

¿Cómo “cocinar” la mejor campaña para el Buen Fin 2021?

México, a 3 de noviembre de 2021.- Una de las fechas más esperadas para el mundo del comercio es el Buen Fin. Este gran festín de promociones se ha llevado a cabo desde 2011 y, desde entonces, negocios, compañías y emprendedores han tomado las riendas creando, analizando, mejorando y sobresaliendo en sus campañas estratégicas para estos únicos días.

La pandemia, marcó tendencias históricas en el mundo del comercio, y en el caso del Buen Fin 2020, podemos destacar el intenso incremento en el uso de canales digitales, pues gracias al confinamiento y a que ampliaron las fechas de compra, el porcentaje de ventas *online* se incrementó un **225%** en comparación con el año anterior, de acuerdo con datos de la AMVO.

Si a eso le sumamos que **4 de cada 10 compradores** adquirieron algún producto por Internet ¡por primera vez!, más allá de hacer evidente la inclusión digital, en esta ocasión **another**, agencia regional independiente de comunicación estratégica, comparte **4 consejos clave** a considerar para la creación de campañas en esta nueva edición del Buen Fin.

- **Ingredientes de calidad.** Asegúrate de tener la palabra omnicanalidad en la mente; con esto nos referimos a que todas las vías de contacto con tu cliente sean de calidad, pues desde antes del primer acercamiento, los compradores ya tienen una expectativa y un “umbral de calidad”, por lo que evalúan constantemente la atención que reciben.
- **Precalienta el horno.** Como lo comentamos en el punto anterior, los clientes potenciales ya llegan con un conocimiento previo, por lo que contar con una campaña que se anticipe al Buen Fin, en la que posiciones tus objetivos, puede ser el diferenciador principal para que, en las fechas asignadas, el plan se ejecute de forma fluida y sin forzar nada.
- **Delimita el sabor.** Muchas veces queremos lograr todos los récords en un sólo evento. Te recomendamos realizar campañas específicas, ya sea una de *influencers* para crear *awareness*, pautar en redes sociales, o bien posicionar la reputación de tu negocio dentro de su sector o industria clave. Si quieres lograr todos los sabores y colores al mismo tiempo, asegúrate de que las recetas sean realistas y alcanzables.

another

- **Considera el postre.** De acuerdo con la AMVO, **5 de cada 10 compradores online** decidieron adquirir algo durante El Buen Fin para adelantar algunas fechas. Así que dar un seguimiento a tus consumidores reales y potenciales hablará mejor de tu negocio. Contar con una estrategia *post* venta es una buena idea para conseguir un bonito desenlace de campaña. Sólo ten cuidado, sé mesurado con los mensajes que envías, pues ninguna empresa quiere formar parte de la bandeja de *spam* de un posible cliente.

*“Sabiedo que la inversión publicitaria en el último Buen Fin creció más del 50%, el crear y desarrollar estrategias puede sonar como una misión imposible, o muy retadora para destacar. En **another** buscamos crear una definición de éxito para cada caso, pues en la comunicación lo que hace espectacular al Buen Fin son los diferenciadores de cada marca. En un mundo ideal, El Buen Fin es un paraíso para los comunicadores”, declara Mariana Carreón, directora de Estrategia en another.*

Finalmente, la AMVO también nos dice que el **30%** de las personas que no compran en el Buen Fin, es porque **no confían** en las promociones. Por tal motivo, construir una marca o una historia detrás de ella para generar esa confianza tan deseada, requiere de estrategia. Así que un *tip* extra es acudir con un consultor de comunicación profesional. Nunca es tarde para lograr un caso de éxito para tu negocio o producto. Descubre nuestra oferta de soluciones [aquí](#).

-o0o-

Acerca de 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](#).