Programa de Apoyo al Comercio Minorista 2022

Cámaras Andalucía

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Las estrategias multibuy en el comercio: como conquistar clientes y hacerlos fieles

Octubre

04

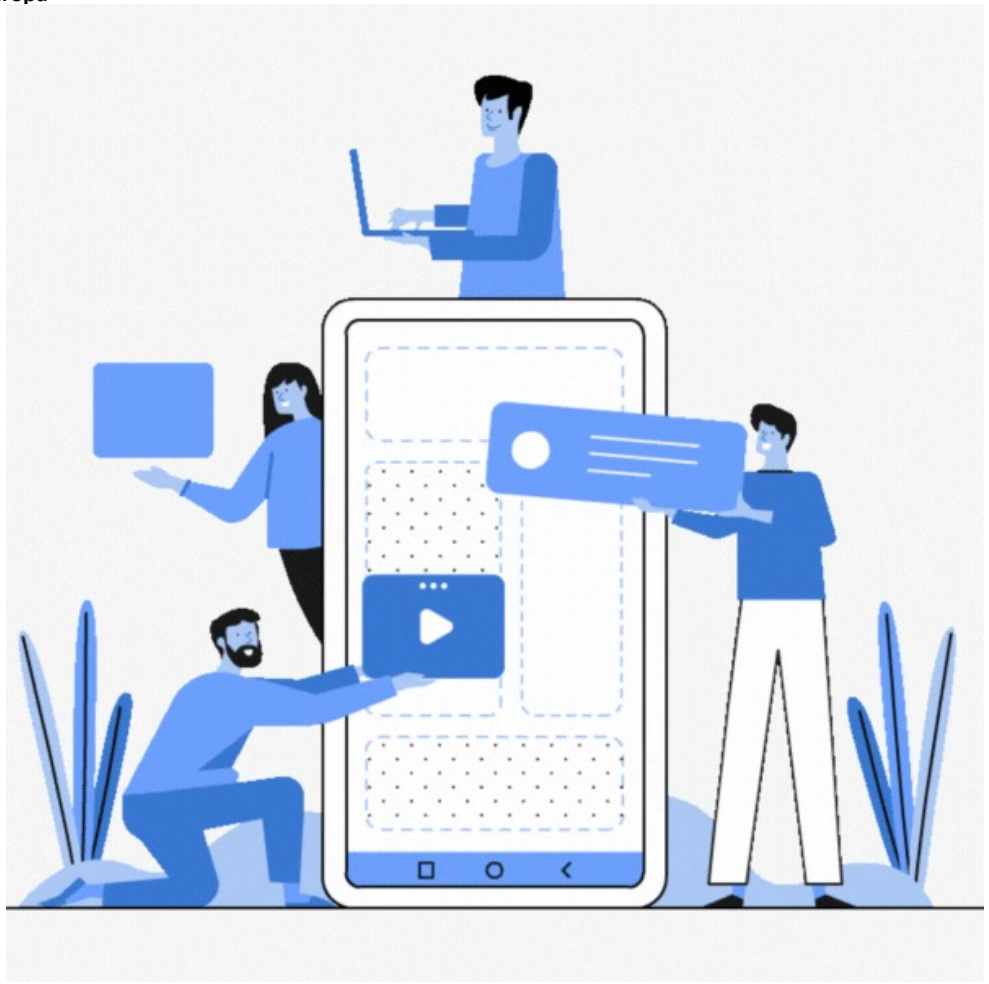
10:00 h

UNIÓN EUROPEA

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO

Cámara de Comercio de España

¿REGATEARÍAS EL PRECIO DE UN FERRARI?



Objetivo:

Dar pautas de **cómo influir en la actitud y comportamiento** del cliente utilizando herramientas como la publicidad, **promoción de ventas**, relaciones públicas, marketing directo y ventas persona en el **comercio presencial y online**.

Contenido Curso:

- **Tips y claves estrategias multibuy** para negocio e-commerce y/o presencial
- **Estrategias de Precios y Promociones** para adaptarse a tiempos difíciles
- Promociones centradas en precio **multibuy** (2x1, 3x2…), basados en **valor** y por **fidelización** (incentivos, puntos, activación de clientes durmientes…).
- Los 10 mejores consejos para aumentar las ventas omnicanal y presencial en 30 minutos.
- **Caso de éxito: Amazon FBA vs SFP vs FBM** para cumplimiento de comercio electrónico: Lanzamiento de un negocio en Amazon a través de su **programa Seller Central, elección** entre tres métodos de cumplimiento de pedidos diferentes: Logística de Amazon (FBA), Prime Fulfilled Prime (SFP) o Fulfillment by Merchant (FBM).

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Neuromarketing ATTRACTION

Discover how you can innovate and success at Experiential Marketing Luxury Management

ALEXIA DE LA MORENA

@AlexiaBlues

LinkedIn: https://es.linkedin.com/in/alexiadelamorenaneuromarketing

Email: alexiadelamorena@gmail.com

Tel: + 34 650809631

ADD ME AT LINDKEDIN: Alexia de la Morena

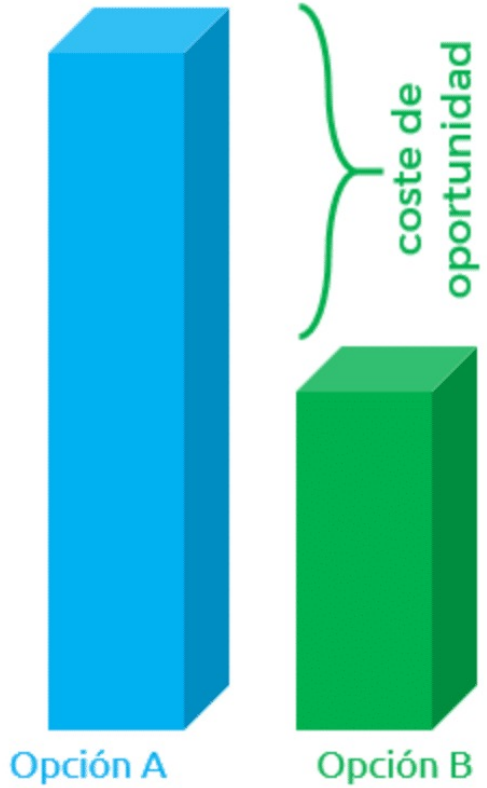
ACADEMIC RESEARCH

- **DOCTOR IN NEUROSCIENCE & MARKETING**
- EXECUTIVE MANAGEMENT (DEA)
- EXECUTIVE MBA (IE BUSINESS SCHOOL)
- MASTER IN TECHNOLOGY MANAGEMENT
- DEGRE IN NEUROPSICOLOGY
- DEGREE IN JOURNALISM

PROFESIONAL EXPERIENCE

- **MARKETING CONSULTANT**
- **NEOMARKETING Y NEUROMARKETING EXPERT**
- **USER EXPERIENCE (UX) & LOOK & FEEL**
- NEUROPSYCOLOGIST
- JOURNALIST
- RESEARCHER

¿POR QUÉ FUNCIONAN LAS ESTRATEGIAS MULTIBUY?



