

Guía ecommerce para las Navidades



PrestaShop

Índice

- 0.** Introducción
- 1.** Configura tu tienda PrestaShop para arrasar en Navidades
- 2.** Consejos de diseño para lograr un sitio web muy navideño
- 3.** SEO con espíritu festivo para tu tienda online
- 4.** Cuatro pasos para no agobiarse con los envíos navideños
- 5.** Cuatro promociones de temporada para dar la campanada con las ventas
- 6.** Cinco correos navideños que todo vendedor debería enviar
- 7.** Despide las fiestas con estilo
- 8.** Lista de tareas navideñas

Introducción

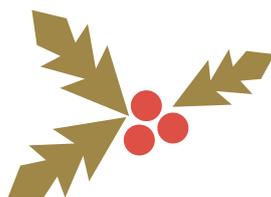
¿Oyes eso? ¡Son los cascabeles de Santa Claus! Las Navidades están a la vuelta de la esquina y como vendedor sabes lo importante que es esta época del año. Según la National Retail Federation estadounidense, las compras navideñas de 2014 se tradujeron en 616.000 millones de dólares de ingresos. En el comercio electrónico, las ventas de esta época suponen un 25-30 % de la facturación anual. ¡No hay duda de que es un momento clave para los vendedores online!

Por eso hemos creado esta guía de e-commerce para las Navidades de 2015, ¡queremos ayudarte a sacarle el máximo partido a las fiestas! Está llena de consejos útiles que todo vendedor online debería seguir para que su tienda brille durante la mejor época de ventas del año.



Gracias a esta guía **navideña de PrestaShop,** **aprenderás a:**

- Configurar tu sitio web para las fiestas
- Optimizar el diseño de tu web para mejorar las conversiones
- Conseguir aún más tráfico navideño usando las mejores prácticas de SEO
- Aplicar unos cuantos trucos para evitar problemas con los envíos
- Poner en marcha promociones eficaces que conviertan a los visitantes navideños en compradores
- Enviar los mejores correos navideños para fomentar las ventas
- Organizar el fin de fiesta tras las Navidades
- Gestionar tu tiempo con una lista de tareas completa



¿Qué nos deparará 2015?

Los números no mienten: las ventas navideñas online crecen como la espuma. En abril de 2015, Forrester Research pronosticó que el e-commerce llegará a los 334.000 millones de dólares de ingresos a finales de año. Un estudio de 2010 no apuntaba a los 300.000 millones... ¡hasta 2017! Las compras de Navidad también crecerán: la National Retail Federation espera un aumento del 7-10% en las ventas a distancia para 2015.



El comercio online aún no ha superado al tradicional, pero está evolucionando muy rápido. En 2014, las ventas online entre Acción de Gracias y el Cyber Monday aumentaron un 12,6 %. Este crecimiento supone una mayor competencia y más diversificación de los canales de compra. En 2015, los vendedores online deben estar listos para el entorno móvil: los compradores cada vez pasan más tiempo buscando regalos desde el teléfono... y siguen pinchando hasta comprar. Varios estudios de principios de 2015 señalan que más del 25 % de los consumidores planea hacer una compra por teléfono este año y que las tasas de conversión móvil han subido un 6 %. Y un dato definitivo: el 40 % de las compras online se hacen ya desde el móvil.



La forma de comprar en Navidad está cambiando y eso se refleja en el calendario. La temporada empieza antes y termina más tarde. Los compradores esperan conseguir ofertas espectaculares durante todo ese tiempo, aunque el momento clave del año es el Cyber Monday. En 2014, unos 126 millones de compradores tomaron la web para aprovechar las promociones del Cyber Monday y una quinta parte lo hizo desde su teléfono.

Este año, hazte el mejor regalo de Navidad y prepárate con estos consejos básicos. ¡La planificación otoñal convertirá las fiestas de 2015 en las mejores que hayas vivido!

1

Configura tu tienda
PrestaShop para arrasar
en Navidades

Configura tu tienda PrestaShop para arrasar en Navidades

Los preparativos navideños empiezan por el back-office. No olvides hacer estos sencillos **cambios en tu back-office PrestaShop** para que tu tienda esté lista para las fiestas.

Habilita el chat en directo

Aunque cada vez son más los que compran en Navidades por medios electrónicos, sigue habiendo algo insustituible en la experiencia de compra física: el factor humano. Da a tus clientes la posibilidad de hacer preguntas y ampliar información sobre los productos antes de comprar con un chat.

Módulos y servicios

Características del front-office

Instalar LivePerson Live Chat + Messaging

Ocultar los productos sin stock

Para un comprador, no hay nada más frustrante que descubrir que no hay stock de ese regalo perfecto. Ahórrales a tus clientes la decepción (o la molestia): desactiva la visualización de los productos sin stock.

Preferencias

Inventario de productos

Permitir ventas de productos que no están en el inventario

No

Habilita los botones para compartir

Todo el mundo busca un regalo fantástico para Navidades. El boca a boca es una forma estupenda de atraer nuevos clientes. ¡Asegúrate de que tus clientes pueden contarle a sus amigos dónde han encontrado el regalo perfecto!

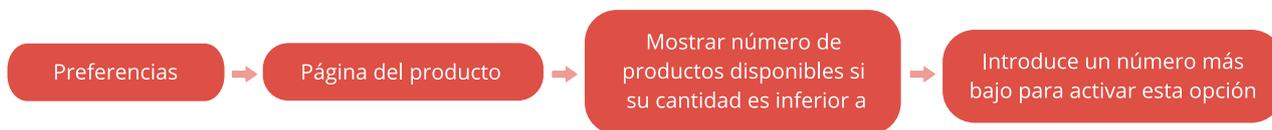
Módulos y servicios

Características del front-office

Instalar Redes sociales

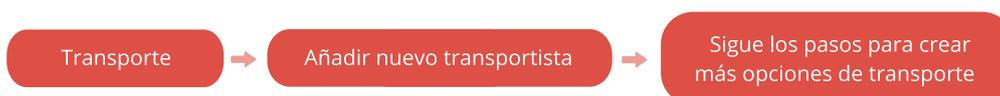
Muestra los artículos disponibles

Esta opción debe usarse con moderación, pero funciona genial en esta época. Informa a tus clientes de que quedan pocos artículos y anímales a no dejar la compra para más tarde.



Acelera los envíos

Todo el mundo tiene prisa en Navidades. Además, estamos deseando asegurarnos de que nuestros regalos lleguen a tiempo, llueva o nieve. ¡Nada más tranquilizador para los clientes que los envíos express!



Compra para invitados

En esta época los usuarios suelen hacer compras para regalar así que no siempre les interesa convertirse en clientes habituales de tu tienda. ¡Simplifica el proceso de venta para estos clientes y mejorarás tu tasa de conversión! Solo tienes que darles la posibilidad de comprar rápidamente, sin tener que crear una cuenta.

Asegúrate de que saben que al comprar como invitados no podrán beneficiarse de tus ofertas especiales. La compra para invitados es perfecta para los clientes con prisa... y no llena tu base de datos con usuarios que no quieren recibir noticias de tu tienda después de las fiestas.



2

Consejos de diseño para lograr un sitio web muy navideño

Consejos de diseño para lograr un sitio web muy navideño

Una de las ventajas de hacer las compras navideñas por Internet es ahorrarse la locura de las calles comerciales: aparcar, esperar largas colas o descubrir que no queda papel de regalo... justo cuando llega tu turno. Pero comprar online puede ser todo un reto para aquellos que tienen una lista de regalos muy larga. Prueba algunas de estas ideas de diseño para simplificarles el proceso de compra. ¡Ofrece a tus clientes habituales y a los nuevos una experiencia de compra divertida y festiva!

Facilita las búsquedas

Piensa que tu cliente tiene que comprar regalos para su pareja, su hermana, su madre, la profesora de sus hijos, el repartidor... ¡Necesita una solución sencilla! Tus clientes habituales saben dónde buscar sus productos favoritos, pero en Navidades a tu tienda llegarán muchos visitantes nuevos. Facíltales la tarea de encontrar el regalo perfecto con categorías de compra específicas y creativas.

