

¿Cómo potenciar las ventas para Navidad en e-commerce?

- Se estima que más del 50% de internautas en la región latinoamericana buscan productos para Navidad o Año Nuevo.
- Preparar con anticipación varias campañas de marketing para la temporada navideña aumentará las ventas de manera sustancial de los eCommerce, revela **Steffy Hochstein, Digital Media Manager** en [another](#).

Ciudad de México, 13 de diciembre de 2022.- Navidad siempre será la época más maravillosa del año. Es tiempo de dar, recibir y gastar debido a que muchas personas cobrarán sus bonos y aguinaldos, que en su mayoría van a invertir en regalos; es por esto que varios negocios deben estar preparados con tecnología en e-commerce para aprovechar este flujo de dinero con el objetivo de vender más mercancía, revelaron expertos.

De acuerdo con una encuesta realizada por [Statista](#), el mexicano promedio tiene planeado gastar cerca de \$4,900 MXN en regalos (244 dólares), mientras que un análisis de [Think with Google/IPSOS](#) señala que en el bloque latinoamericano más del 50% de los internautas buscan productos para Navidad o Año nuevo.

¡Jo, jo, jo! Llegó el Santa del eCommerce a la ciudad

Es por esto que expertos invitan a los negocios y pymes a preparar su eCommerce en temporalidades altas y fechas especiales como lo es Navidad. Pero **¿cómo potenciar las ventas en esta época?** *“Creando promociones diferentes y atractivas para los clientes. Echar un ojo a lo que está haciendo la competencia y analizar cómo podemos mantenernos competentes dentro del mercado. Agregar incentivos adicionales, para seguir empujando la compra en nuestra tienda”*, aseguró **Steffy Hochstein, Digital Media Manager** en [another](#), agencia global con la oferta más grande de servicios en el mercado latinoamericano.

La experta señaló que durante el 2022 el crecimiento de ventas a través de e-commerce llegó a más del 15%, además, la Digital Media Manager compartió algunos consejos para que las pymes puedan alistarse para la tan esperada fecha.

“Técnicamente, es importante hacer mantenimiento web a tu e-commerce, con el objetivo de que para cuando sea el momento de prender las promociones, el sitio pueda recibir volúmenes de tráfico más altos de lo normal y no tenga problemas, ya que la decisión de compra también se centra en la experiencia de usuario. Asegurar que las promociones que se vayan a lanzar sean las correctas, para evitar problemas de logística más adelante. Crear estrategias de marketing con antelación, tomando en cuenta que por la temporada, es probable que los costos en campañas se vean afectados”, aseveró.

3 tendencias para aumentar las ventas navideñas

Hochstein señaló que las siguientes estrategias podrían aumentar las ventas en temporada decembrina:

- *Hard Sell* son estrategias de promociones muy atractivas para los clientes, activar descuentos y promociones será necesario para alcanzar la venta más grande del año de los negocios.
- Crear campañas con las que los clientes se sientan cercanos a la marca, campañas emocionales, aprovechando la temporada.
- Crear estrategias no solo de ventas sino de *engagement* y aumento de comunidad, ya que es la temporada perfecta para buscar usuarios nuevos que están cazando marcas de acuerdo a los intereses que tienen para hacer sus compras.

Finalmente, la experta de *another* invitó a las e-commerce a sumarse a los descuentos en diferentes momentos del año, creando campañas y promociones diferentes, para que durante la temporada navideña ya los tengan en consideración y empezar con el *teaser* de las grandes promociones al menos dos semanas antes de la temporada, con el fin de ir preparando a los clientes.

-oOo-

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 Belleza, Consumo, Corporativo, Entretenimiento, Lujo, Tecnología, Turismo. *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), Brasil (San Pablo), Chile (Santiago), Colombia (Bogotá), Estados Unidos (Florida), Panamá (Ciudad de Panamá) y Perú (Lima), con alcance en Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Puerto Rico, República Dominicana, Bolivia, Canadá, Paraguay, Uruguay y Europa.

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