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Las estrategias multibuy en el comercio: como conquistar clientes y hacerlos fieles

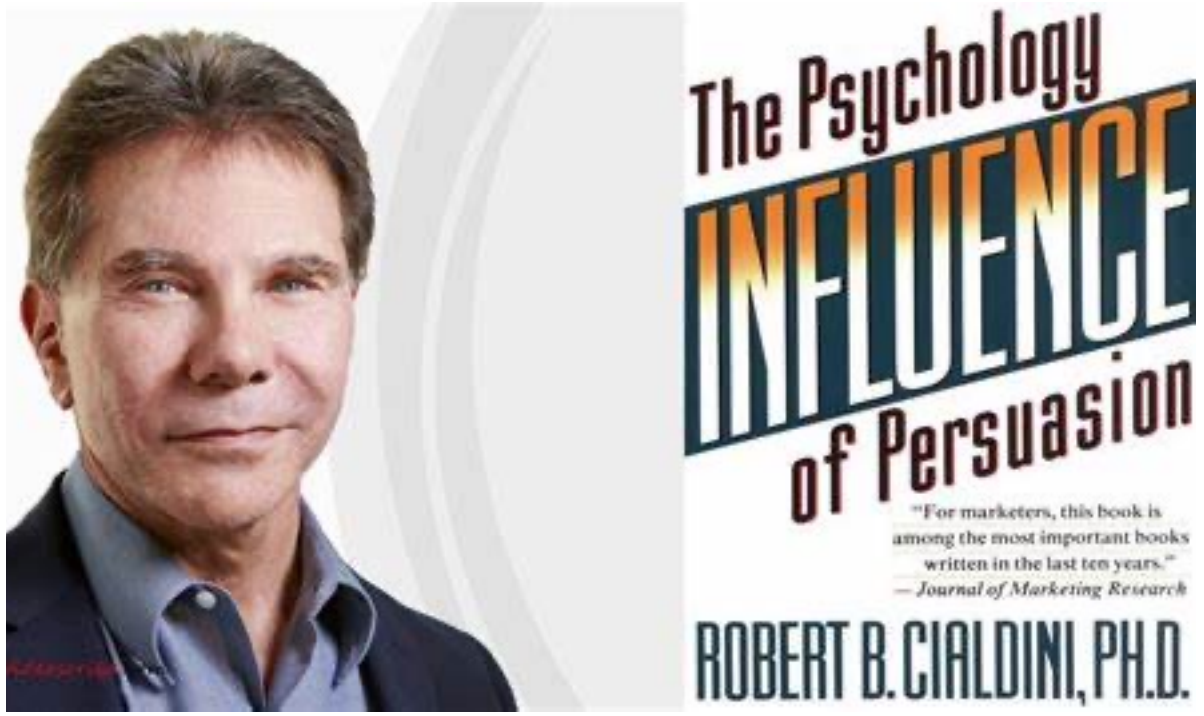
PELIGRO: ¿Cuándo no funcionan las Estrategias Multibuy?

1. *No existe USP Valor Diferencial ‘Diamante en bruto’
2. **No se da a conocer los beneficios de la adquisición del producto/servicio – marca
3. ***Maleducas al cliente. Una vez hecha, te volverá a pedir otro descuento.

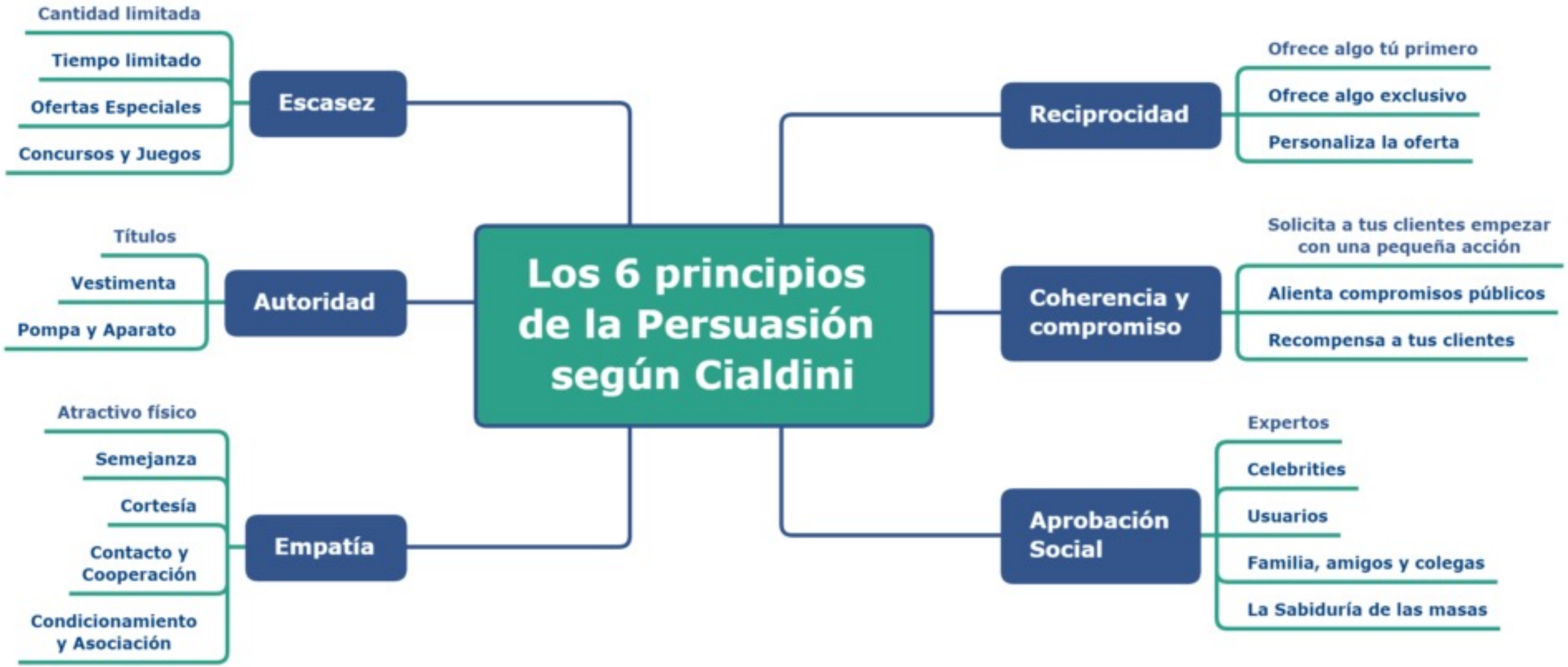
- Promociones de impacto más eficaces: ¿Multibuy o las de precio?
- La penetración de una marca está directamente relacionada con su cuota de mercado: sin más clientes no hay crecimiento (fidelidad versus penetración).
- Los cinco indicadores clave para el sector de gran consumo: cómo mejorar la distribución ponderada y sus efectos.
- Programas de fidelidad y Promoción de Ventas: los siete programas estratégicos y la fidelización cashback como caso de éxito.
- Los ocho factores clave que hay detrás de una marca exitosa en el Marketing Mix.
- Las claves del éxito de las marcas líderes: qué tienen en común.
- Diferentes ejemplos de estrategias de retención de clientes que funcionan al invertir en nuevos consumidores y mantener los actuales.
- Casos de éxito del sector.