Aquí tienes algunos consejos que aprobaría hasta el mismísimo Baltasar:

SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

Las típicas páginas de aterrizaje de "regalos para ellos o para ellas" están bien, pero tienes que ir más lejos. ¿Quiénes son tus clientes y para quién están comprando? Crea alternativas como estas:

- Regalos para ese colega que tiene de todo
- Los diez mejores regalos para tu hermana pequeña
- Lo que a ninguna mamá le puede faltar

STAFF PICKS

Are you stuck for Christmas ideas for your budding dancer? Six of our Bloch team members have taken the time to list their Top 3 Bloch items they want for Christmas.

Check them out for some inspiration and add to your Christmas shopping list.

[READ THEM ALL →](#)



SIMONE
FROM PARRAMATTA



Perfect for students and teachers! This ruled notebook is great for writing notes and choreography. I just love the images on the cover.

SEE WHAT ELSE SIMONE PICKED →

Nos encanta la idea de Bloch: sus empleados recomiendan productos concretos para distintos tipos de clientes.

TEMA

Dale a tus secciones un toque navideño. Si vendes productos perfectos para regalar, piensa en nombres como "Para llenar los calcetines" o "Regalos de última hora".

NUXE
PARIS

BOUTIQUE NOËL SOINS VISAGE ANTI-ÂGE BIO-BEAUTÉ® NUXE SPA

Aujourd'hui seulement
LIVRAISON EXPRESS OFFERTE*
dès 35€ d'achat
CODE AVANTAGE **EXPRESS**

*Vos cadeaux de dernière minute en 24h**

**Coffret Prodigueuse® !
NUXE**
3 Best-Sellers NUXE
1 Bougie parfumée
32,90€
[Je Commande >](#)

**Les essentiels pour homme
NUXE Men**
3 soins essentiels
NUXE Men
25,90€
[Je Commande >](#)

**Un Amour de Coffret
NUXE**
Prodigueux® le parfum
Prodigueux® Huile de Douche
45€
[Je Commande >](#)

Nuxe combina una categoría de regalos de última hora con rangos de precios Y envío urgente: el paraíso de los compradores que lo dejan todo para el final.

PRECIO

Los clientes que tienen una cantidad en mente agradecen una opción de búsqueda por precios. También puedes agrupar los artículos más económicos en una categoría de "Liquidación" o "Saldos navideños" a la que se acceda fácilmente desde la página de inicio.

No importa qué categorías decidas usar: sean páginas de aterrizaje o llamadas desde la página de inicio, que sean sencillas.

The banner features the text "Great gifts" in large, gold, glittery letters at the top. Below it, the word "UNDER" is written in smaller gold letters, followed by three price points: "\$25", "\$50", and "\$100", all in gold glittery font. A string of red and white Christmas lights is draped across the banner. Below the text, six items are displayed in a grid:

- Henry Ferrera plaid rain boot: \$24.99
- Portolano red scarf: \$49.97
- Royal Doulton crystal decanter set: \$99.99
- Portolano red gloves: \$24.97
- Coach perfume bottle: \$49.99
- Milly gold sequined clutch bag: \$79.99

Nos gusta mucho la estrategia de Century 21 de dividir los regalos en segmentos sencillos e ilustrarlos con ejemplos muy navideños.

Demuestra tu espíritu navideño

Sin luces, acebo y Reyes Magos, no es Navidad. Las tiendas físicas llenan sus escaparates de adornos navideños. Tú puedes hacer lo mismo: dale un poco de brillo festivo a los logos y las páginas de aterrizaje.

RETOCA EL CONTENIDO GRÁFICO

Puedes apostar por el minimalismo o dejarte llevar. Hagas lo que hagas, no seas el único del vecindario que no enciende las luces del árbol. Ponle un gorro rojo a tu logo o transforma el banner de la página de inicio en árbol de Navidad. También puedes crear una página específica para los regalos navideños. Y no olvides promocionar tus productos con fotos llenas de color y vídeos atractivos que dejen claro que tu tienda está llena de regalos fabulosos.



Bath and Body Works se viste de fiesta con un fondo brillante y regalos perfectos para esta época.

ENGALANA TUS DESCRIPCIONES

Adapta las descripciones de los productos a la época para que a tus clientes les resulte más fácil escoger un regalo. También puedes sugerir detalles complementarios. Por ejemplo: "Combina estos vaqueros con un cinturón".



Creed le da el toque de elegancia y delicadeza a las Navidades con adornos y textos de muy buen gusto.

Recuerda: Las páginas de aterrizaje navideñas son el lugar perfecto para anunciar opciones de envío especiales y ofertas por tiempo limitado.



Nos encanta la original decoración navideña de Petco con sus ofertas especiales y el envío gratuito.

Promociona los productos más vendidos

En esta época atraerás a nuevos clientes, pero un gran porcentaje de tus ventas procederá de tus clientes más fieles. Querrán comprar sus productos favoritos también en esta época así que asegúrate de tener suficiente stock. Y promociona esos top ventas con páginas de aterrizaje específicas: multiplicarás el tráfico y los ingresos.

The screenshot shows the Amazon.com Black Friday Deals Week promotional page. At the top, the Amazon logo is on the left, and navigation links for 'Your Amazon.com', 'Today's Deals', and 'See All Departments' are on the right. The main heading reads 'Countdown to BLACK FRIDAY DEALS WEEK' with a 'Learn more' button. Below this, a section titled 'Black Friday Deals Are Here...Early' features a grid of 12 product categories, each with an image and a brief description of the deal:

- The Kindle family, from only \$79
- AmazonWireless: Upgrade your phone starting at \$0.01
- Up to 50% off in Movies & TV
- Up to 40% off the best books of the year
- Holiday deals in the Music Gift Store
- Up to 50% off outerwear and accessories
- 40-inch LCD HDTV for under \$350
- One day only: LEGO Lightning Deals
- Kodak PlaySport ZX5 camera bundle for under \$140
- Four-star video games for under \$20
- Up to 20% off MP3 players and speakers
- 100 Kindle books for \$3.99 or less

Amazon recopila sus productos más populares para el Black Friday y los agrupa en categorías claras con indicaciones de precios.

CREA UNA SENSACIÓN DE INMINENCIA

Una cuenta atrás siempre crea tensión y ayuda a decidir a los que dejan sus compras para el final. Úsala para intensificar el efecto de tus botones de acción. Y no dejes de recordar a tus compradores que no es demasiado tarde para comprar online.



LAST CHANCE FOR LAST-MINUTE GIFTS

07 45 34
HOURS MINUTES SECONDS

GET IT BY DECEMBER 24

Order by December 22 with Expedited Shipping*

[Shop now](#)

*Orders must be placed by 3PM PT

Los compradores de último minuto no tienen excusa para perderse el envío urgente de Ebay gracias a su cuenta atrás.



The Perfect Last-Minute Gifts

ENDS TOMORROW!
3 FREE
WHEN YOU BUY 3
Signature Collection

[SHOP ▶](#)

Products shown include: VANILLA BEAN NOEL, JAPANESE CHERRY BLOSSOM, and A THOUSAND WISHES.

Bath and Body Works avisa de que el tiempo se acaba y ofrece como complemento una oferta agrupada.

¡No esperes!

Sí, tus clientes pueden esperar al último minuto para encontrar el regalo perfecto... pero tú debes empezar a prepararte ahora mismo. Planifica el diseño de tu sitio con antelación para no tener que enfrascarte en grandes cambios cuando empiecen a llegar los pedidos navideños.



3

SEO con espíritu festivo
para tu tienda online

SEO con espíritu festivo para tu tienda online

Cada vez más compradores recurren a Internet para sus compras navideñas. Cuando este grupo empieza a buscar sus regalos, es más importante que nunca tener una buena estrategia SEO para atraer el tráfico adecuado. ¡Hazte el regalo de un buen SEO redactando contenido para las fiestas!

Estos son algunos aspectos básicos que debes tener presentes:

No empieces de cero

Preparar la temporada navideña puede ser agotador. No lo hagas aún más difícil añadiendo trabajo extra. Usa datos del año pasado y de los meses anteriores para crear un sitio que destile espíritu festivo.

