**CyberDay 2023: ¿Cómo destacar más allá de las ventas?**

**Santiago, Chile. Mayo de 2023.-** A finales de mayo y en los primeros días de junio ocurre uno de los eventos de ofertas y descuentos online más importantes del año: el **CyberDay 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.

**Cyber Day: La temporada con más repunte para las ventas**

De acuerdo con datos de [Think With Google](https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-419/insights/tendencias-de-consumo/hot-sale-2019-claves-para-aprovechar-los-momentos-de-intencion-de-los-argentinos-y-mexicanos/), en países de bloque como Chile, Argentina, 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](https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-419/insights/tendencias-de-consumo/consumidores-hot-sale/) 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%.

De acuerdo con la Cámara de Comercio de Santiago ([CCS](https://www.ccs.cl/2022/06/03/cyberday-2022-alcanzo-ventas-por-us-498-millones/)) las categorías que en el último año tuvieron un mayor repunte en ventas, fueron viajes y turismo, entretención y cultura, y el sector automotriz. *“Ésta última categoría necesita campañas y estrategias únicas al tratarse de industrias que tienen características especiales”*, dijo **Mariana Carreón, Strategic Planning Director de** [***another***](https://www.another.co/?utm_source=PR+Hot+Sale+Chile&utm_medium=Hot+Sale+Chile&utm_campaign=Hot+Sale+Chile&utm_id=Chile), 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 únicas en el CyberDay 2023**

Carreón señaló que, aunque el **CyberDay 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 de un producto, un compromiso con la belleza real o una misión con reducir la huella 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 CyberDay 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:** En el caso de 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 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 durante estas campañas, destacar de entre otras marcas 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 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.

**###**

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](http://another.co/) y síguelos en sus redes sociales: [Facebook](https://www.facebook.com/anothercompany/), [Twitter](https://twitter.com/anotherco?lang=en), [Instagram](https://www.instagram.com/anotherco/) y [Linkedin](https://www.linkedin.com/company/anotherco/).