



CambraRetail 

Incrementa les vendes
aprofitant el poder del
«dayketing»





TESTING

PRODUCT
OWNER



AGILE

BURN
DOWN
CHART

HUB

CambraRetail 

HUB CambaRetail espai de referència en la introducció de les noves tecnologies del retail.

Un pol d'inspiració i divulgació del teixit comercial.

T'esperem al **HUB CambaRetail** a la Avda Diagonal 452 - Barcelona

ÍNDEX

| | |
|---|----|
| 1. Introducció | 4 |
| 2. Però... què és el dayketing? | 4 |
| 3. Com podeu triar el vostre esdeveniment per a dayketing? | 5 |
| 4. Quins tipus de promocions es poden llançar en un pla de dayketing? | 6 |
| 5. Personalització del contingut | 8 |
| 6. Creació de campanyes temàtiques | 10 |
| 7. Col·laboració amb altres empreses o influencers | 12 |
| 8. Feu servir hashtags rellevants | 13 |

1. Introducció

El VI informe "El consum en dayketing" dona unes dades interessants sobre aquesta estratègia de venda. Revela que és la responsable de l'increment del consum entre els espanyols. De fet, quantifica aquest augment del 47 % al 450 % els últims sis anys.

Per calcular-ho, han seleccionat els dies de consum per excel·lència. Entre les seves conclusions, figura que les dones són qui més augmenta la despesa aquests dies clau. Per exemple, la nit de Cap d'Any, el consum femení va créixer un 101 % enfront del 82 % del masculí. En canvi, els homes destinen més diners a comprar durant aquests dies, el triple que les dones.

2. Però... què és el dayketing?

És un terme que combina les paraules day ('dia') i màrqueting. Es refereix a una estratègia que es basa a aprofitar esdeveniments, celebracions o dies especials per incrementar les vendes.

La naturalesa dels esdeveniments és molt variada i l'objectiu és capitalitzar l'interès que generen. És una estratègia que augmenta la visibilitat de la vostra marca, crea engagement i us fa pujar les vendes.



3. Com podeu triar el vostre esdeveniment per a dayketing?

És important que tingueu en compte el vostre tipus de negoci, el sector al qual pertanyeu i el vostre públic objectiu. L'esdeveniment ha de tenir una connexió lògica amb els vostres productes, serveis o valors corporatius.

3.1 Calendari

Us mostrem un resum dels dies especials que queden al llarg del 2023.

Tanmateix, tingueu en compte algun dia internacional que tingui a veure amb el vostre sector o amb la filosofia de la vostra empresa:

| | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ 20 juny: Yellow Day, el dia més feliç de l'any. ■ 28 juny: Dia de l'Orgull. ■ 1 juliol: Inici de les rebaixes. ■ 30 juliol: Dia Internacional de l'Amistat. ■ 29 agost: Dia Internacional del Videojoc. | <ul style="list-style-type: none"> ■ 30 agost: Dia Internacional del Blog. ■ 7 setembre: Torna a l'escola. ■ 27 setembre: Dia Mundial del Turisme. ■ 16 octubre: Dia Mundial de l'Alimentació. ■ 31 octubre: Halloween. | <ul style="list-style-type: none"> ■ 24 novembre: Black Friday. ■ 27 novembre: Cyber Monday. ■ 24 desembre: Nadal. ■ 28 desembre: Dia dels Innocents. |
|--|---|---|

Per al primer semestre del 2024, alguns d'aquests dies especials són els següents:

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ 8 gener: Inici de les rebaixes. ■ 15 gener: Blue Monday. ■ 11 febrer: Dia de la Dona i de la Nena en la Ciència. ■ 14 febrer: San Valentí. ■ 19 març: Dia del Pare. | <ul style="list-style-type: none"> ■ 25-31 març: Setmana Santa. ■ 1 abril: Dilluns de Pasqua. ■ 23 abril: Dia internacional del Llibre. ■ 5 maig: Dia de la Mare. ■ 17 maig: Dia d'Internet. |
|--|--|

4. Quins tipus de promocions podeu llançar en un pla de dayketing?

Us suggerim unes quantes idees que podeu implementar:



↳ Descomptes per temps limitat.