Aquí tienes algunas ideas:

- Revisa tus mejores páginas de aterrizaje: ¿qué las hace tan populares? ¿Puedes extrapolarlo a otras páginas?
- Identifica las páginas de productos más visitadas. ¿Puedes hacer ofertas especiales para atraer a los buscadores de gangas navideñas?
- Parte del contenido que ya tienes. ¿Puedes añadir palabras clave que huelan a Navidad? Así conseguirás clientes de paso sin perder tu posicionamiento.
- Ofrece compatibilidad con móviles. Desde abril de 2015, los algoritmos de Google favorecen los sitios web adaptados para móvil. ¿El tuyo lo es?

Atrévete con las campañas de Google Adwords

Una campaña de Google Adwords es una de las formas más rápidas de conseguir visibilidad en los resultados de búsqueda. El momento para crear la campaña de marketing navideño es ahora, antes de que empiecen las compras. Lee estos consejos para rentabilizar tu campaña Google Adwords de fin de año:

- Usa palabras clave y textos específicos para atraer a tus clientes objetivo.
- Adapta las palabras clave, la publicidad y las páginas de aterrizaje a la época de fiestas.
- Haz un presupuesto y asegúrate de hacer los pagos puntualmente: ¡lo último que quieres en medio del ajetreo es una sorpresa desagradable!

- Usa nuestras herramientas: el seguimiento de la conversión y Google Analytics te ofrecen 17 alternativas concretas para evaluar tus palabras clave y entender cómo interactúan los clientes con tu sitio.
- Crea nuevos anuncios a medida que avance la campaña y retoca el texto en función del comportamiento de los clientes.
- Usa el calendario automático de Google Adwords para programar el inicio y el fin de la campaña. Aquí encontrarás más trucos para sacarle todo el jugo a Google Adwords estas navidades: <https://support.google.com/adwords/answer/2880335?hl=en>

Bloguea tu camino hasta la cima

Tu blog puede ser una mina de oro para crear contenido optimizado para buscadores durante toda la campaña navideña. No olvides estos consejos para sacarle el máximo partido a tu blog:

- Planifica con antelación. No tendrás tiempo para redactar entradas detalladas con estrategias SEO cuando los pedidos y los paquetes se acumulen. Escribe tus entradas con antelación, elabora un calendario editorial y programa las publicaciones. ¡Luego sólo tendrás que preocuparte de las ventas! Y además, le darás tiempo a los buscadores para que indexen y posicionen tu sitio antes de que empiece la campaña.
- Dedicar una entrada a cada promoción importante, producto estrella o categoría que quieras destacar. Mantendrás a tus clientes informados sobre tus magníficas ofertas navideñas, facilitarás sus decisiones de compra y generarás buen contenido para los buscadores. ¿Qué más se puede pedir? También es una forma de tener enlaces directos para páginas de aterrizaje o de producto concretas.
- Redacta una entrada sobre tu guía de regalos. Enlaza todos los productos que menciones para dirigir tráfico a tu sitio. Ofrece un regalo navideño a los clientes que difundan los enlaces y promociona esa iniciativa en boletines y redes sociales.
- Piensa en clave de SEO. Bloguear es divertido pero también tiene que ser útil.
- Usa Google Keyword Tool y Google Trends para descubrir de qué se habla y encuentra las palabras clave más adecuadas para tus productos. ¡Inclúyelas en tus entradas navideñas y verás cómo se dispara el tráfico!

Trabaja el contenido

El contenido es el rey cuando es único, por eso tienes que dedicar tiempo ahora a redactar textos relevantes para las secciones de tu sitio web.

Metadescripciones, etiquetas y títulos

- **Etiqueta de título de la página de inicio:** Debe incluir tu nombre comercial y tu frase clave en menos de 70 caracteres.
- **Metadescripción de la página de inicio:** Tienes 160 caracteres para atraer a los clientes cuando te encuentren en los resultados de búsqueda. Debe ser clara, concisa y atractiva. Te tienen que elegir a ti en lugar de a la competencia.
- **Etiqueta de título de la página:** Todo título de una página de producto ha de incluir las palabras clave para ese artículo.
- **Metadescripción de la página:** Los buscadores muestran este texto bajo el título de la página. ¡Aprovéchalo! Puede ser lo que anime a un cliente a hacer clic en tu promoción navideña.

Descripciones de productos

Cuanto mejor sea el texto de tu página, mejor posicionará en los buscadores. Las descripciones de productos son la oportunidad perfecta para ser creativo: adopta un enfoque único centrado en el cliente. También debes incluir las palabras clave del título de la página. ¡Y no olvides animar a los clientes contentos a dejar su opinión!

No pierdas de vista a la competencia

Cuando estés buscando palabras clave, échale un vistazo a los títulos, las descripciones, las URL y el contenido de tus competidores mejor situados. No se trata de copiar, sino de saber por qué esas empresas aparecen entre los primeros resultados. Como mínimo, te dará unas cuantas ideas útiles.

Anticípate

No nos cansamos de repetirlo: nunca es demasiado pronto para empezar a planear la campaña navideña, sobre todo si hablamos de SEO. Los buscadores necesitan tiempo —a veces, meses— para indexar y posicionar los sitios. Por eso tienes que darles la información antes de que empiece el maratón de ventas. El trabajo de SEO que hagas ahora dará sus frutos durante las Navidades de 2015.

4

Cuatro pasos para no agobiarse con los envíos

Cuatro pasos para no agobiarse con los envíos

El transporte no debe ser un foco de problemas. Estos cuatro pasos esenciales te ayudarán a garantizar que todos los clientes reciben sus paquetes a tiempo:

- Simplifica tus opciones de envío
- Optimiza tus recursos
- Ofrece envíos especiales
- Anuncia las fechas de entrega

Simplifica los métodos de transporte

Tu negocio tiene necesidades únicas y tu transportista ha de ser capaz de darte soluciones a medida. Para acelerar el proceso de envío y ahorrar dinero mediante descuentos por volumen, ofrece tres opciones: normal, express e internacional. Encuentra el mejor transportista para tu campaña navideña teniendo en cuenta: el valor del producto, su peso y tamaño y el coste del transporte.

- **Valor del producto:** Si los artículos que vendes son caros, necesitas un transportista fiable que ofrezca seguimiento y seguro. Tus clientes agradecerán conocer el estado del pedido y poder seguir los paquetes en tiempo real.
- **Peso:** Para productos pesados como libros o bebidas, valora las alternativas para "tarifas planas". Si son productos muy pesados, escoge al transportista que cobre menos recargos por sobrepeso.
- **Tamaño:** Puedes enviar los artículos pequeños o planos como la ropa de bebé o la joyería en sobres: así ahorras espacio y dinero.
- **Coste del transporte:** Para optar por la solución más rentable, tienes que tener una previsión de las ventas y los costes. Si es tu primera campaña navideña, haz un cálculo a partir de las previsiones de e-commerce de tu región. Por ejemplo, eMarketer prevé que en los Estados Unidos, las ventas de noviembre y diciembre supondrán un 23,3 % del total anual para las tiendas online.

Optimiza los recursos de envío

No hay nada peor que quedarse corto en plena Navidad. Para estar preparado para el incremento en las ventas, refuerza el stock de productos estrella y de material de paquetería y oficina. Optimiza el flujo de trabajo y busca soluciones para cuellos de botella potenciales. Por ejemplo: para acelerar el procesamiento de los pedidos, pre-embala tus productos más vendidos. No olvides dejar tiempo para las comprobaciones de calidad. ¿O acaso quieres que los clientes te recuerden por haber enviado un artículo incorrecto o roto justo antes de Navidad?