Fondo Europeo de Desarrollo Regior

Una manera de hacer Europa



ESTRATEGIAS EN COMERCIO PRESENCIAL E-COMMERCE



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

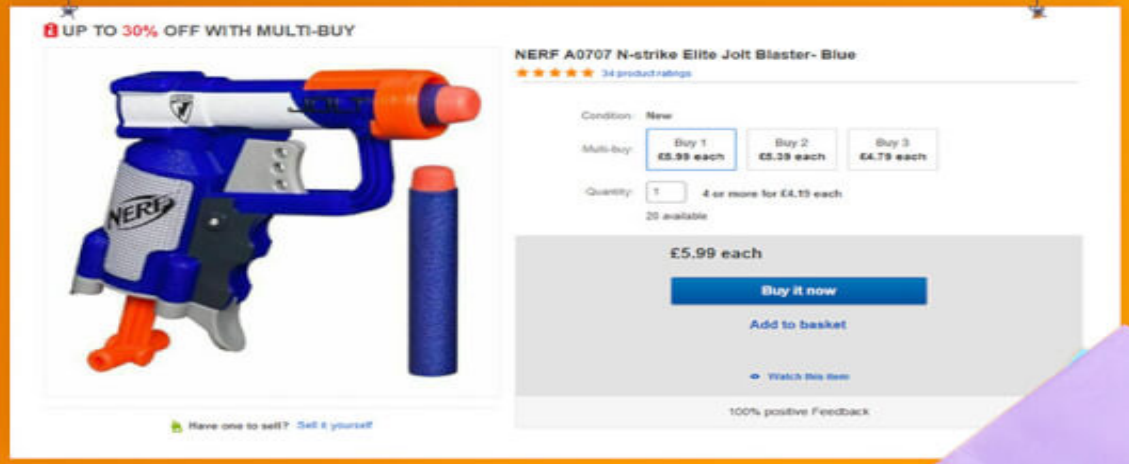
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

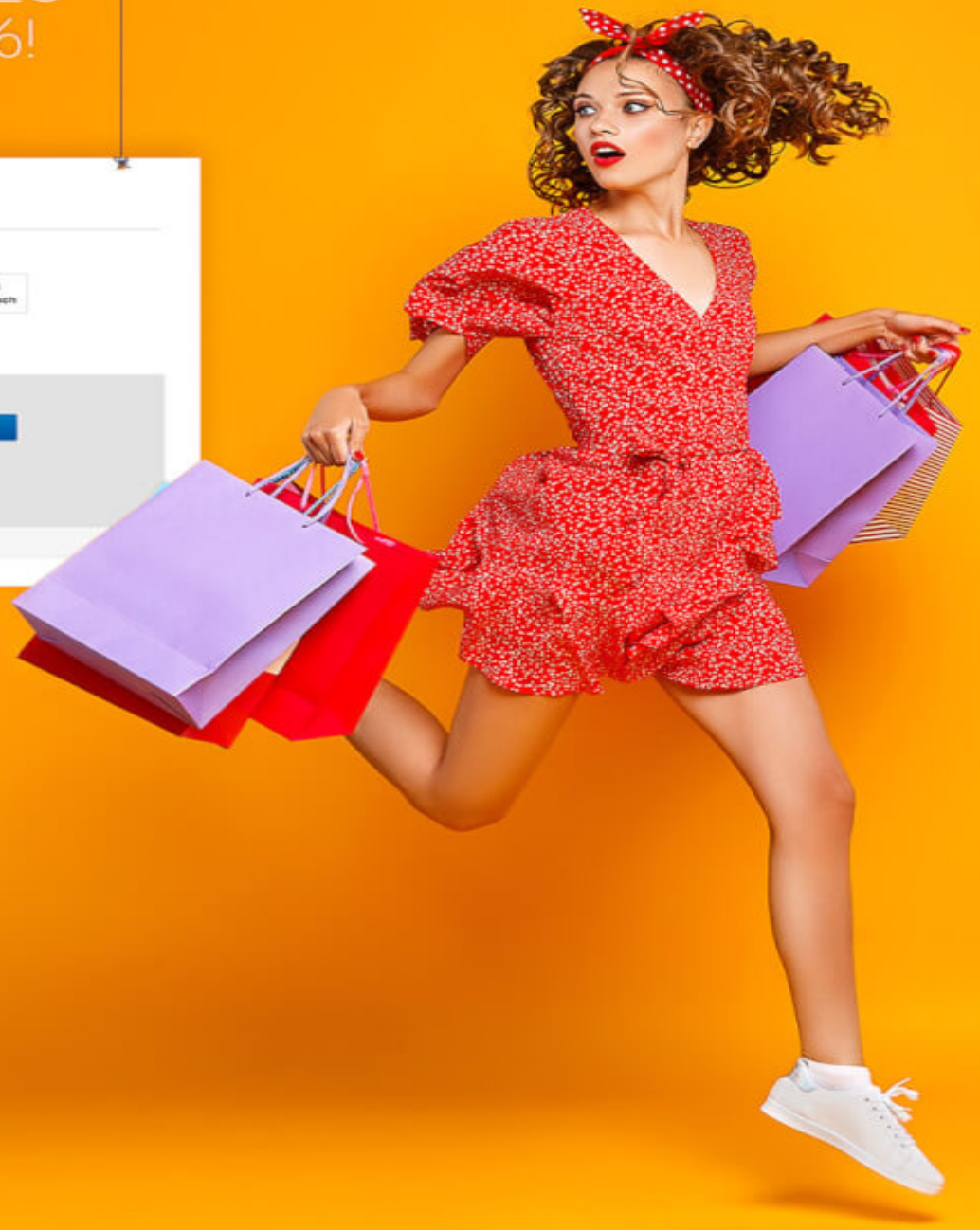
Una manera de hacer Europa

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

MULTI-BUY INCREASES EBAY SALES BY 10%!





Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

ESTRATEGIAS MARKETING ONLINE - PRESENCIAL

- REMARKETING
- RETARGETING
- CROSS-SELLING
- UPSELLING
- MULTIBUY
- CROSS CATEGORY
- CROSS-BORDER e-COMMERCE

Tips y claves estrategias multibuy para negocio e-commerce y/o presencial Autocheck Negocio

1. Identifica Problemática que resuelves con tu producto o servicio
2. Identifica Competidores y Sustitutos
3. Conoce y segmenta a tus clientes
4. Revaloriza USP 'Diamante en bruto'.
5. Descubre Insights de consumo
6. Resuelve Coste de Oportunidad/propuesta

