



¿Cómo se prepara

tu marca

para el

Buen Fin?

Un whitepaper de **AXISKG**

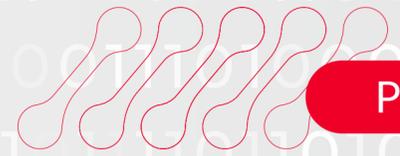


Tabla de contenidos

Introducción	3
Tendencias y comportamiento del consumidor	4
Consideraciones que debes aplicar en tu estrategia	5
¿Cómo te ayuda nuestra agencia?	6
Conócenos	7
Referencias	8

Introducción

En el dinámico mundo de la publicidad y el marketing, las estrategias han demostrado ser esenciales para el éxito de las campañas comerciales. Según una encuesta publicada por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), el Buen Fin se posiciona como el segundo evento de compras online más trascendente para los mexicanos, capturando la atención del 40% de los compradores en línea. Además, se registró un aumento en los compradores masculinos mayores de 55 años con niveles socioeconómicos altos y con perfiles bancarios, mientras que la participación de millennials disminuyó.

Algunos medios de comunicación como El Economista, Fashion Network y Merca 2.0, mostraron que hubo un incremento del 3.2% en la afluencia de clientes y un crecimiento del 8.7% en visitas a tienda. En este contexto, el marketing se consolida como el aliado indispensable para maximizar los beneficios de esta temporada.

Esta tendencia continuará ofreciendo oportunidades sin precedentes para las marcas que buscan expandir su alcance y relevancia en el mercado. En esta guía para ti, te compartimos las claves para capitalizar este crecimiento con estrategias que han demostrado ser efectivas y cómo en AXISKG podemos crear algo icónico con nuestros servicios.

Tendencias y comportamiento del consumidor

Sin duda alguna, el principal objetivo del Buen Fin es reactivar la economía mediante descuentos y promociones atractivas. Pero, ¿cómo se convierte en una oportunidad tanto para los consumidores como para las empresas? Este evento permite adquirir productos a precios reducidos, adelantando, en muchos casos, las compras navideñas. Para las empresas, el Buen Fin representa un momento crucial para aumentar ventas de forma estratégica y captar nuevos clientes potenciales de manera exponencial.

Un reciente estudio mostró que la participación de empresas durante el Buen Fin ha aumentado significativamente, con aproximadamente 100,000 ofreciendo una amplia gama de productos y servicios. Las categorías más populares durante fueron:

40% Electrónicos | 25% Ropa y calzado | 20% Electrodomésticos | 15% Otros

Además, alrededor de 4 de cada 10 compradores declaran que piensan utilizar más el canal digital para sus próximas compras durante en futuras ediciones. Incluso, la omnipresencia se hace indispensable, es decir, Mobile será el device preferido para comprar, especialmente en Sitios web y apps. Sin embargo, hay una gran oportunidad en el último día donde la cobertura se mantiene flat pero las búsquedas se aceleran enormemente. No olvidar la anticipación del evento y aprovechar la oportunidad de los 5 días posteriores al evento.

¿Qué esperar para este año? La confianza del consumidor y las ventas están proyectadas a acelerar significativamente, posicionando a México como el líder en crecimiento de ventas online en comparación con 2023. Tomando en cuenta que la omnipresencia digital se vuelve crucial, con el dispositivo móvil emergiendo como la opción preferida para las compras, especialmente a través de sitios web y aplicaciones. Sin embargo, las tiendas físicas siguen siendo una opción muy cercana en preferencia, reflejando su continua relevancia en el panorama de compras.

Consideraciones que debes aplicar en tu estrategia

Para que tu empresa pueda incursionar de forma exitosa en el comercio electrónico te damos las siguientes recomendaciones:

Descuentos atractivos:

El 82% de los consumidores mexicanos buscan descuentos significativos durante el Buen Fin, por lo que es crucial diseñar promociones atractivas. Considera ofrecer descuentos de al menos el 30%, y complementa tus ofertas con incentivos adicionales como meses sin intereses, bonificaciones en efectivo, o descuentos en tarjetas bancarias; estas promociones no solo atraen a más clientes, sino que también pueden impulsar significativamente tus ventas.

Experiencia de compra:

Aproximadamente el 73% de los consumidores evitan aquellas tiendas que ofrezcan una mala experiencia. Para asegurar una experiencia de usuario fluida, prepárate con un sitio web o landing page actualizada, con un diseño optimizado para dispositivos móviles. Además, de contar con publicidad pagada para alcanzar un público más amplio y dirigir tráfico hacia tu sitio web.

