

Blue Monday: **Por qué es el mejor día para el marketing digital y cómo aprovecharlo**

Ciudad de México a 12 de enero de 2022.- El tercer lunes de enero no es un día como cualquier otro. Desde hace unos 17 años se le conoce como “Blue Monday” y tiene la carga de ser el día más triste del año debido a la acumulación de las deudas post Navidad, la poca motivación por empezar un nuevo año, lo mucho que falta para recibir el salario de enero y la presión por cumplir los propósitos de año nuevo.

Esta mezcla de cosas sería la responsable de que las personas se sientan particularmente tristes el tercer lunes de enero, según el Dr. Cliff Arnall, creador del *Blue Monday* en 2005. Lo cierto es que este particular día nació como una estrategia de *marketing* muy bien ejecutada y se ha mantenido hasta nuestros días, donde las marcas preparan diferentes acciones para cautivar la atención de los consumidores. Pero, ¿qué lo convierte en el mejor día de enero para el *marketing* digital? **another**, agencia regional independiente de comunicación estratégica, entrega la respuesta: identificación. *Blue Monday* es una jornada con la que todo el mundo se puede identificar, ya que apela a una realidad común de muchas personas.

Pero, ¿qué se requiere, entonces, para que una campaña de *marketing* tenga éxito durante el *Blue Monday*? Lo principal es que sea capaz de generar una conexión con los sentimientos y vivencias de los consumidores. Al respecto, Hugo Juárez, Director de Content de **another** afirma que “*las marcas más inteligentes siempre romperán el molde e irán contracorriente: hacen que ‘el día más triste’ sea lo contrario para sus clientes. Para lograrlo, se recomienda el envío de contenido motivacional, divertido o positivo, así como ofertas y recompensas. No hay nada mejor para levantar el ánimo (¡y motivar a la compra!) que una agradable sorpresa*”, y entrega 5 *tips* para aprovechar este día con una buena campaña de *marketing* digital:

1. **Lanza sorteos o concursos.** A través de una *landing page* puedes celebrar este día, y hacer algún tipo de sorteo a través de ella o de las redes sociales de tu marca. Con esto, se incrementa tu notoriedad y tu *engagement*, ya que una comunidad contenta es una comunidad fiel.
2. **Ten presencia en las redes sociales.** Aprovecha este día para participar en la conversación que se genera en plataformas como Twitter, Instagram o aprovecha la fuerza de TikTok. Esfuérzate en crear contenido de valor que a la gente le interese, y únete a los *hashtags* y *trends* del día para dar visibilidad a tu marca. Es importante adaptarse al medio y al público al que quieres dedicar tu mensaje.
3. **Ofrece envíos gratuitos.** Sí, sabemos que ese lunes será un día triste, pero con este *tip*, tus clientes recibirán sus productos en la comodidad de su hogar sin tener que pagar, lo cual dibujará una sonrisa en su boca. Ya sea para un valor mínimo o para todas las compras, sin duda, ofrecer la opción de envío gratis en el *Blue Monday* es una gran idea que beneficiará a tu negocio y potenciará la presencia de tu marca.

4. **Descuentos, descuentos, descuentos.** Qué mejor manera de superar el día más triste del año que con alguna oferta. A todo el mundo le alegra que, después del periodo navideño y la entrada de la “Cuesta de enero”, haya descuentos en sus tiendas favoritas. Aprovecha este día para lanzar una oferta especial o un código promocional que te permita aumentar las ventas.
5. **Construye una campaña motivacional y divertida de Content Marketing.** La estrategia para crear contenidos puede empezar desde unos días antes, y bombardear durante este lunes a tus clientes con mucha información a través de redes sociales, *blogs* y sitios web sobre el seasonality. El tip aquí es que hagas contenido divertido y positivo, para contrastar con la tristeza del lunes y hacer el día más llevadero.

El *marketing* digital es un mercado que permite jugar y explorar nuevas estrategias todos los días. Estar atentos a las festividades y fechas especiales del año es una gran oportunidad de conectar con los consumidores y generar ese sentido de comunidad que toda marca busca. En ***another*** encontrarás un gran equipo de expertos para potenciar cada área de tu negocio.

oOo

Sobre another

Fundada en 2004 por Jaspar Eyears y Rodrigo Peñafiel, another es una agencia independiente que tiene como objetivo revolucionar la comunicación estratégica por medio de campañas poderosas y efectivas para posicionar diversas marcas frente a sus audiencias. Another cuenta con servicios integrados como relaciones públicas, comunicación digital, influencer marketing, social media, branding, content & inbound marketing, creativo y diseño, y experiencias de marca. La agencia opera bajo unidades de negocio especializadas clasificadas en moda, belleza, estilo de vida, consumo masivo, tecnología, lujo, cultura, health & wellness y corporativo. Another forma parte de Constellation Global Network y PRORP, y ha sido reconocida con diversos premios como los SABRE Awards y los Latin American Excellence Awards. Posee oficinas en México (Ciudad de México), Argentina (Buenos Aires), Chile (Santiago), Colombia (Bogotá), Panamá (Ciudad de Panamá) y Perú (Lima) con alcance en Estados Unidos, Ecuador, El Salvador, Honduras, Guatemala, Costa Rica, República Dominicana, Bolivia, Paraguay, Uruguay y Europa.

Para más información visita another.co y síguelos en sus redes sociales: [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#) y [Linkedin](#).