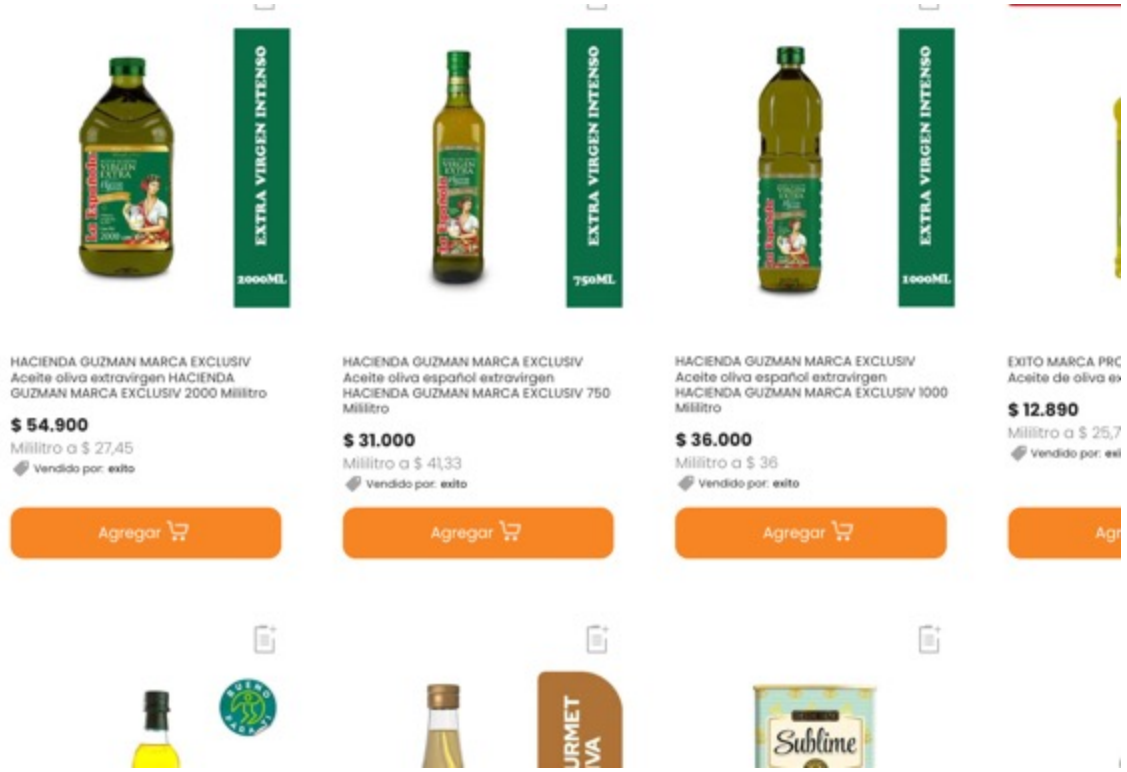
El ciclo de Venta versus Ciclo de Compra

Si no sabes cuál es el **ciclo de compra** de tus clientes, estás perdiendo una gran oportunidad de mejorar tus acciones de marketing y aumentar el beneficio de tu empresa

MARKETING ESTRATÉGICO INVESTIGACIÓN DEL CONSUMIDOR

1. **HÁBITO + FRECUENCIA DE USO (VICARIOUS LEARNING)**
2. NECESIDAD:

A. ENRAIZAR EN CONSTUMBRE LOCAL
B. CREAR CONTENIDO USP BENEFICIOS
C. ESTRATEGIAS POSICIONAMIENTO Y PRECIOS. ´



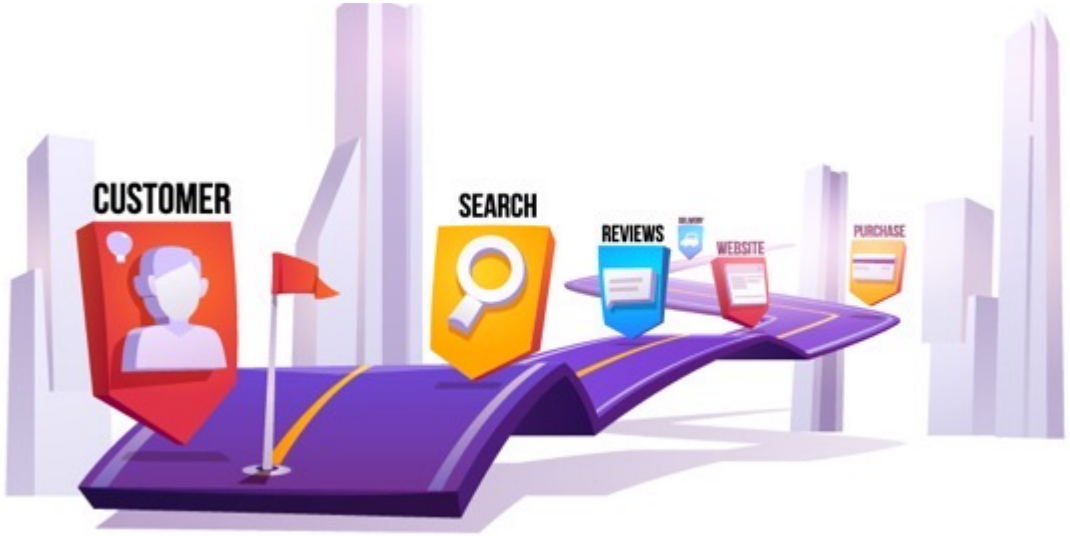
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

INSIGHTS CONSUMIDOR

1. NECESIDADES
2. INSIGHTS CONSUMIDOR
3. PROMOCIONES DE IMPACTO, MULTIBUY, FIDELIZACIÓN
4. FIDELIZACIÓN VS PENETRACIÓN
5. TENDENCIAS DE CONSUMO
6. CASOS DE ÉXITO

Recorrido del comprador.



Etapa 1. Reconocimiento (Awareness).
Etapa 2. Consideración o Investigación (Evaluation).
Etapa 3. Decisión (Decisión).
Etapa 4. Acción (Action).

FASES DEL CICLO DE LA COMPRA: EMBUDO DE VENTAS (FUNNEL CHANNEL)

