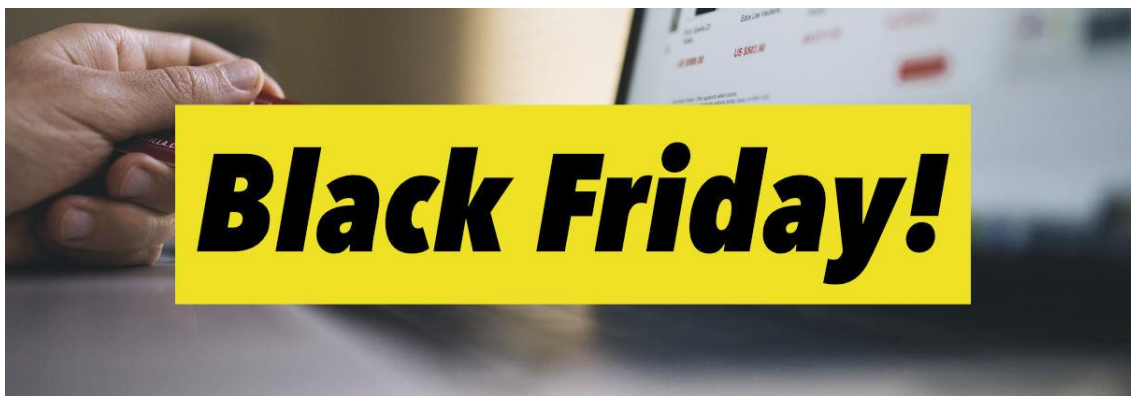


## Decálogo para mejorar las ventas de tu tienda online este Black Friday

- Las restricciones de movilidad y aforo en vigor anticipan un *Black Friday* más digital que nunca
- Arsys te ofrece diez recomendaciones para preparar tu tienda online y sacar el máximo partido del evento



**29 de octubre de 2020** - Black Friday 2020 está a la vuelta de la esquina. Se celebra el último viernes de noviembre (este año, el día 27) y, como todos los años, llenará los escaparates de grandes ofertas y descuentos que buscan aligerar stocks antes de la Navidad.

En España se celebra desde 2011 y este año, en el que la crisis sanitaria ha contribuido a consolidar el comercio electrónico en nuestro país, “esperamos un Black Friday más digital que nunca pues las restricciones de movilidad y aforo mermarán la tradicional venta física. Las ventas online han crecido durante estos meses, así que si tienes un comercio electrónico tienes una excelente oportunidad de negocio alrededor de este famoso viernes negro”, explica Alberto Blanch, responsable de las soluciones e-commerce en Arsys.

A continuación te ofrecemos diez recomendaciones para sacar el máximo partido a tu tienda online durante estos días.

### 1. Aprovecha la *landing* de tu último *Black Friday*

Hacer una *landing page* para *Black Friday* o *Cyber Monday* donde concentrar una selección de las mejores promociones que queremos ofrecer a nuestros clientes es siempre una buena idea. Seguramente ya diseñaste una en años anteriores... ¿qué tal si la aprovechas de nuevo para este año? No solo ahorrarás un tiempo precioso que invertir en otras tareas, tampoco necesitarás empezar desde cero en términos de posicionamiento en buscadores y conseguirás mejores resultados en tu divulgación orgánica. Asegúrate de combinar palabras clave que se relacionen con la temática de tu negocio y los términos “*Black Friday*” o “*Cyber Monday*”.

Puedes activar tu última *landing* apoyándote en alguna de estas ideas:

- Genera una cuenta atrás de los días que faltan para *Black Friday*
- Anticipa alguna de las ofertas que se van a presentar o los porcentajes de descuento: "Hasta 50% de descuento en electrónica".
- Ofrece vales de descuento en las compras actuales que se canjearán en Black Friday.
- Ofrece la posibilidad de registrar el e-mail para estar enterado de las ofertas antes que nadie.

