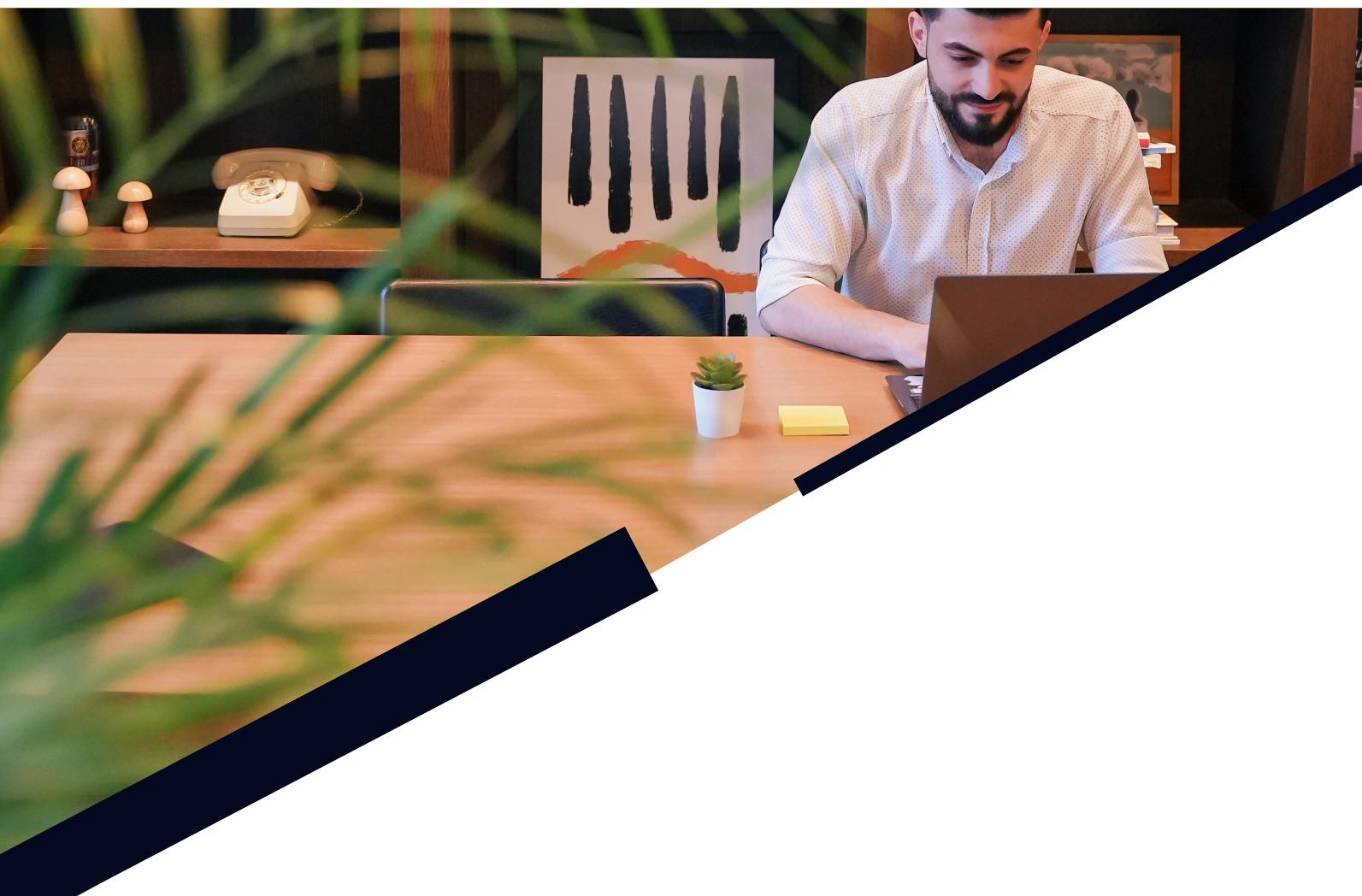
Recuerda que el creativo debe tener:

- El % de descuento muy resaltado
- Imágenes claras de los productos ofertados
- La fecha de cuando será la oferta
- Llamado a la acción de comprar