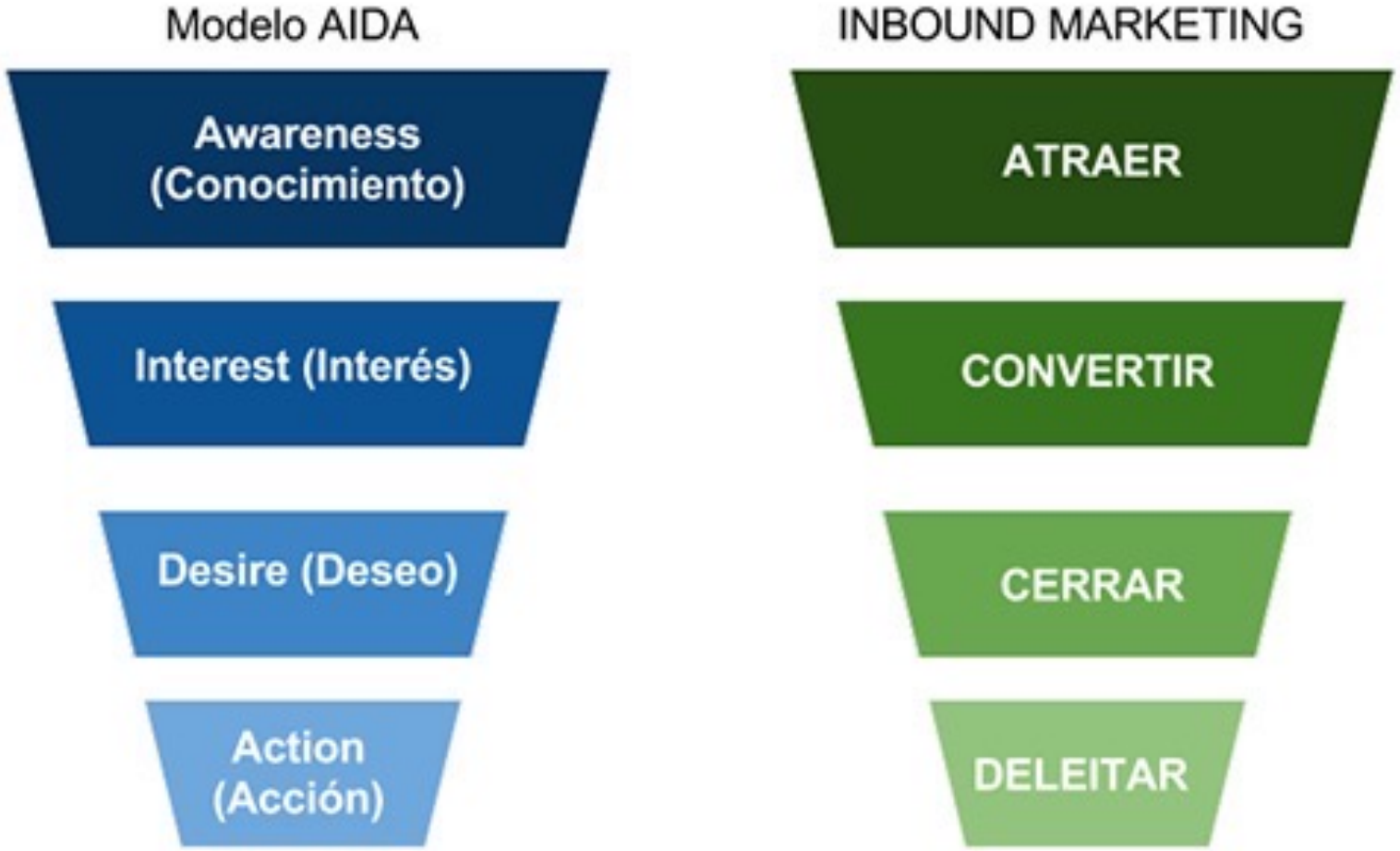
Fondo Europeo

Una manera d

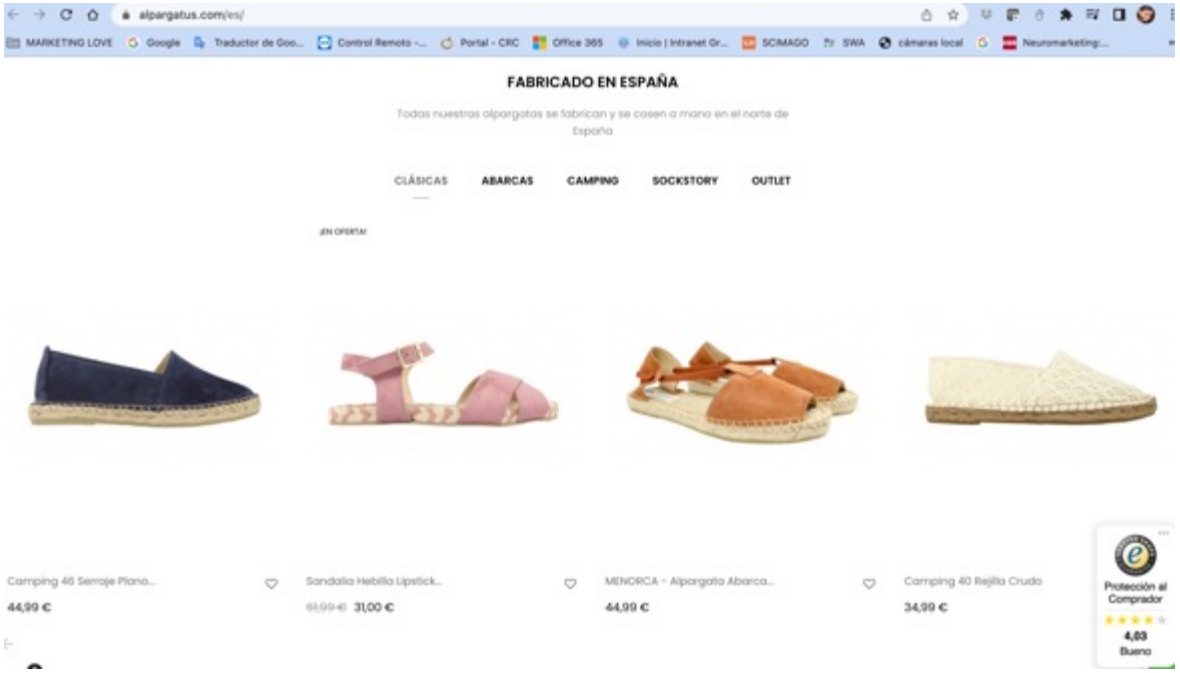
Fondo Europeo

Una manera d

Purchase Funnel o Embudo de Compra



PUNTOS ESTRATÉGICOS DE MARCA



UNIQUE SELLING PROPOSAL (USP) VALOR DIFERENCIAL

Potenciar las características y beneficios del producto

Precio del producto o servicio

Calidad del producto

Uso del producto que deseas potenciar

Distanciarse de los competidores

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

AUTOCHECK DEL NEGOCIO

1. Mapa Marketing Estrategias Propuesta para la venta de Valor
2. Human Behaviour: Insights Consumidor
3. Fases del Ciclo de la Compra: Presencial & Online: Coste de Oportunidad. ZMOT (Zero Moment of Tr
4. Puntos Estratégicos de marca (Unique Selling Proposal (UPS), potenciar Características y beneficios...
5. Modelo de Recurrencia (Análisis, Recurrencia, Frecuencia, Valor Monetario).
6. Campañas de Estrategia: Presencial & Online en Embudo de Ventas (Funnel Channel)
7. Remarketing, Retargeting, Cross-Selling, Up-Selling, Multibuy, Cross-Category, Cross Border e-Commerce.
8. Estrategias de precio: PROMOCIONES DE IMPACTO, MULTIBUY o BEST VALUE
9. Campañas de fidelización versus penetración (7 tipos (Puntos, Descuentos, Pago, Niveles, Caridad, suscripción, socios + Fidelización Cashback)
10. TENDENCIAS DE CONSUMO
11. CASOS DE ÉXITO

FACTORES DISEÑO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA

AUTOCHECK DE TU NEGOCIO

De nada sirve tener un producto de calidad o unos servicios premium si después apenas generan interés para tu mercado. **Tener una táctica de promoción sólida te permitirá llegar al consumidor que te interesa y conseguir tus objetivos**.

1.- Identifica aquello que distancia tu empresa de la competencia

2.- Conoce cuál es tu posición actual en el mercado

3.- Inspecciona la visibilidad e importancia de tus adversarios (Observa el mercado, tendencias, lo que más requieren los usuarios de tu nicho)

Revisa tu propia estrategia de posicionamiento (oportunidades de prosperar y cómo tu marca puede posicionarse en la mente del cliente potencial.

