



Hot Sale 2023: ¿Cómo destacar más allá de las ventas, más allá del *Beauty*?

Ciudad de México. 22 de mayo de 2023. – A finales de mayo y principios de junio ocurre uno de los eventos de ofertas y descuentos online más importantes del año: el **Hot Sale 2023**. A nivel región en Latinoamérica, esta temporalidad se sitúa en diferentes fechas, sin embargo, el aumento de ventas, búsquedas y generación de campañas de marketing aumenta considerablemente, opinó una experta en el tema.

Hot Sale: La temporada más caliente para las ventas

De acuerdo con datos de [Think With Google](#), en países de bloque como Argentina, Chile, Colombia, México y Perú estas fechas dedicadas al e-commerce representan nuevas oportunidades para las marcas de todas las verticales. Por ejemplo, en Latinoamérica, el [63% de los usuarios en Internet](#) declaró que la información que encuentran en los resultados de búsqueda influye en su decisión de compra, en Chile las ventas aumentan hasta un 55%, por otro lado, para el mercado mexicano siete de cada 10 internautas están pensando en adquirir algún producto o servicio durante el **Hot Sale 2023**, según [datos de la Asociación Mexicana de Venta Online](#) (AMVO).

Este año, la [AMVO](#) señala que las categorías con mayor intención de compra en el canal online continúan siendo electrónicos (51%), moda (46%) y electrodomésticos (45%), pero resalta el interés de comprar viajes (37%), y belleza y cuidado personal (29%). *“Ésta última categoría necesita campañas y estrategias únicas al tratarse de industrias que tienen características especiales”*, dijo **Mariana Carreón, Strategic Planning Director de [another](#)**, la agencia global con la mayor oferta de servicios en América Latina.

En este contexto, Mariana Carreón comentó que es demasiado común que varias empresas y agencias sólo se centren en promociones, descuentos y formas de pago para sus clientes, situación que termina en una competencia de precios.

“Las marcas no se pueden dar el lujo de abandonar sus propósitos y brand values, tienen que conectar la temporalidad con su propuesta de valor, de lo contrario van a caer en una guerra de precios en una categoría cada vez más competida”, dijo la especialista.

5 estrategias única en el Hot Sale 2023

Carreón señaló que, aunque el **Hot Sale 2023** trata de aumentar las ventas y compras de productos y servicios, bien vale la pena observar las siguientes estrategias para ofrecer un valor único y agregado para los consumidores:

- **Valores y propósitos:** Las nuevas generaciones están más comprometidas con su entorno, es por esto que crear mensajes de valor, con propuestas únicas hacia los consumidores, puede tener un impacto positivo. Por ejemplo, mostrar el valor natural de los ingredientes, un compromiso con la belleza real o misión con reducir la huella

another

de carbono son atributos que deben estar presentes en la comunicación en esta temporalidad, mismos que contribuyen a la fidelización de las audiencias.

- **Ofrecer paquetes personalizados:** Esto le permitirá a los clientes elegir productos específicos que se adapten a sus necesidades y preferencias, al tiempo que recibirán un descuento por la compra del paquete completo.
- **Crear kits exclusivos:** Otra forma de destacar en el Hot Sale 2023 es promover kits exclusivos de productos que no se venden regularmente juntos. Esto puede despertar el interés de los clientes y hacer que se sientan especiales por tener acceso a productos únicos.
- **Experiencia de compra:** Las marcas de belleza pueden destacar al ofrecer una experiencia de compra personalizada. Esto puede incluir recomendaciones de productos basadas en el tipo de piel o cabello del cliente, o una consulta virtual con un experto en belleza de la marca.
- **Campaña de redes sociales:** Los canales oficiales pueden ser usados para destacar sus productos y proporcionar un valor agregado a los clientes. Por ejemplo, la marca puede compartir consejos de belleza o tutoriales en video sobre cómo utilizar sus artículos de manera efectiva.
- **Crear un programa de lealtad:** Esto puede incluir descuentos exclusivos para los miembros del programa, acceso a ventas anticipadas y otros beneficios especiales.

La experta de [another](#) agregó que la industria de la belleza es altamente competitiva, por lo que destacar en el Hot Sale puede ser un gran reto. Sin embargo, al enfocarse en estrategias únicas que conecten la temporalidad con la propuesta de valor y valores de la marca, las empresas de belleza pueden atraer y retener clientes, ofreciendo experiencias personalizadas y productos exclusivos que satisfagan las necesidades y preferencias de los consumidores. Además, es importante recordar que mantener la integridad de la marca y los valores es crucial para el éxito a largo plazo de la empresa.

###