## 04 Optimizar Sitio Web

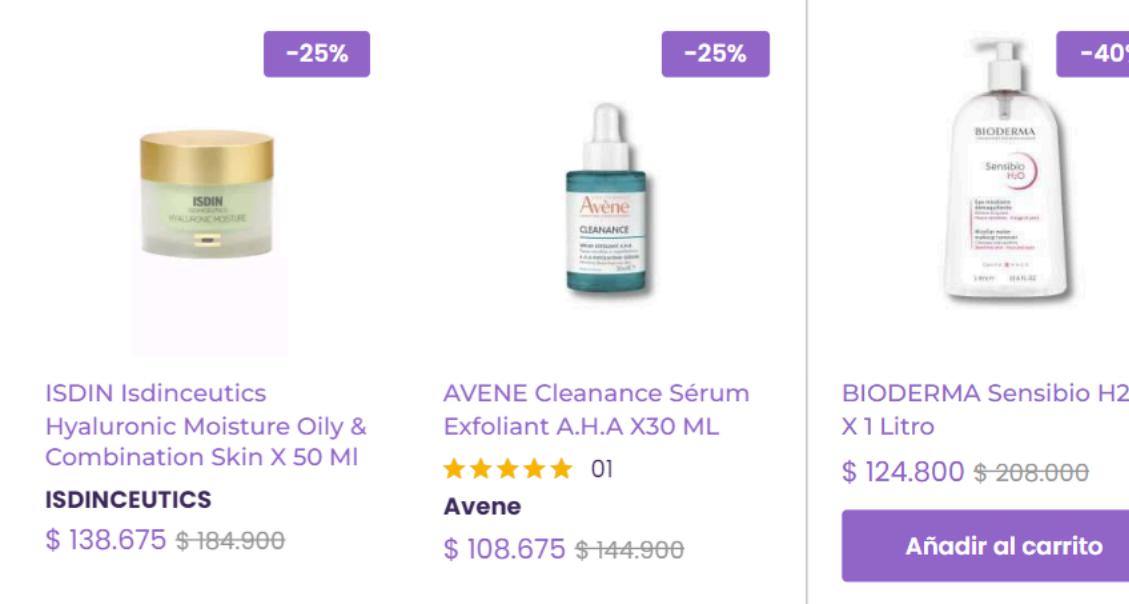
### a. Optimizar el sitio web con los banners de las ofertas



Es muy importante que el banner de las ofertas se indexe en el sitio web desde la fase de promoción, porque durante todo el mes, los visitantes que entrén a la web, deben estar enterados de las ofertas para esos días.