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

CASO DE ÉXITO SINSAY

Free Shiping: Envío siempre gratis
Devoluciones: Siempre gratis
Cupón descuento por nuevo cliente/alta newsletter
% Descuentos constantes (si compras más de un artículo)
Descuentos especiales Temáticos y Temporada

UNIÓN EUROPEA

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO · SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO

Cámara de Comercio de España

Cámaras Andalucía

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

MULTIBUY EN EL COMERCIO PRESENCIAL

Programas de fidelización vs penetración

Programas de fidelización en Retail

1. El programa de puntos
2. El programa de pago
3. El programa de caridad
4. El programa de niveles
5. El programa de socios
6. El programa comunitario
7. El programa de suscripción

Fidelización Cashback

Sistema de Devolución reembolso de dinero en la próxima compra.

- Programas por puntos
- Cheques Regalo
- Descuentos directo Adquisición de Producto/s
- Reembolso de Dinero

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

EJEMPLO:

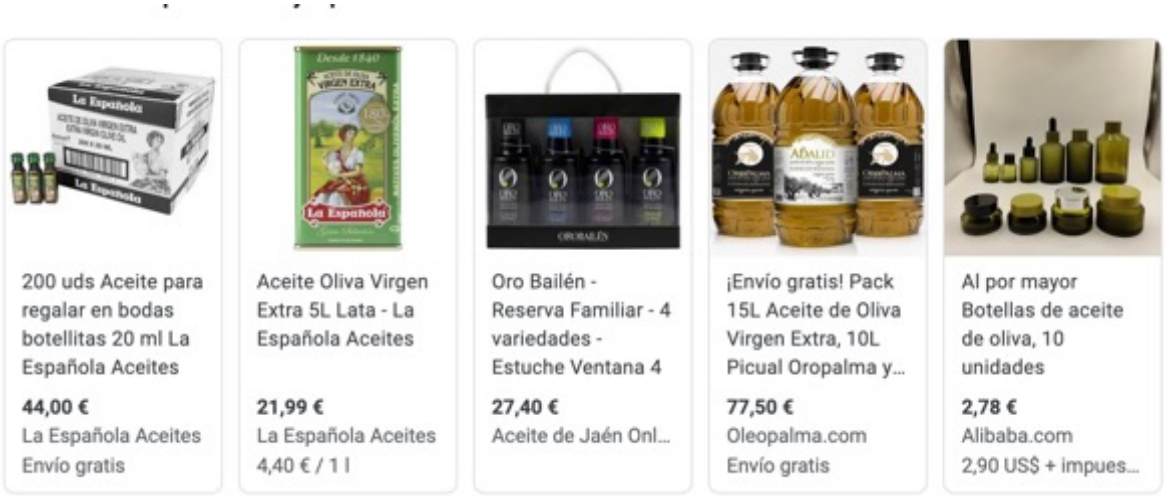
Opción a canjear el viejo MyPod por el nuevo dando una compensación

Modelo de Recurrencia

Análisis de recurrencia de compra basado en el modelo RFM (Recency, Frecuency, Monetary value)

Promociones Multibuy: claves para la promoción en ventas y estrategias de precios

La multicompra como estrategia promocional
Descuento Multicompra al comprar más de 1 unidad y generándose automáticamente un descuento.
Impulsa la compra inmediata.
Incrementa ventas
Ayuda salida de Stock (temporadas)…
Puede ayudar a la fidelización.



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Multibuy: Estrategia BOGOF (Buy one, get on free)

La multicompra, por regla general, supone un incremento del 70% en volumen de ventas a corto plazo, pero, si va asociada con reducciones de precio y con el comportamiento del consumidor que hace compras animado por la estrategia promocional, puede desencadenar la debilitación de la marca a largo plazo (Simms, 2007).

el 72% de los compradores que fueron encuestados catalogaron la estrategia promocional Bogof (buy one, get one free) como la favorita, mientras que la popularidad de otras estrategias multicompra (como por ejemplo 3 por el precio de 2) caía en la misma medida. En el año 2005 el 7% de compradores consideraban la multicompra como su estrategia promocional favorita, bajando el 4% en el año 2006 (Valentine, 2006).

MULTIBUY TENDENCIA CADA VEZ
DESEADA POR EL CONSUMIDOR
COMPRA IMPULSIVA
INMEDIATA
COSTE DE OPORTUNIDAD
PERCEPCIÓN DE AHORRO