Inteligencia artificial para tu audiencia:

El Buen Fin será una gran oportunidad este año ya que 6 de 10 mexicanos tiene intención de participar. Es decir, la mayoría comprará más de una categoría, maximiza el cross selling personalizando tus estrategias para la audiencia adecuada. Usa AI a tu favor para multiplicar la eficiencia y rentabilidad en tus ventas.

Retargeting:

Puede ser una herramienta eficaz para convertir visitantes que no realizaron una compra en su primera visita. Las campañas de retargeting funcionan para recordar a los usuarios sobre los productos que vieron y ofrecerles promociones adicionales para incentivarlos a completar la compra.

¿Cómo te ayuda nuestra agencia?

Entendemos que el Buen Fin es una oportunidad crucial para maximizar tus ventas. Por eso, diseñamos estrategias personalizadas para tu marca, enfocadas en atraer a los consumidores adecuados y potenciar tu visibilidad durante este evento. Con AXISKG, no solo te preparas para Buen Fin; te posicionas para destacar de forma ICÓNICA.



PAID MEDIA

El uso de publicidad pagada es esencial durante el Buen Fin, ya que permite alcanzar a un público más amplio y específico. Las estadísticas indican que, en la edición 2023, se alcanzaron ventas por 43,688 millones de pesos, superando las expectativas iniciales. Implementar campañas de anuncios en plataformas como Google Ads, medios programáticos y redes sociales puede incrementar la visibilidad de tus ofertas, especialmente en un entorno donde el 54% de las ventas se realizaron en línea.



ESTRATEGIA SEO

La creación de contenidos optimizados para motores de búsqueda es fundamental para atraer tráfico orgánico a tu sitio web.

Durante el Buen Fin, el tráfico en línea se incrementa significativamente, y el contenido relevante puede posicionar tu marca en los primeros resultados de búsqueda.



DESIGN WEB & UX

Un diseño web atractivo y funcional permite convertir visitantes en compradores.

Durante el Buen Fin, los consumidores buscan una experiencia de compra fluida y rápida. En 2023, se observó un aumento del 35% en la participación de tiendas en línea con landing page intuitivas, lo que resalta la importancia de tener un sitio web optimizado.

Somos la 8va **mejor agencia** de marketing de México

Principales categorías representadas:

Banco, Automotriz, Alimentos, Aseguradora, Electrónico, Hogar, Entretenimiento, Servicios financieros, Infantil, B2B...

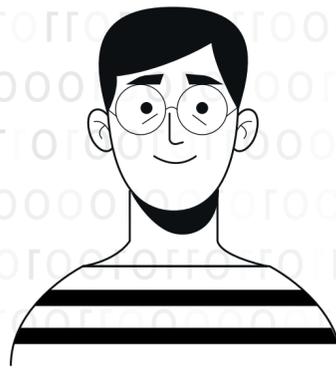
Principales soluciones representadas:

Paid Media, Web Design & UX, SEO, Marketing de contenidos, Social Media, Content Marketing...

+ 20 años de experiencia
en todos los giros y formatos

Conócenos

Fundados en XX, contamos con las herramientas tecnológicas para poder llevar tu marca al siguiente nivel, para que te enfoque en lo necesario y nosotros en hacer crecer tu marca durante Buen Fin.



Alberto Carreón,
Director General



Antonio Torres,
Director de Operaciones

Referencias

- Statista | El Buen Fin online sales revenue in Mexico 2016-2023 (2024). Recuperado el 12 de agosto del 2024, de: <https://www.statista.com/statistics/821893/online-shopping-sales-revenue-buen-fin-mexico/>
- Statista | Categories with highest online purchase intention on El Buen Fin in Mexico 2023 (2024). Recuperado el 12 de agosto del 2024, de: <https://www.statista.com/statistics/945135/favorite-product-categories-digital-shoppers-el-buen-fin-mexico/>
- AMVO | Reporte de Resultados El Buen Fin 2023. Recuperado el 09 de agosto del 2024, de: <https://www.amvo.org.mx/estudios/reporte-de-resultados-el-buen-fin-2023/>
- Google Data | El Buen Fin (s.f). Recuperado el 12 de agosto del 2024, de: archivo PDF.