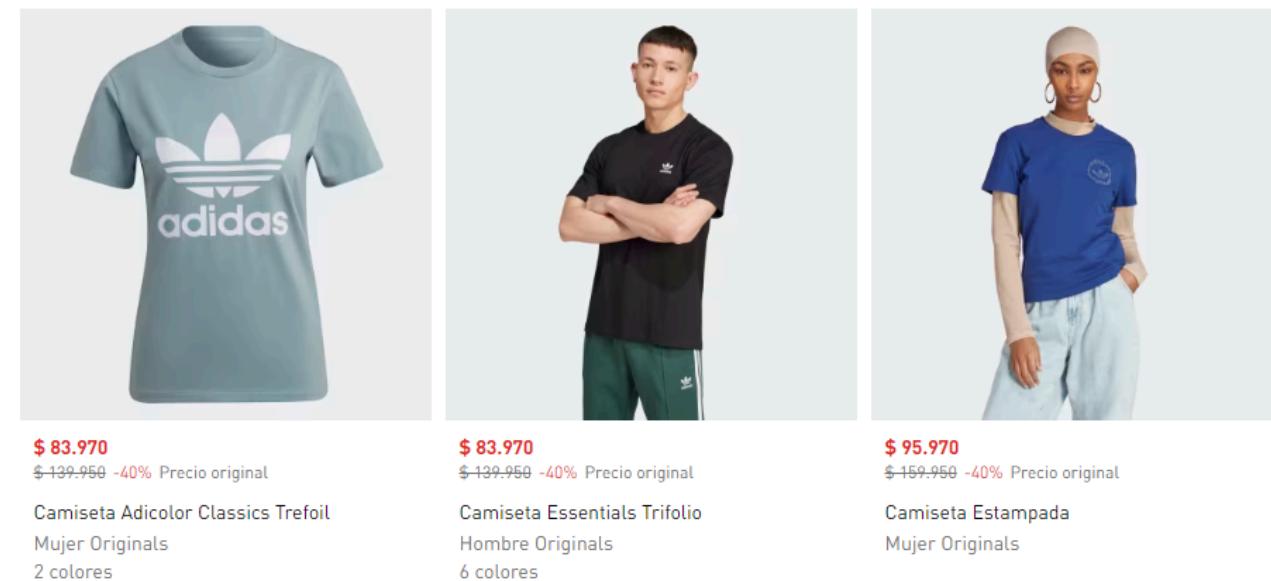
# 04 Optimizar Sitio Web

## b. Configurar la web con los descuentos promocionados



**ISDIN Isdinceutics Hyaluronic Moisture Oily & Combination Skin X 50 ML**  
**ISDINCEUTICS**  
\$ 138.675 \$ 104.900

**AVENE Cleanance Sérum Exfoliant A.H.A X30 ML**  
**Avene**  
\$ 108.675 \$ 144.900



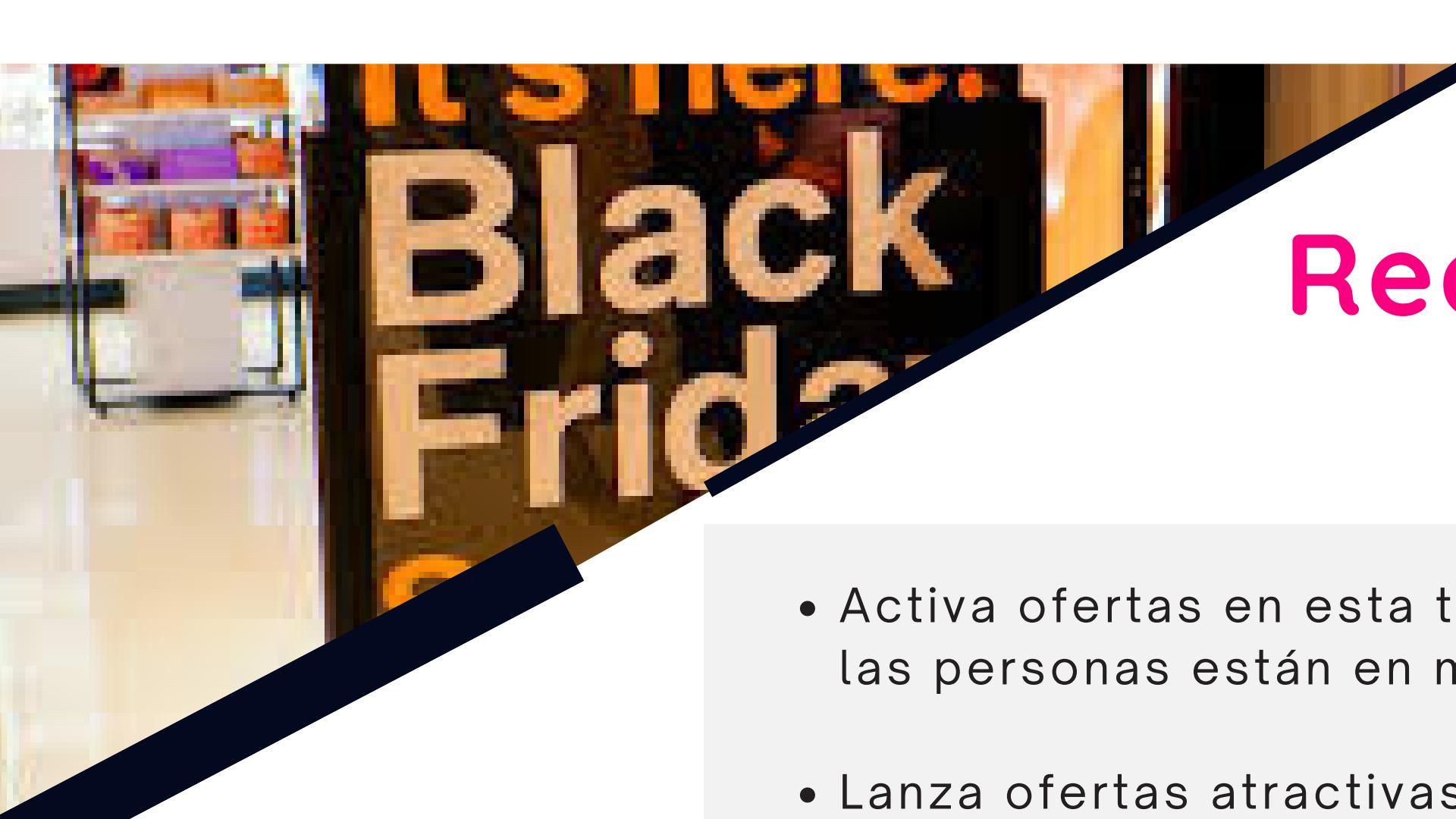
**BIODERMA Sensibio H2O X 1 Litro**  
\$ 124.800 \$ 208.000

**adidas**  
\$ 83.970  
\$ 139.950 -40% Precio original  
Camiseta Adicolor Classics Trefoil Mujer Originals 2 colores

**adidas**  
\$ 83.970  
\$ 139.950 -40% Precio original  
Camiseta Essentials Trifolio Hombre Originals 6 colores

**adidas**  
\$ 95.970  
\$ 159.950 -40% Precio original  
Camiseta Estampada Mujer Originals

A partir de la Fase 3: el sitio web debe tener habilitados los descuentos que se van a promocionar. Es decir los días de black days que son: viernes a lunes.