ANÁLISIS DE NUEVAS
GENERACIONES
HÁBITO Y FRECUENCIA

Fondo Europeo

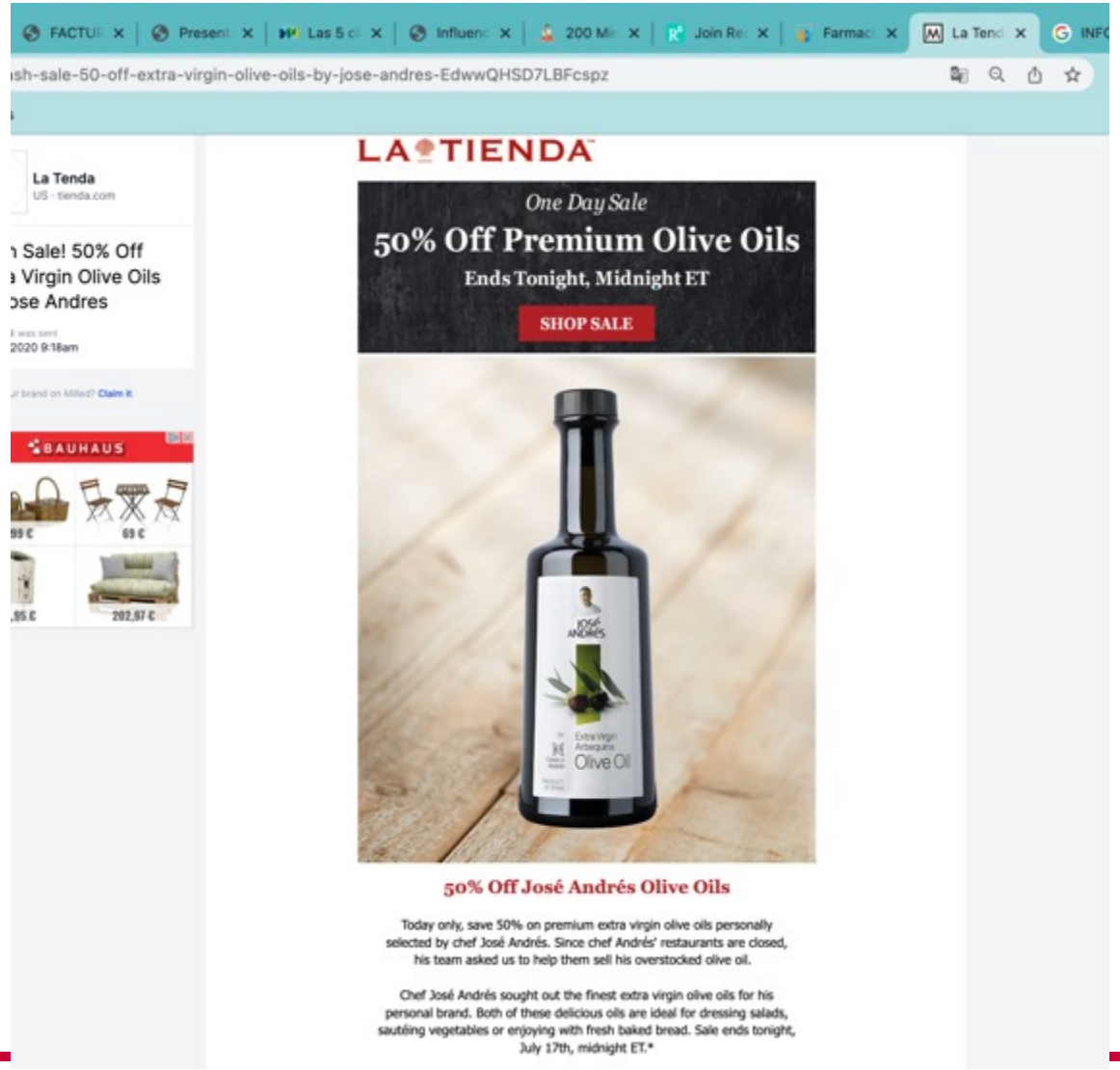
Una manera d

CROSSCATEGORY MULTIBUY

Promociones Best Value

La garantía de mejor precio es una estrategia de precio para impulsar la venta y acelerar el ciclo de la compra.
Genera en el consumidor la percepción de ahorro y un mayor coste de oportunidad.

Promo Flash Offer (Oferta Flash)



Acción promocional Descuento por tiempo limitado, descuento de temporada o de nueva inscripción
Beneficios:
Promocionar la venta de determinados productos para favorecer la **venta cruzada.**
Liquidar algún artículo de temporada
Ganar visibilidad y alcance como eCommerce especializado en este tipo de ofertas. Si tu estructura de costes te lo permite, este es un **nicho de mercado** que puedes trabajar para ser más competitivo.
Da salida al stock

Search for...

NineLife

SPORTS NUTRITION | VITAMINS AND SUPPLEMENTS | FOOD AND GROCERY | PERSONAL CARE | HEALTH CARE | BABY AND CHILD CARE

Caliendo

Caliendo Premium Extra Virgin Olive Oil, Authentic Full Bodied-Flavor - 250ml (8.5 Fl Oz) Bottle, 6 Pack

~~€212,00~~ **€129,00** Save: (39.15%)

- 1 + ADD TO BAG

Delivery Time: 06 June 2022 - 13 June 2022

Tracked Shipping on all orders | 100% Original Products | Secure Payments | 14 Days Returns

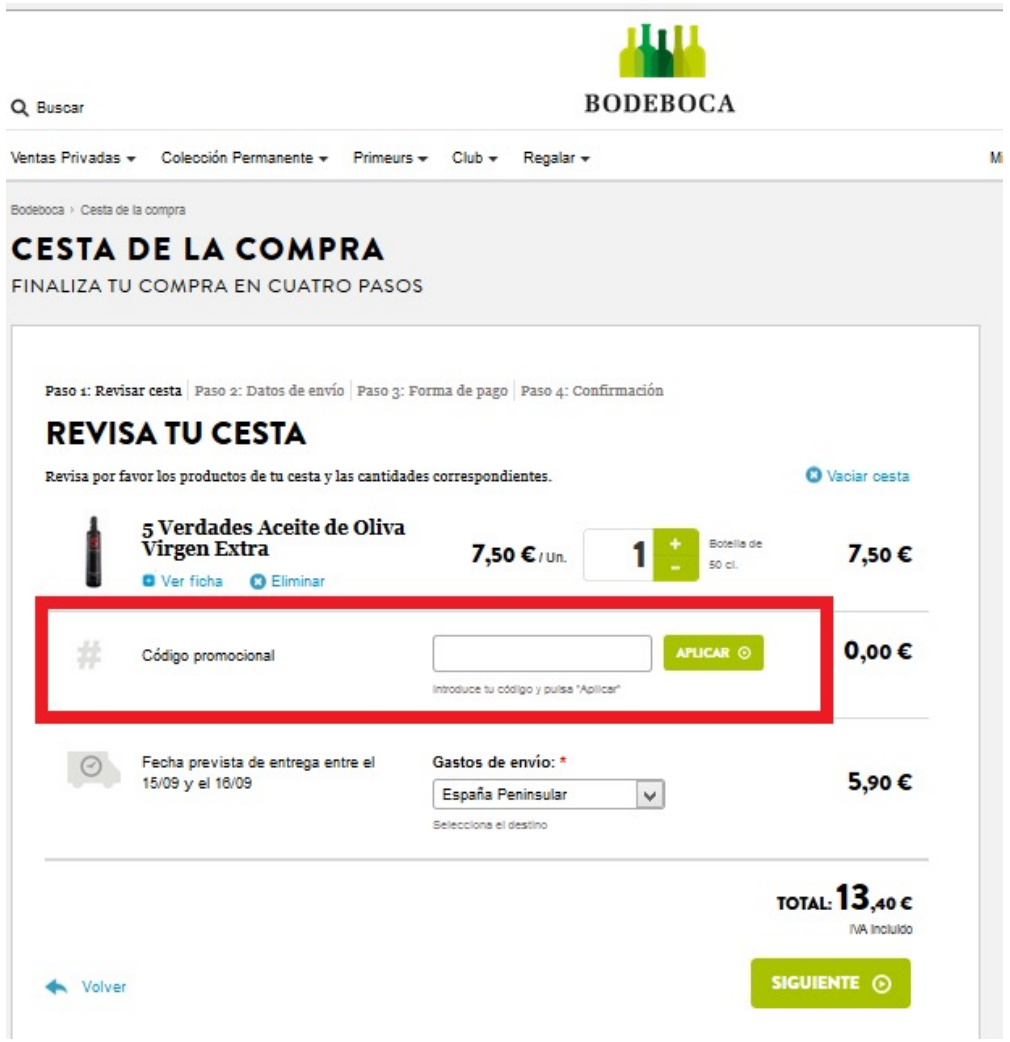
PRODUCT DESCRIPTION

- Premium, Authentic Extra Virgin Olive Oil
- Sourced from the best olive producing regions of the world