Ofrece envíos especiales

Para distribuir los envíos navideños a lo largo de toda la campaña, anima a los clientes a hacer su pedido con antelación mediante ofertas especiales. Anuncia estas ofertas lo antes posible. Puedes probar alguna de estas opciones:

- Envíos gratis para pedidos de más 50 €
- Devoluciones gratuitas
- Regalos envueltos sin coste adicional
- Entregas en el mismo día
- Tarifa plana de envío
- ...y cualquier otra oferta que hagan tus competidores

Dale una buena visibilidad a estas promociones: pon banners vistosos en tu página de inicio y añade códigos de descuento en el carrito de la compra. También puedes publicitar estas ofertas con correos directos y marketing social. ¿Y si pones un calendario de envíos en tu sitio web para que todo el mundo conozca los plazos? Tus clientes agradecerán saber cuándo tienen que hacer el pedido. Recuerda que los transportistas suelen ajustar sus plazos en periodo navideño: comprueba las condiciones oficiales de tu proveedor favorito. Y si haces envíos internacionales, ¡no olvides a tus clientes extranjeros!

limited time!
VICTORIA'S SECRET CUFF
FREE**
WITH ANY \$65 PURCHASE

Excludes clearance.
Use code CUFF65VS.
Online only.

SHOP NOW >



get it by
CHRISTMAS

DEC 16	DEC 19	DEC 22	DEC 23
STANDARD DELIVERY	3RD DAY EXPRESS	2ND DAY EXPRESS	NEXT DAY EXPRESS

ORDER BY 5 PM EST

FIND A STORE ANGEL CARD CUSTOMER SERVICE

Nos encanta la estrategia de Victoria's Secret para dejar claras las fechas de entrega, sobre todo teniendo en cuenta sus múltiples opciones. ¡Además, te hacen un regalo adicional!

5

**Cuatro promociones de
temporada para dar la
campanada con las ventas**

Cuatro promociones de temporada para dar la campanada con las ventas

Puede parecer sorprendente, pero la campaña de Navidad cada vez empieza antes. No te quedes atrás: aquí tienes cuatro tácticas de venta que harán que a los clientes les entre el gusanillo de comprar y darán el pistoletazo de salida.

Venta cruzada y venta de productos de una gama superior

Dos estrategias clásicas de marketing que te ayudarán a vender más. La venta cruzada consiste en animar al cliente a comprar más productos ofreciéndole artículos complementarios. Si vendes teléfonos móviles, usa la sección “Los clientes que compraron ese producto también compraron...” para presentar carcasas o cargadores para el coche. La venta de productos de una gama superior persuade al cliente de gastar más dinero añadiendo opciones a un producto. Sigamos con el ejemplo del teléfono: se trata de vender más memoria, funciones personalizadas o actualizaciones de hardware.

The screenshot shows the product page for a 'Jersey dress' on the H&M website. The main image features a model wearing a dark blue, sleeveless, knee-length dress with a flared hem. To the right of the main image, there are smaller thumbnail images of the dress from different angles. The product title is 'Jersey dress' with a price of '£14.99'. Below the title, there is a 'DESCRIPTION' section: 'Short dress in stretch jersey with narrow shoulder straps that is figure-fit at the top and flares gently to the hem. Unlined.' To the right of the description, there are options for 'COLOUR: Dark blue' (with a color swatch), 'SIZE: Select size' (with buttons for 6-8, 10-12, 14-16, and 18-20), and a 'SIZE GUIDE' link. Below the description, there is a 'DETAILS' section: '100% cotton. Machine wash at 40° Art.No. 76-2383'. At the bottom right of the product area, there is an 'ADD TO BAG' button with the H&M logo. Below the product area, there are two sections: 'STYLE WITH' and 'SIMILAR'. The 'STYLE WITH' section shows four items: '5-pack brace... £3.99', 'Wool hat £7.99', 'Ankle boots £24.99', and 'Biker jacket £29.99'. The 'SIMILAR' section shows four items: 'Short jersey... £7.99', 'Tank top dress £14.99', 'Sleeveless d... £24.99', and 'Jersey dress £7.99'. At the top of the page, there is a breadcrumb trail: 'HM.COM / LADIES / DRESSES / JERSEY DRESS'. At the bottom of the product area, there are links for '+ ZOOM', 'VIEW FULL SCREEN', and 'SHARE'.

Nos encanta cómo sugiere H&M accesorios para completar este look... y aumentar el valor del carrito de la compra. Gracias a la categoría “Productos similares”, el cliente sigue buscando si no ha encontrado lo que buscaba.

Productos combinados

Las navidades son una época perfecta para agrupar varios artículos en un pack de regalo. Aunque reducen el margen de beneficios, aumentan el valor medio de los carros de la compra. Crear un pack de regalo es sencillo: escoge artículos complementarios (o dos unidades del mismo producto), envuélvelos y ponles un precio especial. Estas combinaciones animan a comprar porque hacen que acertar con el regalo sea más fácil. Anuncia tus productos combinados en una página especial “Encuentra el regalo perfecto para...” u ofrécelos como opción de mejora de compra de los artículos individuales.

Frequently Bought Together



Price for all three: \$336.94

[Add all three to Cart](#)

[Add all three to Wish List](#)

[Show availability and shipping details](#)

- ✓ **This item:** Bose QuietComfort 25 Acoustic Noise Cancelling headphones - Apple devices, Black - Wired **\$299.00**
- ✓ Bose 20' Extension Cable for Bose Headphones **\$12.95**
- ✓ Bose Quiet Comfort 25 Headphones Replacement Carry Case, Black **\$24.99**

Amazon domina a la perfección esta técnica mediante su funcionalidad “Comprados juntos habitualmente”. Facilita a los clientes la creación de lotes y aumenta el valor medio del carrito con sugerencias pertinentes y creativas.

Ventas relámpago

Esta estrategia de marketing para e-commerce lleva desde comienzos de los 2000 seduciendo a los clientes: se ofertan productos seleccionados durante un periodo limitado y luego se retiran. Así se crea una sensación de urgencia que impulsa a hacer la compra en lugar de dejarla para más tarde.

The advertisement is for Carrefour's 'Vente Flash Vins Spécial Internet' promotion. At the top left is the Carrefour logo with the tagline 'Les prix bas, la confiance en plus'. At the top right, it says 'Vente Flash Vins Spécial Internet'. The main headline reads 'VENTE FLASH VINS' in large black letters, with 'jusqu'au 21 décembre 2014' in red above it. Below this, the text 'COUP DE BALAI SUR LES PRIX' is written in large, stylized red letters. A large '-50%' discount is prominently displayed in the center, with 'JUSQU'À' written above it. At the bottom, a white button with an orange border says 'J'EN PROFITE' with a right-pointing arrow. The background features several wine bottles, including 'VIEUX CHATEAU DES JOUANS Saint-Emilion' and 'Château des Coulinats Sainte-Croix-du-Mont'. A circular badge on the left bottle says 'SPÉCIAL INTERNET'.

La firma francesa Carrefour pone toda la carne en el asador con su venta relámpago de vino para las celebraciones navideñas.

Ventas en caliente o doorbusters

Es una estrategia de marketing tomada de las tiendas físicas que se basa en lanzar ofertas especiales durante un periodo muy breve de tiempo. Se ofertan descuentos muy jugosos al principio del día que se van reduciendo con las horas. Por ejemplo: si haces el pedido antes de las 8:00, 30 % de descuento, de las 8:01 a las 10:00, 25 %, y después de las 10:00, 20 %. Es una forma magnífica de llevar a los clientes a tu tienda temprano, antes de que hayan pasado por otras tiendas.



Nos gusta mucho la claridad y la concisión del anuncio de las ventas en caliente de Macy's.

Publicita tus ofertas

La publicidad es tan importante como la propia oferta. Asegúrate de que tus promociones tienen éxito: anúncialas en las redes sociales y mediante email marketing y banners en tu página de inicio.



The banner features a festive background with snowflakes and a purple-to-white gradient. The main headline reads "21 Days OF HOLIDAY DEALS". Below this, on the left, are images of a purple lace bra and matching underwear. On the right, a black bar contains the text "TODAY'S DEAL". Below that, the word "Lingerie" is written in a large, elegant serif font. Underneath, it says "up to 70% off" in a smaller, italicized font. At the bottom right of the main content area is a "SHOP NOW" button. At the very bottom of the banner, there is a line of text: "WE OFFER INTERNATIONAL SHIPPING VIA MyUS.com. NEW SIGN-UPS GET A SPECIAL DISCOUNT. CLICK FOR DETAILS ►".

