De carrito abandonado a venta cerrada: consejos reales para pymes en la temporada de descuentos

La temporada de descuentos es una de las mejores oportunidades del año para que las tiendas crezcan, ganen visibilidad y, sobre todo, ¡vendan! Este momento clave en el calendario le permite a los comercios conectar con nuevos clientes, liberar inventario y reforzar su propuesta de valor.

¿Por qué esta temporada importa tanto para las pymes?

Este tipo de campañas se han convertido en puntos de cambio para muchos negocios. No solo por el aumento de tráfico en los sitios web, sino por el cambio en la mentalidad del consumidor, que llega más dispuesto a comprar si las condiciones son las adecuadas.

Lisset May, Vicepresidenta Senior de Ventas en Kueski, nos comparte algunas recomendaciones prácticas y consejos clave para que las pymes aprovechen al máximo esta temporada, sin comprometer la salud de su negocio.

“En mercados cada vez más competitivos, vender más ya no es suficiente. Lo verdaderamente estratégico es vender con inteligencia: usando herramientas que no solo cierren ventas hoy, sino que construyan un negocio más rentable, confiable y escalable a largo plazo” menciona Lisset May.

Consejos prácticos para vender más (sin perder la cabeza)

1. Analiza tu inventario y limpia lo rezagado

Antes de lanzar cualquier promoción, da un paso atrás y revisa qué productos se están moviendo... y cuáles no. La temporada de descuentos es ideal para aplicar ofertas en ese stock que no ha salido.

¿Ideas? Arma combos, crea una sección de “Última oportunidad” o da un descuento adicional si el cliente agrega uno de estos productos a su pedido.

> **Tip:** Coloca estos productos en lugares visibles dentro de tu tienda online.

2. Usa el poder del marketing inteligente (y medible)

Promocionar sin estrategia es como gritar en medio de una multitud. Define bien tus canales: ¿vas a usar email, redes, paid media? ¿Tienes un presupuesto asignado? ¿Ya preparaste tus mensajes?

Considera estrategias como:

- **Email marketing** con promociones personalizadas

- **Remarketing en redes sociales** para recuperar carritos abandonados
- **Promociones flash** para generar urgencia

3. Piensa en tus clientes fieles (y en los que puedes ganar)

Muchos e-commerce se enfocan solo en atraer nuevos compradores, pero los clientes actuales ya confían en ti. Premia su lealtad con ofertas exclusivas, puntos, descuentos en su siguiente compra o incluso un pequeño regalo.

También puedes usar estrategias como:

- Descuentos exclusivos para compradores frecuentes
- Programas de puntos o regalos

4. Facilita el camino al pago

La flexibilidad es una de las demandas más claras del consumidor actual. Por eso, soluciones como **Kueski Pay**, que permiten pagar en quincenas sin necesidad de tarjeta, se han convertido en aliados estratégicos para las pymes, sobre todo en temporadas de alto tráfico.

Los comercios que ya lo han implementado reportan mejoras notables: mayor valor por pedido, menos carritos abandonados y, en 8 de cada 10 casos, un impacto positivo en la percepción de confianza del cliente. En contextos donde competir por la atención y la conversión es crucial, ese diferencial puede inclinar la balanza.

Y un dato revelador: el 60% de los compradores reconoce que no habría finalizado su compra si esta opción de pago no hubiera estado disponible. Hoy, brindar formas de pago cómodas no es solo un detalle técnico, es una ventaja.

5. Prepara tu servicio al cliente, ¡es crucial!

Un aumento en visitas también significa un aumento en expectativas. Y en temporadas de alta demanda, cada minuto de espera o cada respuesta ambigua puede traducirse en una venta perdida.

Asegúrate de tener canales de atención bien definidos, accesibles y ágiles como chat en sitio, WhatsApp o email. Una experiencia de atención positiva no solo cierra ventas: construye confianza, fomenta la recompra y puede ser el factor que te diferencie frente a competidores con productos similares.

¿Qué debes tener claro antes de arrancar?

- Define un **objetivo claro**: ¿ventas, visibilidad, retención?
- Asegura tu capacidad logística e inventario
- **Diferénciate**: envío gratis, personalización o beneficios únicos marcan la diferencia
- **Mide tus resultados**. Lo que no se mide, no se mejora.

Esta oportunidad puede ser tu trampolín

Esta temporada puede ser el momento que impulse el crecimiento sostenido de tu comercio. Con estrategia, creatividad y herramientas como **Kueski Pay**, estás un paso más cerca de convertir esta oportunidad en una historia de éxito.

Y aunque las promociones tengan fecha de cierre, el verdadero valor aparece al terminar. Este es el momento para detenerse, observar y aprender: ¿Qué productos sobresalieron? ¿Qué canales fueron más efectivos? ¿Qué tipo de interacción tuvieron tus clientes?

Haz una evaluación completa de tu comunicación, procesos y resultados y registra lo que realmente generó impacto. Esos aprendizajes, ya respaldados por datos, pueden marcar la diferencia en tu próxima campaña, porque construir un negocio sólido no se trata solo de vender en un buen momento, sino de aprender a hacerlo cada vez mejor.

Acerca de Kueski
Kueski es la plataforma líder de compra ahora, paga después (BNPL) y crédito al consumidor en línea en América Latina, conocida por sus servicios financieros innovadores. Su producto estrella, Kueski Pay, permite a los clientes realizar compras y pagar después, tanto en línea como en tiendas físicas. Además, la empresa ofrece préstamos en línea mediante su producto Kueski Préstamos Personales. Aplicando inteligencia artificial, Kueski mejora el acceso a servicios financieros a gran escala. Hasta la fecha, ha emitido más de 25 millones de préstamos en México, beneficiando a individuos y emprendedores. Actualmente, casi 30% de los principales comercios electrónicos en México ofrecen Kueski Pay como método de pago. Además, Kueski se destaca por su excelencia en producto con una calificación de 10 y una valoración de 5 estrellas en la CONDUSEF.

Para más información, visita: https://www.kueski.com/