GUÍA PARA APROVECHAR EL **BLACK FRIDAY** EN TU ESTABLECIMIENTO

¿Cómo aprovechar el Black Friday en tu establecimiento?

Si estás pensando que el Black Friday no es para ti, si crees que el mundo de la iluminación no sucumbe a este tipo de campañas modernas… ¡Estás equivocado/a! Atención a lo que tenemos que contarte desde ROBLAN.

Black Friday en la industria del material eléctrico: imprescindibles

Todos vemos que hay sectores en los que el Black Friday es ya una realidad y otros, quizá como el nuestro, aún está estudiando cómo puede aplicarlo a toda su cadena de suministro. Sin embargo, hay ciertos aspectos que todos podemos poner en práctica y que nos ayudarán a incrementar las ventas durante este periodo.

Así que, si eres de los que cree que el Black Friday no aplica a tu industria o es imposible de implementar en tu tienda, tienes que seguir leyendo: ¡al terminar, tendrás otra perspectiva!

Algunos datos sobre el Black Friday que te sorprenderán

Miedo al desabastecimiento: desde hace algunos años, el Black Friday se utiliza para adelantar compras por miedo a quedarnos sin esos productos que tanto deseamos. Obviamente, muchos consumidores adelantan las compras de Navidad, pero otros muchos simplemente quieren hacerse con los productos que buscaban a un precio mejor.

***Si tenemos en cuenta que hemos salido hace poco de una crisis de transporte, que los precios de todas las materias primas están al alza y que la crisis de suministros ha venido para quedarse… ¡Todo el mundo quiere asegurar su stock! ¡Y más si es a mejor precio! Así que solo tienes que usar estos datos de contexto para mostrar que aprovechar esta promoción es una decisión inteligente.*

65% de las personas en 2021 tenía interés en las ofertas del Black Friday: se trata de un 21% más que 2020. A pesar de que saben -y sabían el año pasado por los problemas de transporte- que las ofertas no serán tan suculentas, el miedo a quedar sin sus deseos los hizo movilizarse.

***Ya no solo se trata de disfrutar de un gran descuento, sino de hacerse con esos productos que llevan tiempo interesándoles o que creemos que pueden desaparecer del mercado. ¡En un contexto de subida constante de precios, el lograr adquirir lo que queremos a un precio sin sobrecoste ya es una oferta por sí misma!*

Los comercios físicos recuperan terreno al online con estas ofertas: del 73% que aprovechó el e-commerce en 2020, solo quedó un 39% que en 2021 decidió seguir usando exclusivamente ese canal. ¡Y más en sectores como el nuestro!

Algunas estadísticas que te aportarán luz: ¡ojo al dato!

Por si no te hemos convencido, nos vamos a datos oficiales para que entiendas cómo esta acción de marketing puede beneficiarte a ti y a tu negocio:

- 13 millones de españoles compran en esta fecha.
- Cada persona gasta una media de 127 €
- Para uno de cada tres, las promociones son un factor decisivo de compra.
- Lo que más se compra es tecnología, moda y entretenimiento. ¡Pero no solo eso!

¿Qué pasa en sectores industriales y B2B?

Aunque siempre hemos pensado que el Black Friday es el tipo de promoción que aplica al consumidor final, es importante recordar qué beneficios puede aportar a nuestro negocio industrial o B2B:

- **Mantener la cohesión con tus socios y clientes:** nuestra cadena de suministro funciona porque todos trabajamos juntos. Lograr que todos tus socios den respuesta a los clientes, ya sea en precio como en servicio demandado, ayudará a la fidelización de los mismos. ¡Hoy busca algo en ti a lo que respondes con eficiencia! ¡Sabe que estarás siempre ahí para él!
- **Ser ágil y demostrar que eres un proveedor moderno y fiable:** estamos iniciando esta tendencia en un sector tan industrial como el nuestro, ser de los que lo promueven y, además, pueden hacerlo sin errores, será un aspecto a valorar por parte de tus clientes.
- **Mostrar que los entiendes en el contexto que estamos viviendo:** asegurar que puedes mantener el precio a pesar del incremento generalizado, que puedes ayudarles a tener stock sobre los productos que quizá entren en desabastecimiento o que tienes una promoción que podría ayudarles… ¡Es la clave!

¡Y no todo es precio!

Vivimos rodeados de la "oferta constante": rebajas, días sin IVA, promociones exclusivas, descuento por compra a volumen, liquidación… Por eso, muchas veces ya no generan el usuario el impacto deseado. ¡Hemos visto tantas que ya no llaman nuestra atención!

Sin embargo, hay muchas opciones que terminan siendo un win-win para ti y para tu cliente, ¿sabes cuáles?

