

Checklist

Guía para Navidad



La guía se estructura en 4 partes

1 Construye una base sólida

Se cubren elementos básicos clave para tu Navidad y no morir en el intento. Esto considera necesidades mínimas como velocidad de carga de tu sitio, responsividad y manejo de stock.

2 Optimiza tu sitio

Cuando los básicos están cubiertos, podemos hablar de cómo llevar tu sitio a su mejor conversión de ventas.

3 Expande la voz con Marketing

Por más bien diseñado que esté tu sitio, no atraerá visitas por sí solo. O, al menos, no a su máxima capacidad. Previo y durante Navidad, deberás redoblar estos esfuerzos de marketing para atraer clientes nuevos y existentes, mientras otras empresas luchan por su atención. Planea tu calendario de marketing con anticipación y ejecuta.

4 Mejora al evaluar tu desempeño tras el evento

Aprende de lo que hiciste bien y lo que puede ser mejor, y pon estas lecciones en práctica. No solo para próximos eventos sino para tu desempeño en general. Analiza tu Google analytics, campañas de marketing y el feedback de tus clientes.

— Construye una base sólida

- Tu sitio no carga en más de 3 segundos.
- Usaste Google Pagespeed para descubrir nuevas opciones de aumentar la velocidad de carga.
- Tu sitio no tiene links rotos.
- Tus elementos contribuyen a un sitio responsivo y agradable desde múltiples dispositivos.
- Tus imágenes estén descomprimidas y en formatos JPEG 2000, JPEG XR or WebP.
- Revisaste tus productos mejor vendidos durante los últimos 6 meses y el último evento de Navidad, para saber cuáles proponer a tus visitas.
- Estableciste tu stock necesario para no tener quiebras en base a tus objetivos.
- Estás alineado con tus proveedores y equipo interno para satisfacer este stock necesario.
- Aseguraste de que tu Google Analytics está correctamente seteado, rastreando información y objetivos.
- Invertiste en un link de respaldo.
- Revisaste que tus apps del sitio funcionan correctamente.

Optimiza tu sitio y logística

- Definiste los objetivos con tus clientes
- Usas banners principales que dejen tu oferta de valor clara (Tip: evita usar sliders automáticos, no amplían tu conversion).
- Tienes un sitio atractivo y dinámico, o creaste una landing page específica para Navidad o al menos contenido específico.
- Creaste guías de regalo.
- Si tienes descuentos, los organizaste por rango de precios.
- Facilitaste el proceso de compra a tu usuario al incluir carruseles con los productos que ha visto y otros recomendados.
- Incluiste recomendaciones de productos relacionados que aumenten conversión y ticket promedio.
- Optimizaste la descripción de tus productos.
- Revisaste las palabras clave en búsquedas de Google relacionadas a tus productos, y las agregaste a tus descripciones
- Usaste Similarweb para saber cómo los clientes encuentran a tus competidores.
- Dejaste las reseñas de clientes y otros tipos de Social Proof claros en el sitio.
- Aseguraste que tienes un Chat activo y funcionando.
- Agrega la opción de que el cliente realice un mensaje personalizado para regalos, o pueda recibirlos envueltos.
- Tienes claramente especificados tus tiempos de entrega y los comunicas en el sitio. Estás alineado con tus equipos para lograrlos.
- Realizaste distintas pruebas del proceso de compra y recibiste feedback.

— Expande la voz con marketing

- Planeaste el contenido en un calendario y síguelo.
- Creaste diseños y Ads.
- Distribuiste ofertas y promociones entre tus influencers, si aplica.
- Aplicaste campañas pagadas con anticipación para generar expectativa y, a veces, adelantar demanda.
- Verificaste que tus campañas de correo están convirtiendo.
- Diseñaste correos específicos para Navidad. Idealmente personalizados según interés de tu cliente.
- Tienes activas campañas de mailing de We Miss You para traer de vuelta a clientes que no han comprado en un tiempo.
- Consideraste enviar ofertas exclusivas de fidelización a clientes importantes.
- Aseguraste que tu Retargeting funciona.

Mejora evaluando tu desempeño. Post Navidad

- Revisaste Google analytics buscando tendencias.
- Analizaste tus campañas de marketing. ¿Cumpliste los objetivos propuestos? ¿Recibiste el tráfico (y la calidad de él) que esperabas?
- Revisaste órdenes y descubriste el por qué de los errores, si los hubo.
- Revisaste el desempeño de apps y plugins de tu plataforma e-commerce.
- Pediste y obtuviste reseñas y feedback de tus clients.
- A nuevos clientes, enviaste correos que los mantengan cerca.
- A clientes existentes y los importantes, enviaste correos mostrando apreciación.
- Fuiste atento y responsivo a los comentarios de clientes.
- Comunicaste progreso del estado de envío y siempre avisaste ante demoras.

Sobre DataCue

DataCue es una solución de personalización para Ecommerce. Creamos una experiencia de compra única para cada visitante según sus intereses.

Cambiamos banners, recomendaciones de productos y notificaciones para cada usuario, creando así una experiencia personalizada. Esto ofrece una mejora garantizada en la conversión y las ventas. Nuestros clientes han visto un aumento promedio del 12% en la conversión.

En cualquier momento, especialmente durante Navidad en que inviertes valioso presupuesto de marketing para atraer tráfico, DataCue ayuda a convertir este tráfico en compradores para que obtengas un mejor ROI de tu inversión publicitaria.

Contáctenos para probar DataCue hoy, ofrecemos una garantía de devolución de dinero de 30 días sin riesgo. Si tu tienda está en plataformas populares como Shopify, PrestaShop, Magento, VTEX o WooCommerce, es una instalación ¡en un par de clicks!

Prueba DATACUE

datacue

Personalización de e-commerce para todos