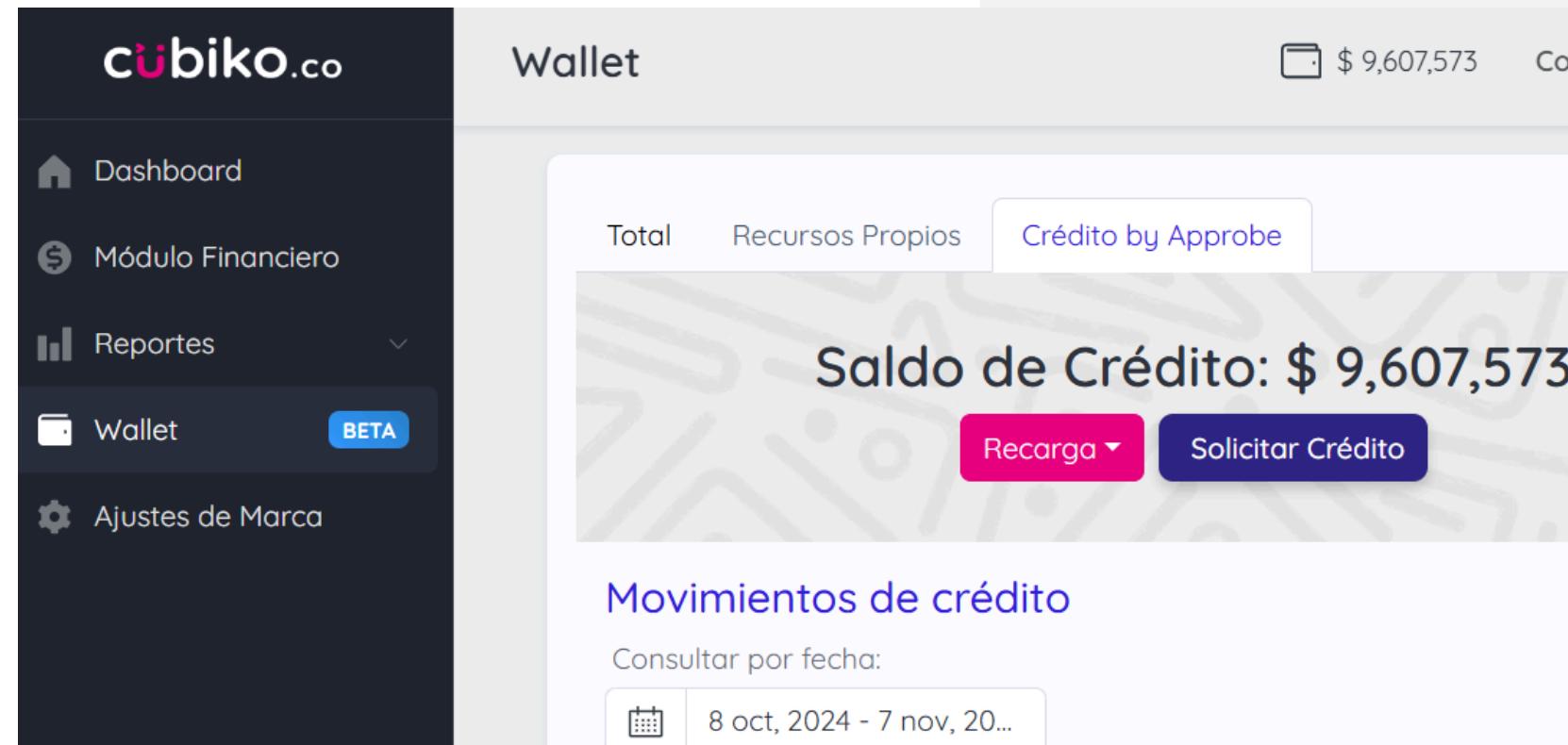
# Recomendaciones Finales

- Activa ofertas en esta temporada, créeme que te beneficia, porque las personas están en modo: **comprar solo con descuentos**
- Lanza ofertas atractivas, estudia en tu nicho qué ofertas están lanzando, y **siempre oferta mejor o da algún plus**
- Nueva colección **mínimo un 20%**, colecciones pasadas o productos con baja rotación **mínimo el 30% hasta el 50%**
- Es necesario que inviertas en **pauta publicitaria** para darte a conocer a nuevos públicos, si no cuentas con dinero, ve a la siguiente hoja y te ayudamos con eso.

# Recomendaciones Finales

Si quieres tener el control de tus métricas diariamente:

1. Regístrate en [pro.cubiko.co](https://pro.cubiko.co) donde verás reportes en vivo de tus campañas en Meta de forma gratuita y llevar el control de tu rentabilidad
2. Además puedes solicitar un crédito para financiar tus campañas de Ads. Desde el módulo Wallet.



cübiko.co

¡ÉXITO EN TUS  
VENTAS DE  
BLACK DAYS!

Elaboró;  
BRENDA ASTAIZA · BRAND STRATEGIST, KAM  
[cubiko.co](http://cubiko.co)