↳ Regals amb la compra.



↳ Promocions de 2x1.



↳ Paquets temàtics.



↳ Programes de fidelitat.



↳ Descomptes progressius.



↳ Enviament gratuït.





4.1 Històries d'èxit

Són moltes les empreses, grans i petites, que practiquen aquesta estratègia amb èxit notable. Us en donem alguns exemples perquè us inspirin.



4.1.1 El Corte Inglés

En aquest centre comercial no hi ha estació que no tingui una campanya basada en el dayketing: "Ja és primavera a El Corte Inglés", "Tornada a l'escola", etc. Així mateix, organitzen la "Setmana blanca" o "El dia sense IVA" a l'agost. És, possiblement, l'empresa mestra a fer servir aquests dies estratègics.

PANDORA

4.1.2 Pandora

El 2021, aquesta firma de joieria va llançar una campanya de dayketing per al dia de Sant Valentí. Va fer servir hashtags propis a les xarxes socials i campanyes publicitàries. Oferia bons descomptes en els seus productes per a aquest dia. Gràcies a això, va aconseguir un increment de vendes del 15 % en comparació amb campanyes anteriors.



4.1.3 Fotolitic

Aquesta companyia espanyola va protagonitzar una extraordinària campanya de dayketing per al Dia de la Mare del 2021. Va consistir a enviar una fotografia i una postal personalitzada a les mares, on ells s'encarregaven de tot. Amb la campanya "Escribeleatumadre.com", van aconseguir el 80 % de conversions i fer feliç molta gent aquell dia.

5. Personalització del contingut

Us proposem algunes actuacions que podeu dur a terme.

5.1 Segmentació de l'audiència

Dividiu l'audiència en grups amb característiques semblants. Això us permetrà adaptar el contingut a les necessitats, els interessos i les preferències específiques de cada grup. Per exemple, si teniu una botiga de moda, podeu personalitzar els vostres missatges i promocions per a homes i dones per separat.

5.2 Missatges personalitzats

Feu servir la informació que teniu sobre els vostres clients per enviar missatges diferenciats. Podeu incloure els seus noms als correus electrònics o bé missatges de text, i personalitzar les ofertes en funció del seu historial de compres o preferències.



5.3 Contingut temàtic

Creeu publicacions en xarxes socials, blogs o vídeos que estiguin relacionats amb el tema de l'esdeveniment i que siguin rellevants per a la vostra audiència. Per exemple, si teniu una botiga d'articles per a la llar, compartiu consells de decoració per Nadal durant aquests dies.





5.4 Canals de comunicació preferits

Si els vostres clients prefereixen rebre informació per correu electrònic, assegureu-vos de personalitzar-los amb contingut interessant. Si prefereixen les xarxes socials, feu contingut específic per a cada plataforma.



5.5 Històries i testimonis

Destaqueu històries reals de clients o testimonis que tinguin a veure amb l'esdeveniment o celebració en qüestió. Això provoca un impacte emocional més gran en els clients potencials i ajuda a establir una connexió més forta amb els vostres productes o serveis.



5.6 Recomanacions personalitzades

Proporciona recomanacions de productes o serveis que siguin atractius per a ells en funció dels seus historials o patrons de compra.



6. Creació de campanyes temàtiques

Us en mostrem alguns exemples.



6.1 Campanya de Nadal

Feu-ne una que inclogui decoració temàtica a la vostra botiga física i en línia. Oferiu promocions especials, regals amb la compra, simbòlicament de regals gratuït, etc. També és essencial elaborar contingut associat amb la temporada de Nadal a les xarxes socials i als blogs.