21 Days OF HOLIDAY DEALS

TODAY'S DEAL

Lingerie

up to 70% off

SHOP NOW

WE OFFER INTERNATIONAL SHIPPING VIA [MyUS.com](#). NEW SIGN-UPS GET A SPECIAL DISCOUNT. [CLICK FOR DETAILS ►](#)

Century 21 comunica su calendario de descuentos navideños a través de una sencilla campaña de correo.

Las campañas de correo no han muerto!

En la era de Instagram y Twitter, puede parecer que las campañas de correo están desfasadas, pero nada más lejos de la realidad: son una de las mejores herramientas de los pequeños negocios para mantener viva su relación con los clientes.

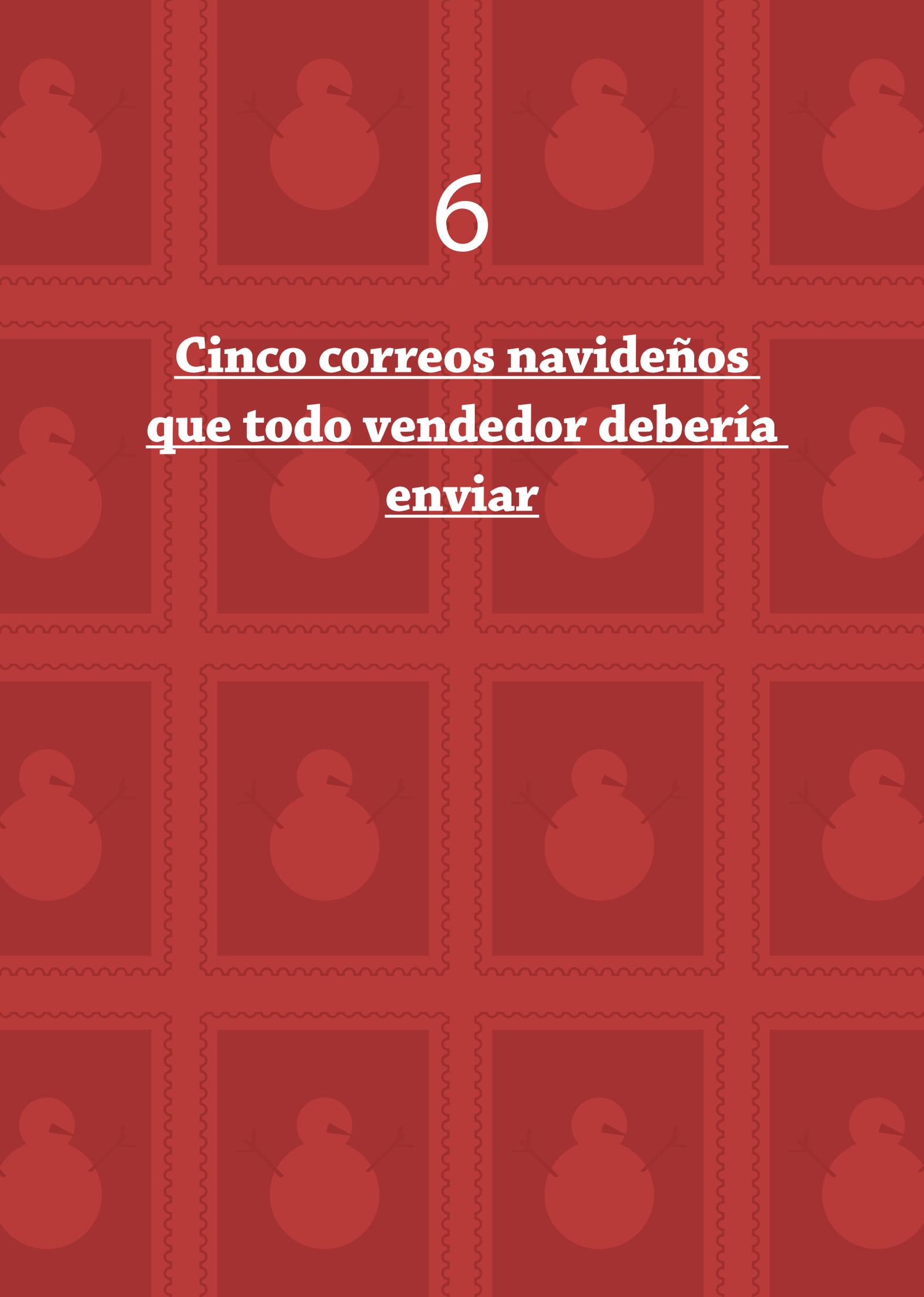


En 2014, los especialistas en marketing digital atribuyeron un 23 % de las ventas a los correos frente al 18 % de 2013. ¿Por qué sigue teniendo tanto potencial un simple email? Sencillo: el principal uso de los teléfonos inteligentes sigue siendo leer el correo. También es fácil de personalizar, algo muy importante para los consumidores. Los correos para móviles también permiten a los vendedores dirigir a sus compradores a productos concretos rápidamente, sin las molestias de buscar en una pantalla diminuta.

Aún se está estudiando la eficacia de las redes sociales para las conversiones, pero en el caso de los correos la cosa está clara: los especialistas hablan de un 40 % más de nuevos compradores vía email que por Facebook o Twitter.

Además de ser fáciles de poner en marcha y rentables, las campañas de correo ofrecen una magnífica oportunidad de recopilar datos sobre los clientes... para personalizar y mejorar su experiencia de compra. ¿De qué tipo de información hablamos? De estadísticas como las tasas de apertura y de clics, los detalles de conversión y la información del suscriptor. Todos ellos ayudan a los pequeños negocios a gestionar sus esfuerzos de marketing.

El email marketing es una potente herramienta para las tiendas online antes, durante y después de las fiestas. Estos son algunos correos que sin duda tienes que enviar estas Navidades.



6

Cinco correos navideños
que todo vendedor debería
enviar

Cinco correos navideños que todo vendedor debería enviar

¡Los consumidores empezarán a recibir la avalancha de correos con ofertas navideñas muy pronto! Hemos recopilado estos cinco correos que te ayudarán a destacar entre la multitud... más cinco trucos para evitar que tus correos resulten una molestia.

Guía de regalos

Una guía de regalos es una de las herramientas básicas para preparar la campaña de Navidad. Ayudará a tus clientes a tomar decisiones de compra y además el envío de un correo específico te permitirá dirigir tráfico exactamente adonde quieres. Piensa qué productos pueden ser un buen regalo o formar parte de un pack de regalo y anúncialos con fotos desplegables y descripciones sugerentes.

Best Gifts For Him & Her
View Mobile-Friendly

AMERICAN EAGLE
OUTFITTERS

#LIVEYOURLIFE

MEN | WOMEN | FOOTWEAR | COLLEGE + PRO | CLEARANCE

BEST GIFTS FOR HER

PREMIUM CABLE

BEST GIFTS FOR HIM

HOT LINES

HOLIDAY GIFT GUIDE
A FESTIVE ASSORTMENT OF THE BEST GIFTS TO GIVE AND GET...