- **Rotación - Vendiendo aquello que tienes en stock y deseas renovar para la temporada que viene:** puedes hacer packs de productos y aprovechar el beneficio para incorporar a tu cartera nuevos modelos que venderás, tras el Black Friday, mejor y a mayor precio. ¡Aprovecha las ofertas de tus proveedores y renueva tu stock!
- **Rentabilidad - Promoviendo la venta de producto de calidad:** tu objetivo puede ser lograr más ingresos con menos pedidos y puede ser gracias a ofrecer ciertos productos de alto nivel que no suelen adquirirse en grandes cantidades debido al precio. ¡Jugar con tu margen en este punto puede ayudar a dar sensación de "compra inteligente"!
- **Efecto margen - Trabajar con las ganas del usuario por ciertos productos** para realizar una oferta únicamente trabajando sobre el margen que nos ofrece nuestro fabricante o el aplicado durante el resto del año.
- **Optimización del inventario - Apurar las existencias de los artículos demandados al tiempo que se realiza un nuevo pedido** para los meses venideros nos puede ayudar a renovar nuestro stock con un precio más atractivo.
- **Compra por impulso - Aprovecha acciones que no suelen verse en el sector,** como la compra sin gastos de envío, mensajes como "últimas existencias" o "solo 100 packs con descuento", etc.
- **Venta cruzada - Si no quieres ir a precio, incorpora productos adicionales.** Como lo lees, vender al cliente ese producto que tanto desea a un precio sin descuento e incorporar, de regalo algunos otros de tu stock que no afecten a tus beneficios y aporten valor a la oferta.

ROBLAN

BLACK FRIDAY 2022

Descubre qué puedes hacer en tu negocio:

Si todo lo que has leído hasta ahora te ha convencido, ¡comenzamos con lo más importante! Atiende a estos consejos para aplicar con éxito el Black Friday en tu negocio:

1) En tus canales digitales:

- **Genera expectativas:** comienza el mes anunciando todo lo que va a suceder si están atentos a tus canales (tu web, tus redes, tu punto de venta, tu newsletter) y te servirá para ganar seguidores, suscripciones y tráfico.
- **Avisa a tus clientes de que comienzan tus ofertas:** si tienes base de datos, redes sociales o cualquier otro sistema de contacto… ¡Úsalo! E incluye en el mensaje algún dato que capte su atención: tu mejor oferta, tus promociones limitadas, etc.
- **Aprovecha el potencial de las redes sociales para generar interés:** si quieres que la compra compulsiva exista, describe en tus redes tus mejores promociones y genera interés por ser el afortunado en tenerlas.
- **Crea contenidos acordes con tu base de datos:** segmenta a tus contactos por sus necesidades, sus compras recurrentes o los productos que les interesan y crea mensajes personalizados con aquellas ofertas que más les pueden interesar. ¡Solo tenemos unos segundos de atención, es mejor ir al grano!

2) En tu punto de venta:

- **Pide a tus proveedores materiales decorativos para tu establecimiento:** seguro que la mayoría de ellos tienen merchandising, etiquetado, vinilos y más elementos que te ayuden a captar la atención de todo aquel que se acerque a tu tienda esta temporada.
- **Habla con tus proveedores y mira toda su oferta para Black Friday para hacerte con aquellas más interesantes para tus clientes:** podrás aprovechar la oferta que ellos creen sin generar un descuento que te suponga una reducción de beneficios.
- **¡Juega con tu margen!:** si no quieres trabajar contra tus beneficios, piensa en cómo puedes repercutir parte del descuento que te hace el proveedor en el cliente. ¡Así saldréis todos ganando!
- **Si tienes regalos de diferentes marcas, ¡es hora de usarlos!:** ¿tienes en tu almacén diferentes pruebas, regalos y merchandising de las marcas? ¡Ponlos en las ofertas para completar tu promoción y harás que parezca más atractivo para tus clientes!
- **Si quieres renovar tu stock y vender ya nuevos productos, ¡alarga la campaña!:** el cierre de año siempre sirve para deshacerse de stock y renovar materiales. Alarga hasta fin de existencias tu campaña combinando producto del almacenado con nuevos elementos que compres en este periodo.

Y si no quieres hacer un Black Friday masivo… ¡fideliza a tus mejores clientes!

Si sigues pensando que Black Friday no es para ti, siempre puedes hacer un gesto con tus mejores clientes: recompensa solo a tus mejores clientes con ofertas exclusivas.

Si crees que es el momento de fidelizar a tus mejores clientes para que sigan contando contigo en 2023, prepara una serie de promociones exclusivas, limitadas y por tiempo definido que puedan agradarles y que te ayude a mantener su fidelidad.

Y, cómo no, habla con nuestro comercial ROBLAN de tu zona y descubre todos los detalles de las ofertas que hemos preparado para vosotros este Black Friday. ¡Sácales todo el partido, estamos aquí para ayudarte!

¿Qué te han parecido estas recomendaciones de nuestra familia ROBLAN? Esperamos que sean de utilidad. Y si tienes cualquier duda, ¡puedes consultarnos!

Teléfono:
+34 91 616 50 20

www.roblan.com

Email:
roblan@roblan.com

Sede Central:
ROBLAN EUROPA S.L.
Avda. de las Retamas No 5.
45950 Casarrubios del Monte, Toledo, España