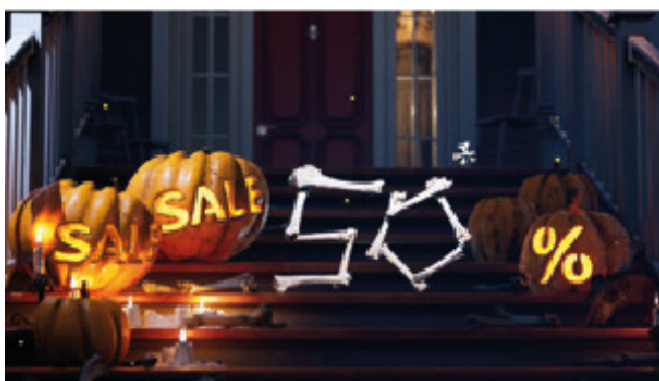
6.2 Campanya de Sant Valentí

Disseneu una campanya romàntica i penseu en ofertes especials de productes o serveis que siguin idonis com a regals aquest dia. Feu servir imatges i missatges relacionats amb l'amor i la seva celebració en els vostres anuncis i publicacions.



6.3 Campanya d'estiu

Aprofiteu-la amb una campanya temàtica. Per exemple, promoueu productes relacionats amb activitats a l'aire lliure, vacances o un estil de vida estiuenc. Podeu organitzar concursos en línia o proporcionar contingut, com ara compartir consells de cures per a protegir-se del sol o dissenyar contingut en xarxes socials sobre activitats estiuenques.



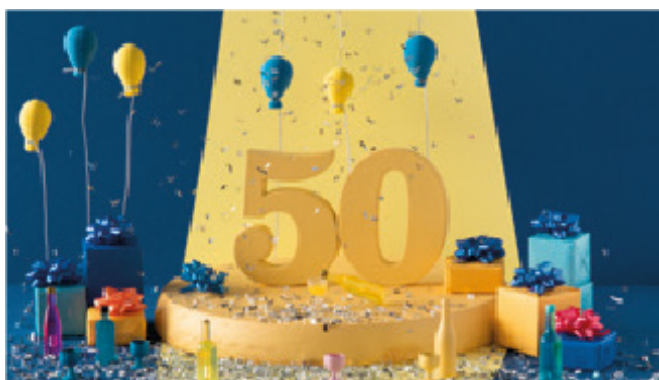
6.4 Campanya de Halloween

Feu-ne una que inclogui decoració temàtica a la vostres botigues física i en línia. Oferiu promocions especials, regals amb la compra, embolicament de regals gratuït, etc. També és essencial elaborar contingut associat amb la temporada de Nadal a les xarxes socials i als blogs.



6.5 Campanya de tornada a classe

Dissenyeu una campanya romàntica i penseu en ofertes especials de productes o serveis que siguin idonis com a regals aquest dia. Feu servir imatges i missatges relacionats amb l'amor i la seva celebració en els vostres anuncis i publicacions.



6.6 Campanya d'aniversari

Aprofiteu-la amb una campanya temàtica. Per exemple, promocióneu productes relacionats amb activitats a l'aire lliure, vacances o un estil de vida estiuenç. Podeu organitzar concursos en línia o proporcionar contingut, com ara compartir consells de cures per a protegir-se del sol o dissenyar contingut en xarxes socials sobre activitats estiuenques.