Pin it SHOP NOW

TRAP HAPPY

CHECKS MIX

FESTIVE FLANNELS

FLEECE FOR ALL

Cinco correos navideños que todo vendedor debería enviar

HOOD ORNAMENTS

COOL COMFORT

HOT T

COMFY KICKS

HAPPY FEET

THERMAL VISION

WARM WISHES

TRAPPERS = KEEPERS

MOBILE ALERTS | FIND A STORE

FREE STANDARD SHIPPING WHEN YOU SPEND \$100

DOWNLOAD THE AE APP
FREE. FUN. FULL OF SWEET FEATURES

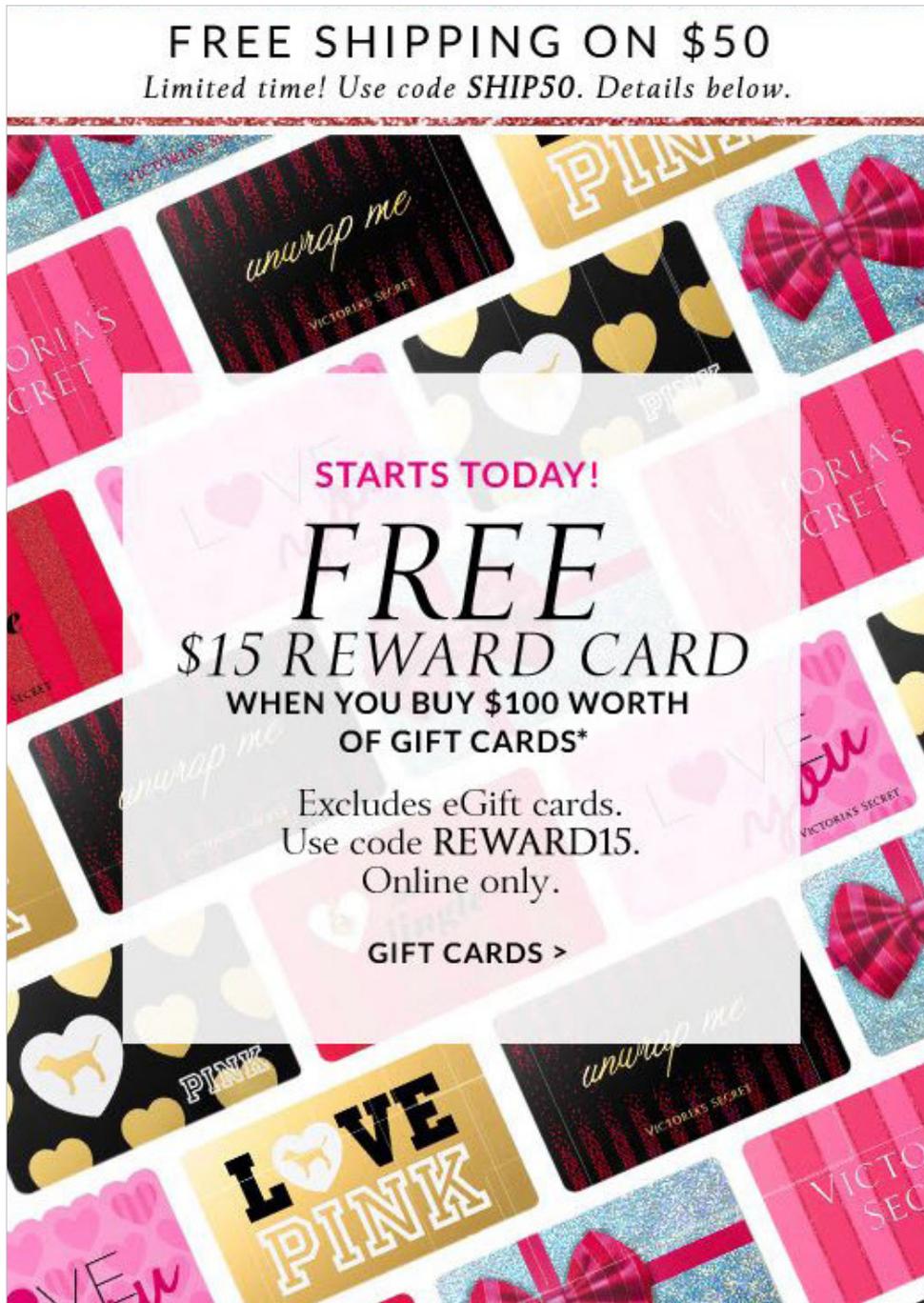
THREE EASY WAYS TO GIVE
GIFT CARDS | E-GIFT CARDS | MOBILE GIFT CARDS

AMERICAN EAGLE
OUTFITTERS® *aerie*

American Eagle le da un toque divertido al texto de su guía de regalos. Los productos premium y los más vendidos aparecen en la parte superior.

Rebajas y promociones

Los compradores esperan encontrar buenos precios en Navidad. Pero no se los ofrezcas todos a la vez: espacia las ofertas para mantener la emoción. Incluye los detalles y las fechas de la promoción en el título del correo y no te dejes las palabras clave que sabes que llamarán la atención de tus clientes.

A promotional email graphic for Victoria's Secret. The background is a collage of various gift cards with different designs, including 'unwrap me', 'LOVE PINK', and 'VICTORIA'S SECRET'. The text is centered and reads: 'FREE SHIPPING ON \$50 Limited time! Use code SHIP50. Details below.' followed by 'STARTS TODAY!' and 'FREE \$15 REWARD CARD WHEN YOU BUY \$100 WORTH OF GIFT CARDS*'. Below this, it says 'Excludes eGift cards. Use code REWARD15. Online only.' and 'GIFT CARDS >'.

FREE SHIPPING ON \$50
Limited time! Use code SHIP50. Details below.

STARTS TODAY!

FREE
\$15 REWARD CARD
WHEN YOU BUY \$100 WORTH
OF GIFT CARDS*

Excludes eGift cards.
Use code REWARD15.
Online only.

GIFT CARDS >

Victoria's Secret da un montón de información en este correo promocional: envío gratuito, tiempo límite y tarjeta de regalo con cada compra. ¿A quién no le gustaría?

Carro abandonado

Muchas veces los carros se abandonan por accidente, por un fallo técnico o porque el comprador se distrae. Aquí es donde hacen su aparición los recordatorios de carrito abandonado. ¡Aprovéchalos para estar en contacto con tus clientes y recuperar ventas perdidas! También son una forma inteligente de ganar puntos con el cliente: si ha llegado tan lejos en el proceso de compra, le gustará saber de ti.

The image shows a screenshot of a Nordstrom email designed to remind a customer of items in their shopping bag. At the top, the Nordstrom logo is centered, with navigation links for WOMEN, MEN, JUNIORS, KIDS, BRANDS, SALE, and SPECIALTY SHOPS. The main content area has a light gray background and a thin border. It features the headline "Still thinking it over?" in a large, black, handwritten-style font. Below this, a paragraph reads: "You have some great stuff in your Shopping Bag. Still deciding? If you have any questions, let us know how we can help. Complete your order now—our popular looks go fast." A prominent red button with white text says "VIEW SHOPPING BAG >". To the right of the button is a photograph of a woman wearing a long, dark blue, beaded mesh gown. Below the photo, the text says "This caught your eye: Adrianna Papell Beaded Mesh Gown". At the bottom of the email, there are two distinct boxes. The left one is light gray and titled "DID YOU KNOW?" in blue, with the text "You can exchange and return online purchases in any of our stores." and a link "MORE FAQs >". The right one is a solid green box with white text that reads "FREE SHIPPING" and "FREE RETURNS" in large, bold letters, with "ALL THE TIME." underneath.

Nos gusta mucho el mensaje que envía Nordstrom: un recordatorio desenfadado y visual de los artículos que el cliente ha añadido al carrito.

Felicitación navideña

Para mantener una buena relación con tus clientes, puedes compensar los correos promocionales con otros que no tengan nada que ver con las ventas. Diseña correos que requieran una respuesta del cliente: estrecharás lazos sin necesidad de hacer más envíos. Puedes anunciar una entrada del blog, enviar noticias o destacar el perfil de un cliente.

Free Shipping on \$50 order. | [Web Version](#) | [Mobile Version](#) | Please add landsend@email.landsend.com to your address book. | [Unsubscribe](#)

LANDS' END 

Women Men Kids Swim Outerwear **Gifts** School For the Home Sale 

A HUG.

A KIND WORD.

A HAND TO HOLD.

THE GREATEST GIFTS OF ALL.

Merry Christmas

May you give them freely, and receive them abundantly.
Merry Christmas and Happy New Year.
- From all of us at Lands' End

TAKE TIME TO SHARE.
Do have a favorite holiday tradition or Christmas memory?
Share it with us on 



FREE SHIPPING on \$50 orders. DETAILS BELOW.

Nos encantan las felicitaciones de Land's End, cercanas y creativas.

Los mejores trucos para que tus correos lleguen a buen puerto

Truco 1. Elabora un calendario

Los correos programados son una excelente herramienta para estar presente en la mente del cliente. Estarás ahí cuando esté pensando qué regalar, cuando en el último momento esté dándole vueltas para encontrar el regalo ideal para alguien.

- Elabora un calendario. Programa tus campañas de correo para que coincidan con tus promociones navideñas y con las fechas clave.
- Haz un seguimiento. Prepara recordatorios para enviar tras el anuncio inicial de la promoción.
- Planifica con antelación. No tendrás ni tiempo ni ganas de escribir correos durante la campaña navideña: prepáralos con antelación.

