

C H E C K L I S T



**CHECKLIST
PARA FECHAS
COMERCIALES**

N U B I M E T R I C S

¡Repasa tus tareas y vende más en la próxima fecha comercial!

Las fechas comerciales son una excelente oportunidad para aprovechar los picos de demanda y aumentar tus ventas en e-commerce. Día de las Madres, Navidad, Black Friday, Hot Sale - entre muchas más - son eventos imperdibles que necesitan de anticipación y estrategia para que tu negocio online marque la diferencia y atraiga a más compradores.

En este checklist encontrarás todas las tareas que debes tener en cuenta para ser un éxito en ventas durante la próxima fecha comercial. ¡Vamos!



Instrucciones para usar este checklist:



Haz clic en el cuadrado para marcar cada tarea completada.



Utiliza la aplicación gratuita [Adobe Acrobat Reader](#). Si tienes otra aplicación lectora de PDF, marca las tareas completadas a través de la opción Editar.

La oferta_

La elección de los productos a vender es una de las tareas más importantes. Recuerda que hay que comprar bien para vender bien.

- Analizar el mercado y las tendencias**
- Chequear las categorías.
- Investigar las palabras claves.
- Investigar los productos más vendidos.
- Elegir productos con muchas búsquedas y pocos vendedores.
- Monitorear la oferta de la competencia.



La demanda insatisfecha es una de las mejores oportunidades para los vendedores. Aprende qué es y cómo aprovecharla para hacer crecer tu negocio online.

- Examinar y organizar el stock**
- Analizar la estacionalidad de los productos y la categoría.
- Identificar las publicaciones que generan más ventas.
- Repasar el inventario de stock.
- Definir qué productos entrarán en la campaña.

- Preparar el nuevo stock**

- Definir mix de productos.
- Hablar con los proveedores.
- Comprar stock.
- Registrar los nuevos productos en el inventario.
- Registrar el stock en la plataforma de ventas online.

- Crear estrategia de precios**
- Analizar y controlar los precios de la categoría.
- Identificar los top sellers y los competidores directos de la categoría.
- Analizar los precios de la competencia y sus productos más vendidos.
- Definir precios.
- Planificar los descuentos que se aplicarán.
- Revisar y definir las formas de pago.
- Monitorear precios.



No te olvides de controlar y seguir los cambios en los precios **antes y durante** el evento.

Las publicaciones_

Cada búsqueda que hace el usuario es el resultado de una intención de compra. Entender cómo funciona la demanda es la clave para crear publicaciones que generen visitas a tu negocio.

- Crear títulos**
- Identificar las palabras clave utilizadas por los compradores.
- Identificar las palabras clave usadas por la competencia en sus publicaciones.
- Armar los títulos con el formato: nombre del producto + marca + modelo.
- Verificar si no hay errores de ortografía.



En el título, no olvides utilizar espacios para separar las palabras, en lugar de signos de puntuación o símbolos. Evita también utilizar términos innecesarios como "oferta" y/o "promoción". Esta información adicional puede incluirse en otras partes de la publicación.

- Optimizar publicaciones**
- Redactar las descripciones.
- Completar las fichas técnicas de los productos.
- Colocar imágenes con buena calidad.
- Categorizar los productos de acuerdo con sus características.
- Añadir ventajas adicionales: envío gratuito, cuotas sin intereses, etc.



¡Recuerda hacer click para marcar cada tarea completada!

Estrategia de envío y distribución_

En los eventos comerciales, la logística es una tarea que requiere mucha atención, ya que está directamente relacionada con la experiencia de cliente y la reputación del vendedor.

- Analizar los tipos de envío utilizados por la competencia.
- Analizar los costos del transporte gratuito.
- Negociar los plazos y precios con operador y/o distribuidor logístico.
- Preparar las etiquetas para los productos.
- Preparar los paquetes.

A la hora del envío:

- Ver todos los datos del comprador: nombre, teléfono y correo electrónico.
- Comprobar que la dirección esté completa: calle, número, ciudad, código postal y cualquier referencia adicional.
- Colocar la etiqueta de envío en un lugar legible del paquete.



¡Recuerda hacer click para marcar cada tarea completada!

Atención y experiencia del cliente_

Durante cualquier evento comercial, la experiencia del comprador en tu negocio debe ser ágil y excelente. Tener el servicio organizado y bien preparado es clave para garantizar la venta y para fidelizar clientes.

- Garantizar la experiencia del cliente**
- Organizar al equipo de atención al cliente.
- Preparar una lista de posibles consultas.
- Crear modelos de respuestas con el formato: **saludo + respuesta + propuesta + despedida.**
- Comprobar que no haya errores de ortografía.



Invertir en publicidad y Ads ayuda a potenciar el negocio online durante las fechas comerciales. [Sigue estos consejos](#) y aprende a crear una campaña publicitaria exitosa.

¡No te olvides de las métricas!

No olvides elaborar la estrategia y supervisarla para garantizar el éxito de tu negocio durante el evento.

- Antes del evento**
- Identificar y analizar la conversión del negocio.
- Establecer el número de visitas y ventas previstas por día y/o evento.
- Establecer la tasa de conversión prevista para el evento.
- Definir el ticket medio para cada categoría y producto.

- Durante y después del evento**
- Seguir el tráfico de visitantes en las publicaciones.
- Evaluar si las ventas aumentaron o disminuyeron.
- Analizar el impacto del envío gratis en el volumen del negocio.
- Analizar la tasa de conversión y su eficiencia en cada categoría.
- Analizar los resultados de las campañas de publicitarias.

¡TODO LISTO! 

¡Buenas ventas!



Plataforma para marcas y vendedores de e-commerce que provee información inteligente para potenciar su negocio.

¡PRUEBA GRATIS!