7. Col·laboració amb altres empreses o influenciadors

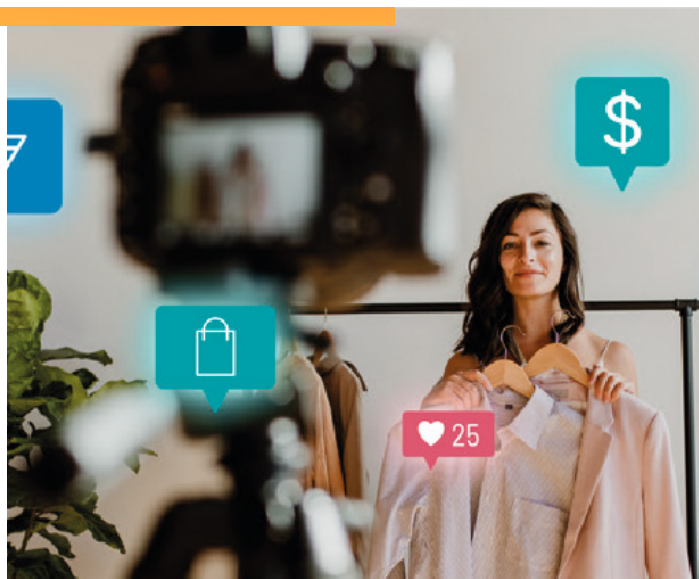
Us mostrem algunes de les formes més habituals de col·laborar-hi.

7.1 Comàrqueting

Per exemple, si teniu una botiga de roba, podeu col·laborar amb una marca de bosses o de sabates per a llançar promocions creuades. Es tracta de fer aliances amb signatures complementàries a la vostra.

- Esdeveniments conjunts

Organitzeu esdeveniments temàtics o promocions especials juntament amb altres empreses. Poden ser fires o exposicions. Per fer-ho, compartiu recursos i costos, i així generareu un impacte més gran en la vostra audiència.



7.2 Màrqueting d'influenciadors

Identifiqueu influenciadors adequats per a vosaltres i col·laboreu-hi per promocionar la vostra marca en esdeveniments especials. Igualment, podeu convidar-ne algun per a un takeover a les vostres xarxes socials, col·laborar en la creació de contingut o patrocinar publicacions relacionades amb l'esdeveniment.

- Contingut col·laboratiu

Consisteix a fer entrevistes, seminaris web o publicacions de blog conjuntes que abordin qüestions associades amb la celebració.

- Regals i concursos conjunts

Oferiu premis combinats o porteu a terme sortejos conjunts per augmentar l'emoció i l'interès de l'audiència.

8. Feu servir hashtags rellevants

D'aquesta manera, incrementareu la visibilitat de les vostres campanyes temàtiques a les xarxes socials i atraureu un públic més ampli. En donem algunes pautes:

8.1 Investigació de hashtags

Us poden servir eines com Hashtagify o RiteTag. També podeu buscar-ne a les plataformes de xarxes socials per identificar els més utilitzats i pertinents en el vostre sector.

8.2 Hashtags específics de la marca

Creeu-ne un d'únic i exclusiu per a la vostra campanya, que podeu utilitzar en totes les publicacions relacionades amb l'esdeveniment i animar la vostra audiència a fer-lo servir. Això genera un compromís més gran entre els vostres seguidors

8.3 Hashtags populars de l'esdeveniment

Per exemple, si esteu fent una campanya temàtica de Halloween, useu-ne alguns com #Halloween o #HalloweenParty, entre d'altres. Així, us assegureu que el vostre contingut es troba entre les converses relacionades.

8.4 Hashtags temàtics relacionats

Si teniu una botiga de roba, en podeu aplicar alguns com #Moda o #OutfitOfTheDay, entre d'altres.

8.5 Hashtags locals

És molt útil si el vostre negoci té una ubicació física per a promocionar esdeveniments.

8.6 Etiquetatge a influenciadors i col·laboradors

Això ampliarà l'abast de les vostres publicacions i facilitarà la participació dels vostres col·laboradors.

En definitiva, una estratègia de dayketing ben estructurada us proporciona grans beneficis a curt i mitjà termini. Val la pena que la considereu per a incrementar les vendes tant a les botigues físiques com si en teniu en línia. I, si esteu interessats en qüestions com aquesta, contacteu amb nosaltres.





HUB

CambraRetail 

Avda Diagonal 452 - Barcelona

 **cambra**
Digital



Cofinanciado por
la Unión Europea
Cofinanciat per
la Unió Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA
Y FUNCIÓN PÚBLICA



Fondos Europeos
Fons Europeus

Cámaras
Fundación INCYDE



Cambra
de Comerç de Barcelona