Truco 2. Usa un diseño único y navideño

Tu sitio web, tus correos y tus acciones en las redes sociales deben compartir el mismo diseño gráfico. Recuerda probar los correos en varias plataformas para asegurarte de que tu imagen es coherente en todos los canales.

Truco 3. No exageres

Sabemos que quieres estar conectado a tus clientes durante toda la campaña, pero no te pases: corres el riesgo de que se cansen de ver tu logo en su bandeja de entrada o, peor aún, de que cancelen su suscripción a tus actualizaciones. Encuentra la frecuencia adecuada para tu audiencia u ofrece la opción de decidir cuándo recibir noticias tuyas.

Truco 4. Sé parte de la solución

Las Navidades son una época frenética en la que hay mil cosas por hacer. No añadas una carga más a esas agendas tan saturadas enviando correos innecesarios. Descubre cómo puedes ayudar a solucionar esas preocupaciones navideñas: "¿dónde encuentro el regalo perfecto?", "¿llegará a tiempo?" o "¿me dará tiempo a comprarlo?" Explota tus puntos fuertes y preséntate como un aliado para disfrutar de las fiestas, no como otra tienda online más.

Truco 5. Dale un toque personal

Si dispones de recursos, valora la posibilidad de personalizar los correos con el nombre de tus clientes. Es solo un detalle, pero demuestras que te interesas por las personas que visitan tu sitio y compran en él.

7

Despide las fiestas con
estilo

Despide las fiestas con estilo

Las Navidades se acaban... ¡pero eso solo quiere decir que empieza un nuevo año! Muchos propietarios de tiendas online se obsesionan con los ingresos del último trimestre y descuidan los del primero, lo que se traduce en un decepcionante desplome de las ventas. ¡No hagas lo mismo! Aquí tienes algunas ideas para mantener durante mucho tiempo la alegría navideña.

Cambios y devoluciones

Si logras que los cambios y devoluciones resulten sencillos, podrás convertir este aspecto tan monótono de las fiestas en una oportunidad increíble para fidelizar clientes. ¡E incluso puedes hacer algunas ventas extra!

LOS CLIENTES INSATISFECHOS TAMBIÉN SON PERSONAS

Has trabajado mucho para que tus clientes disfruten de una experiencia estupenda estas fiestas. ¡No te rindas ahora! Puede que los cambios y las devoluciones no sean precisamente algo muy divertido, pero son una gran oportunidad para impresionar a tus clientes con un servicio atento y personalizado. Prueba a usar un chat para presumir de un servicio de atención agradable que da ayuda en tiempo real.

DISMINUYE LAS DEVOLUCIONES CON UN INCENTIVO QUE NO PODRÁN RECHAZAR

Una devolución es la oportunidad perfecta para conseguir un cliente fiel. ¿Por qué no ofrecer el envío gratis o un buen descuento si el cliente decide hacer un cambio en vez de solicitar el reembolso de su dinero? Es un pequeño gesto que puede generar más ventas a lo largo del año.

Ofertas y descuentos que marcan la diferencia

Encuentra una forma única de convencer a los clientes que van a usar sus tarjetas regalo. Prueba alguna de estas sugerencias:

DONA PARTE DE LO QUE OBTENGAS

Una forma interesante de diferenciarse es dar una parte de las ganancias a una organización benéfica que apoyes. Tras la época del consumismo navideño, muchos estarán encantados de saber que su dinero sirve para ayudar a una buena causa.

COMPRA UNO, Y CONSIGUE ESTO GRATIS

Si tienes exceso de inventario, considera ofrecer un producto gratis con la compra de otro artículo a precio normal. Esto funciona muy bien con los productos perecederos o sensibles al paso del tiempo, como artículos de ropa de temporada: incluye una bufanda estampada por cada par de pantalones vaqueros comprados por su precio total. Conseguirás muy poco margen en estos artículos, pero te ahorrarás los costes de mantenimiento del stock.

CREA LOTES

Si tienes productos gratuitos de los que necesitas deshacerte, tal vez te pueda interesar crear lotes y sugerírselos a los clientes que hayan comprado un artículo similar. Los accesorios y recambios son buenos candidatos para ello: púas y cuerdas para una guitarra nueva; cargadores, adaptadores y fundas para teléfonos. Mezcla y combina para ver lo que mejor funciona en tu negocio.

UN BUEN CONCURSO A LA ANTIGUA USANZA

Despierta el interés con un concurso: pídele a los clientes que envíen sus fotos preferidas de las fiestas, o la mejor foto utilizando tu producto. Da premios a todos los participantes: aunque solo sea un 5 % de descuento en su próxima compra. Utiliza el concurso para promocionar un producto nuevo o el producto más vendido y premia con uno de estos al ganador.

DA LAS GRACIAS

El éxito de tu tienda se basa fundamentalmente en la fidelidad de tus clientes. Entonces, ¿por qué no darles las gracias por un año tan maravilloso? Ofréceles un pequeño descuento que puedan pasar a sus amigos y familiares. Les dará una excusa para volver a visitar tu tienda en enero.

PRESENTA UN NUEVO PRODUCTO PARA EL NUEVO AÑO

El lanzamiento de un nuevo producto es una manera perfecta para atraer la atención de los clientes sin bajar los precios. Tendrás que organizarte para llevarlo a cabo pero si lo haces bien... podrás aprovechar el año nuevo para causar sensación.

Lecciones y resoluciones

El comienzo de año es el momento perfecto para poner en práctica lo aprendido durante los doce meses anteriores.

REVISAR LOS RESULTADOS DE LAS PRUEBAS A/B

Seguro que has hecho pruebas A/B durante la campaña navideña. Habrás usado esa información para hacer algunos ajustes y conseguir un buen nivel de ventas. Pero también puede servirte para desarrollar tácticas de ventas para el próximo año. Y, por supuesto, para hacer modificaciones que mejoren tus ventas ordinarias.

APROVECHA TU INFORMACIÓN

La temporada navideña te habrá proporcionado una gran cantidad de información sobre tus clientes. Úsala para segmentar tu lista de contactos y enviar ofertas personalizadas a los clientes que sepas que estarán interesados. Por ejemplo, si sabes quién compró un teléfono este año, envíale un correo electrónico ofreciéndole un lote de accesorios. ¿Tienes un exceso de stock de ropa de una talla concreta? Envía ofertas personalizadas a los clientes que han comprado esas tallas previamente. Evitarás agobiar a los clientes con ofertas que no les interesan.

PRESTA ATENCIÓN A LOS PATRONES DE COMPRA

Habrás aprendido mucho sobre tus clientes estas Navidades, pero también sobre tus productos. ¿Qué se está vendiendo a precio normal? ¿Qué se rebaja? Usa estos datos para volver a evaluar los productos y saber cuáles ofrecen mejores resultados.

- **Productos mejor vendidos:** Las Navidades probablemente te hayan dado una buena idea sobre qué productos desea comprar la gente por su precio total. Considérelos una buena opción para los lotes y las promociones de este año.
- **Productos prometedores:** ¿Algunos productos atraen mucho la atención pero se venden poco? Intenta promocionarlos con una pequeña rebaja posvacacional o simplemente haz que sean el centro de atención cuando te comuniques con los clientes.
- **Productos problemáticos:** Si algunos productos sólo se venden bien cuando tienen descuento, podría ser hora de retirarlos. Las rebajas de principio de año son la oportunidad perfecta para crear una categoría especial de "Liquidación". Estos artículos también pueden encajar muy bien en lotes.