## 2. Ofrece descuentos de verdad.

La competencia es feroz y los compradores van a detectar rápidamente aquellos productos que aprovechan la etiqueta *Black Friday* para camuflar un precio habitual o descuentos ridículos. Puede ser contraproducente.

## 3. Prueba que todo funciona con antelación

Cupones de descuentos, unidades limitadas, promociones cruzadas, condiciones especiales... Un evento como este ha llenado tu tienda de variables, asegúrate de llegar a tus potenciales compradores con mensajes claros y de que todo funciona con antelación.

## 4. Genera expectación

No esperes al último día para dirigirte a tus potenciales compradores. Es ideal comenzar con algunas semanas de antelación, bien con alguna campaña dentro de tu tienda o con un e-mailing dirigido a compradores habituales.

"Es importante crear un calendario de días y acciones que realizarás durante, por ejemplo, el mes anterior al Black Friday. Esto ayudará a organizarte y además, obtener una valiosa información sobre cómo las distintas acciones han ido impactando en las ventas. Esta información, bien recogida, será básica para que el año siguiente puedas mejorar todavía más tu estrategia de ventas", explica Alberto Blanch.

## 5. Usa tu lista de clientes y apóyate en el e-mail marketing

Se calcula que la tasa de conversión por e-mail en época de Black Friday aumenta hasta un 300%. Es una excelente idea aprovechar para enviar un mensaje original a tus usuarios y colaborar en la generación de expectación hacia tu negocio.

Para maximizar la conversión de tus mensajes no te olvides escoger un buen asunto y los horarios de envío de las campañas hacia los más adecuados para tus usuarios según el tipo de producto que vendas.

## 6. Aprovechate de los *plugins* para la creación de eventos

Existen diversos complementos que pueden facilitar la gestión y divulgación de las ofertas de *Black Friday*, *Cyber Monday* y eventos similares. Son una buena opción para adaptar tu tienda sin tener conocimientos técnicos y pueden ayudarte a gestionar porcentajes de descuento (fijos o por productos), limitaciones horarias y marcos temporales, límites de pedido, gastos de envío gratuitos y otras posibilidades.

## 7. Mejora el desarrollo de tu tienda y revisa la 'experiencia móvil'

Ahora que todavía tienes tiempo es un buen momento para prestar atención al desarrollo de tu sitio web y ofrecer una experiencia de usuario adecuada a tus clientes.

- Revisa su funcionamiento en dispositivos móviles y tablets, hoy es el canal más usado para el acceso a Internet.
- Mejora el desempeño de tu sitio mediante técnicas de WPO (Web Performance Optimization). Asegúrate de tener un buen servicio de hosting.
- Simplifica el proceso de venta y crea un sistema para la recuperación de carritos abandonados.

## 8. Invierte en *retargeting*

Es el mejor momento para ello. Apunta a aquellos que te han visitado anteriormente y que, por el motivo que sea, no finalizaron su compra.

## 9. Alarga la campaña

La mejor manera de rentabilizar los esfuerzos y la inversión es hacer del Black Friday y Cyber Monday no ceñirse solo a esos días específicos. Una buena forma de conseguirlo es ir espaciando las ofertas a lo largo de esa semana.

## 10. *Black Friday* no son solo ventas... prepárate para ello.

No se trata solo de vender, gestionar con éxito tu tienda online también significa que cuentas con las condiciones necesarias para la gestión de los pedidos y el servicio post-venta. Presta atención al proceso de embalaje, los medios de envío, la gestión de posibles devoluciones, la falta de stock y otros problemas que se puedan generar ante una carga de trabajo superior a la esperada. Si prevés un aumento de tráfico significativo, habla con tu proveedor de hosting para que no te pille por sorpresa.

Con la debida atención, Black Friday debería ser todo un éxito para tu tienda online.

###

### Para más información:

Nacho Heras - PR Manager Arsys

Tel. 941 620 101

[nheras@arsys.es](mailto:nheras@arsys.es)