

Cómo aprovechar las campañas para hacer crecer tu negocio

Pese a que las circunstancias han cambiado y nos encontramos en un contexto de distanciamiento sin precedente, nada evita que se sigan celebrando fechas importantes que necesitamos contemplar en nuestro calendario comercial, como el Día de la Madre, Día del Padre, Fiestas Patrias; etc.

Solo así podremos organizar campañas provechosas para nuestros negocios y retomar cierto sentido de normalidad entre todo el caos, señala el **Consultorio Financiero de Mibanco**.

I. Planificación de la campaña

1. Identifica **dónde te posicionas y a través de qué canales comercializas** (tienda física, puesto de mercado, plaza de mercado online).
2. Define cuáles son las **festividades en las que tu negocio puede vender más** debido al tipo de servicio o producto que ofrece.
 - **¿Cómo puedes aprovechar las festividades para aumentar tus ventas?**
 - Primero debes definir el **objetivo de tu campaña**: liquidar inventario, generar nuevos clientes.
 - Luego debes aprovechar una oportunidad de comunicación identificando qué festividades pueden ayudarte a aumentar tus ventas.
 - Asocie ambas ideas: tu objetivo comercial y objetivo de comunicación.

3. Arma tu calendario comercial donde planificarás tus actividades comerciales y promocionales por segmento de cliente. A partir de él podrás definir las ofertas por preparar y el presupuesto, así como la publicidad. En un calendario comercial uno establece objetivos por fechas y las planifica.



Consejos para ordenar tus finanzas personales



Scotiabank: ¿Cómo proteger tu dinero de fraudes y robos?



¿Qué ocupaciones y actividades usaron más el trabajo remoto en el 2020?

II. Estimar la demanda

Paso importante sobre todo para negocios con un inventario definido. Recuerda que **gestionar un inventario es como organizar un cumpleaños: si no hay suficientes pedazos de torta, tendrás invitados insatisfechos.**

1. Revisa el histórico

1. **Define tus picos de venta:** identifica las fechas con más movimiento por producto o categoría. Antes de organizar un cumpleaños, define qué fecha es la ideal.

2. **Identifica la compra promedio de tus clientes:** antes de realizar las invitaciones uno debe asegurar cuánto gastará por invitado.

2. Revisa lo que se hace en el mercado

1. **Observa los pasos del líder:** ¿cuál es su gancho?

¿qué lo hace único?

2. **Visita a tu vecino:** ¿qué ha cambiado? ¿qué precios y promociones hace?

3. **Calcula y arriesga**

1. **Calcula el monto de ventas,** o, en otras palabras, cuántos invitados llegan.

2. **Estima los costos variables de la campaña:** una vez que los invitados estén en la fiesta, deberá asumir imprevistos.

Toma en cuenta que la demanda se genera en base a la cantidad de personas que uno alcanza.

- **Alcance:** personas que ven o escuchan algo sobre su campaña.
- **Interés:** personas que interactúan y reaccionan con comentarios, preguntas, llamadas; etc.
- **Compra:** personas que efectuaron una compra en su negocio. Evidentemente este número será significativamente menor a la cantidad de clientes potenciales alcanzados por la campaña, así que ¡No te desanimes! Eso no significa que tu campaña haya fracasado, así funciona el marketing.

III. Conseguir el capital de trabajo

Anticipa los costos de tu campaña. Para ello, debes hacerte 4 preguntas clave:

1. ¿Tienes suficientes productos?
2. ¿Necesitas ayudantes o contratar a una persona más por

un mes?

3. ¿Necesitas invertir en publicidad? ¿Dónde se encuentra tu público?
4. ¿Cómo entregarás tus productos?

Ahora, es importante evaluar formas de financiamiento para la campaña:

- Crédito directo de proveedores
- Ahorros, pues el crédito más barato es el que nos hacemos a nosotros mismos.
- Un crédito bancario, es decir, usar dinero prestado para generar mayor rentabilidad.
- Un mix de ellos.

El último paso de esta fase es **armar tu campaña en sí**, siguiendo una lista de verificación que te permita saber y monitorear las acciones a tomar.

IV. Promoción

1. Evalúa tu cancha de juego:

1. **La plaza:** en tu barrio, distrito, región o país
2. **Los clientes:** personas, empresas o ambos
3. **Los canales de distribución:** plaza de mercado online como Lumingo, Linio, Cuponatic
4. **Los canales de promoción:** Facebook, WhatsApp, su página web, TikTok.

2. Entiende a los jugadores:

1. **El rival:** la competencia
2. **El árbitro:** gobierno, municipalidad

3. **El equipo:** tu gente
4. **El entrenador:** tú como líder
5. **Los auspiciadores:** la entidad financiera con la que has decidido trabajar
6. **El clima:** digital

3. Plantea tu jugada o estrategias para tu campaña

1. Mix de campañas por fechas: elije si iniciará con el Día de la Madre, Fiestas Patrias, Navidad.
2. Mix de campañas por tipo de clientes: recuerda que cada campaña es para un tipo de cliente
3. Mix de campañas por tipo de productos: te percatarás cuando gestiones bien el inventario
4. Mix de campañas por canales: Linio, Rappi, redes sociales, punto de venta.

4. ¡Busca ganar!

1. Comienza hoy mismo
2. Evalúa tus resultados para poder mejorar en tu próxima campaña
3. ¡Siempre sigue adelante!