NO TE OLVIDES DE LOS CARRITOS ABANDONADOS

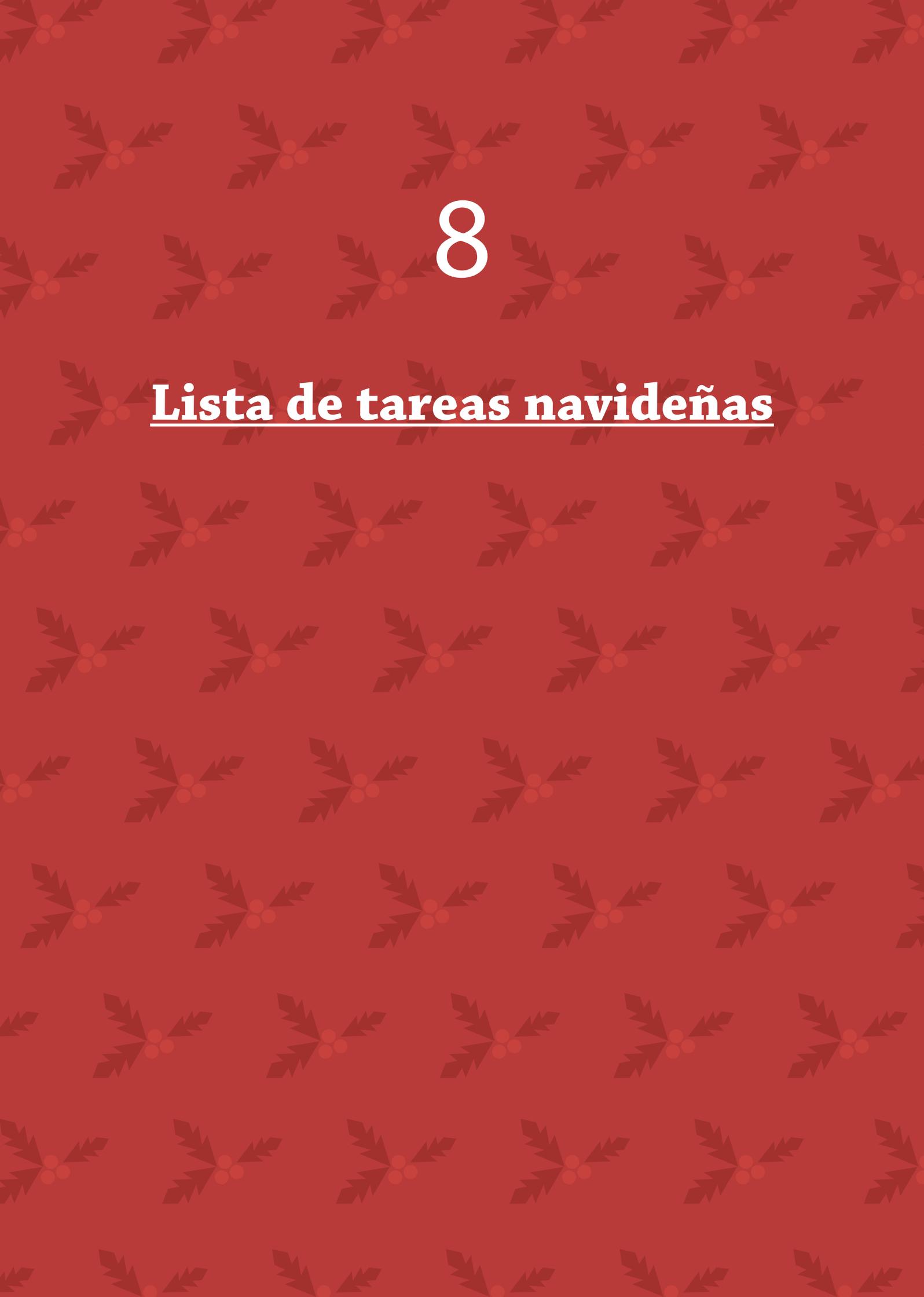
Hay muchos clientes que utilizan el carrito en vez de la lista de deseos. A menudo esperan recibir un recordatorio sobre su carrito... ¡no dejes pasar esta oportunidad para recuperarlos y finalizar la venta!

DEMUESTRA TUS HABILIDADES SOCIALES

Puede que las fiestas ya hayan acabado, pero lo que no deben acabar son tus iniciativas de marketing. Utiliza las redes sociales para seguir dando de qué hablar. Si decides incorporar una donación caritativa, las redes sociales son una gran manera de involucrar a tus clientes y crear conciencia. Y lo mismo sucede con los concursos de comienzo de año.

ES HORA DE RETIRAR LA DECORACIÓN NAVIDEÑA (¡Y LAS OFERTAS!)

Quita las luces ya: ¡que no llegue febrero y sigas con el árbol puesto! Fíjate una fecha y ten preparado el tema de Año Nuevo para aprovechar la época de rebajas. ¿Has ofertado envíos gratis durante las fiestas? Recuerda quitar esa opción de tus herramientas promocionales si no vas a mantener la oferta en enero.



8

Lista de tareas navideñas

Lista de tareas navideñas

Haz como Santa Claus: prepara tu lista y revísala dos veces. Organiza tu actividad y haz un seguimiento de los avances con ayuda de este esquema navideño.

GESTIÓN

- Llenar el almacén y reponer productos más vendidos
- Hacer acopio de material de paquetería
- Pre-embalar los productos más vendidos

EMAIL MARKETING

- Animar a los clientes a empezar a comprar pronto
- Promocionar las ventas del Black Friday y el Cyber Monday
- Correos recordatorio de carros abandonados
- Publicitar las guías para regalo
- Promocionar tarjetas de regalo para compradores de último minuto
- ¿Aún no tienes el regalo perfecto?
- Dirigirse a los clientes con propósitos de Año Nuevo
- Promocionar las rebajas de enero para reducir el exceso de inventario

OPTIMIZACIÓN PARA BUSCADORES

- Artículos de blog redactados en clave de SEO que incluyan palabras clave navideñas
- Descripciones de productos
- Metadescripciones, etiquetas y títulos
- Campaña de Google Adwords
- Optimización del contenido web

PROMOCIONES

- Ofertas de envío
- Regalos envueltos gratis
- Ventas del Black Friday y el Cyber Monday
- Ventas relámpago
- Productos combinados
- Rebajas de enero

DISEÑO DEL SITIO WEB

- Optimizar el buscador del sitio para facilitar la búsqueda de regalos
- Crear páginas de aterrizaje segmentadas
 - Tipo de cliente
 - Regalos de último minuto
 - Para llenar el calcetín
- Retocar el contenido gráfico con motivos navideños
- Promocionar los descuentos en la página de inicio
- Darle al contenido un toque festivo
- Añadir un calendario de envíos

Lista de tareas navideñas

Lista de tareas para después de las Navidades

- Personalizar el proceso de cambios y devoluciones
- Utilizar incentivos para convertir devoluciones en cambios o incluso en nuevas compras
- Hacer ofertas de descuentos creativas
- Darle las gracias a los clientes
- Utilizar la información para segmentar clientes y enfocar tus estrategias de marketing
- Analizar el rendimiento de los productos y el mercado
- Hacer un seguimiento de los carritos abandonados
- Participar en las redes sociales este nuevo año
- Revisar las ofertas específicas para Navidad y retirar los adornos

Acerca de PrestaShop

PrestaShop se fundó en 2007 con la misión de ofrecer al mundo un software ecommerce de calidad apoyado en los beneficios del software libre.

Actualmente más de 250,000 tiendas online funcionan gracias a la tecnología PrestaShop. Además, ofrecemos alojamiento gratuito y un software en constante evolución, permitiendo a nuestros usuarios ser vendedores online con tiendas totalmente funcionales con costes muy reducidos.

La comunidad PrestaShop de código libre está formada por más de 850,000 programadores, agencias web y asociados de la industria del ecommerce. Todos ellos contribuyen a la innovación y evolución constante de la plataforma. Gracias a los mejores socios, PrestaShop ofrece más de 3,500 módulos de valor añadido que se integran de forma automática al software PrestaShop.

PrestaShop es la solución de comercio más internacional del mercado, con usuarios en 200 países y traducciones a 65 idiomas.

PrestaShop ha sido premiada en dos ocasiones por Packt Publishing's Best Open Source Business Application, ganó el Europe's Bsoco Award en 2013 en la categoría de CMS y fue evaluado como el número 1 en el Open Source Shopping Cart de EcommerceBytes Sellers Choice Awards 2013.

PrestaShop tiene oficinas en los Estados Unidos y en Francia y su financiación procede de XAnge Private Equity, Seventure Partners y Serena Capital. Puedes ampliar esta información en www.PrestaShop.com