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

PROMO CÓDIGO DE DESCUENTO



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

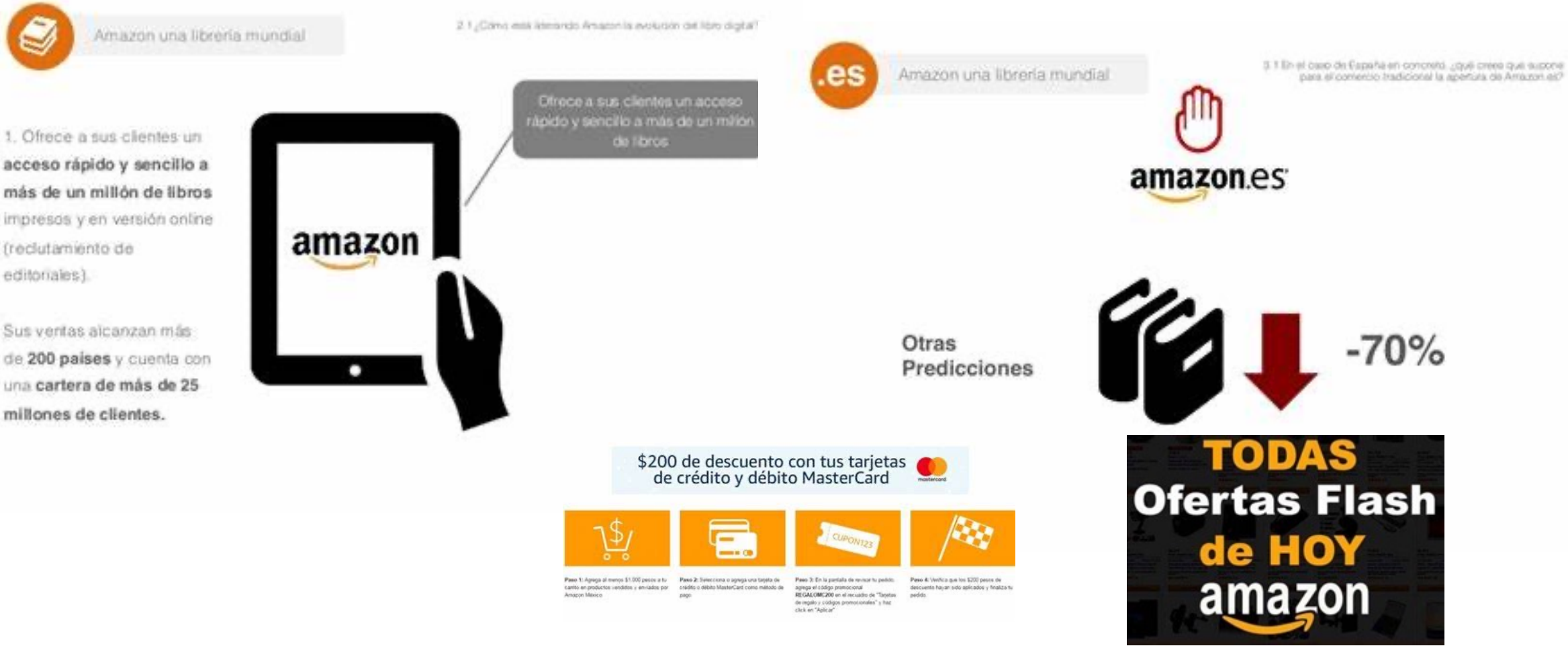
Una manera de hacer Europa

Estrategia de precio y financiación: BNPL

CASO
AMAZON
¿Dónde está el límite?

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Amazon Diversificación e Innovación

4.1 ¿Cuáles son las futuras líneas de innovación en su portal de E-commerce?

amazon afiliados

El programa **Afiliados de Amazon** permite que las webs incluyan enlaces a productos y servicios de Amazon y obtener una **comisión de cada venta** por publicidad.

amazon Advantage

El programa **Advantage de Amazon** permite convertirse en proveedor de productos multimedia.

UNIÓN EUROPEA

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO · SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO

Cámara de Comercio de España

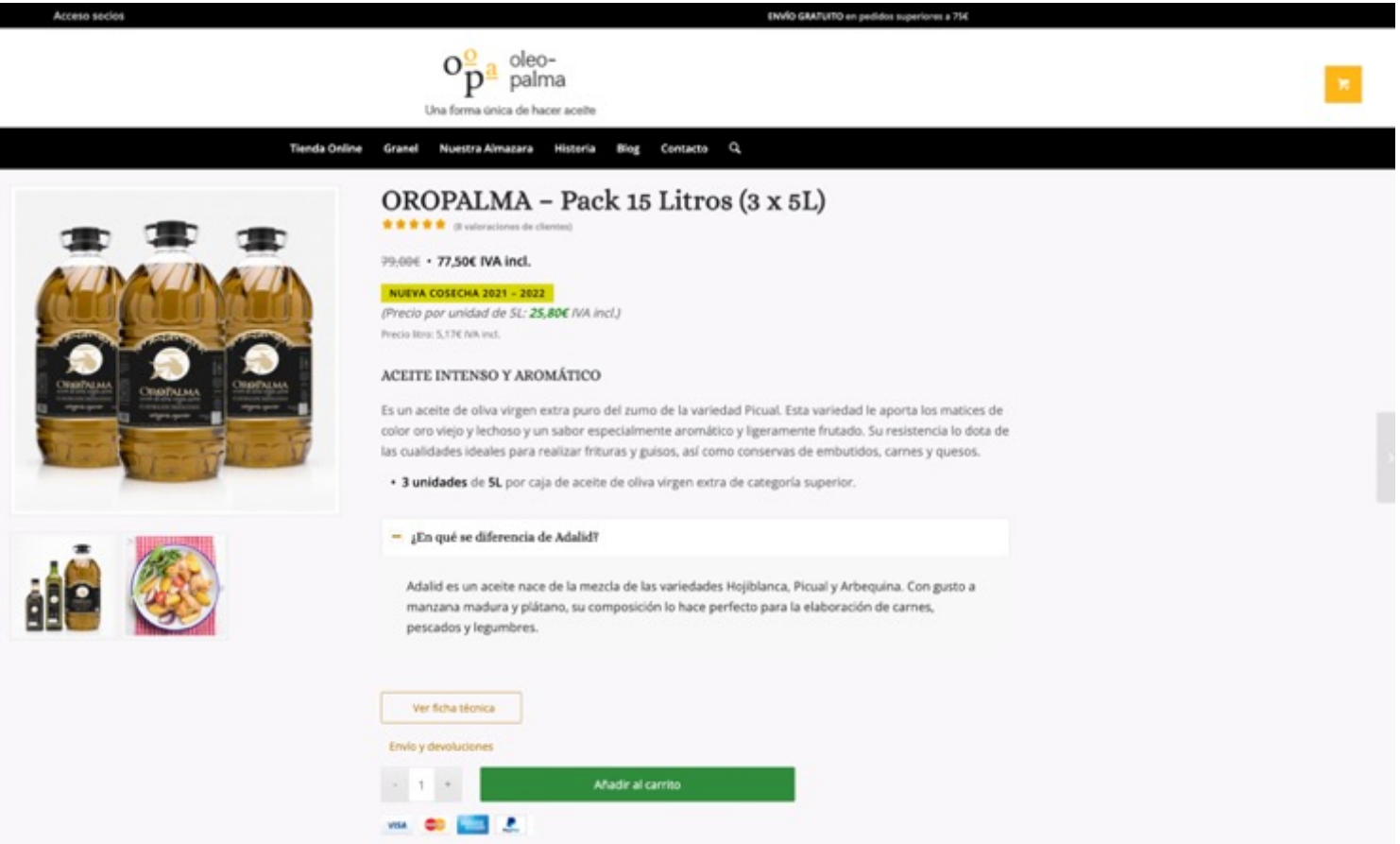
Cámaras Andalucía

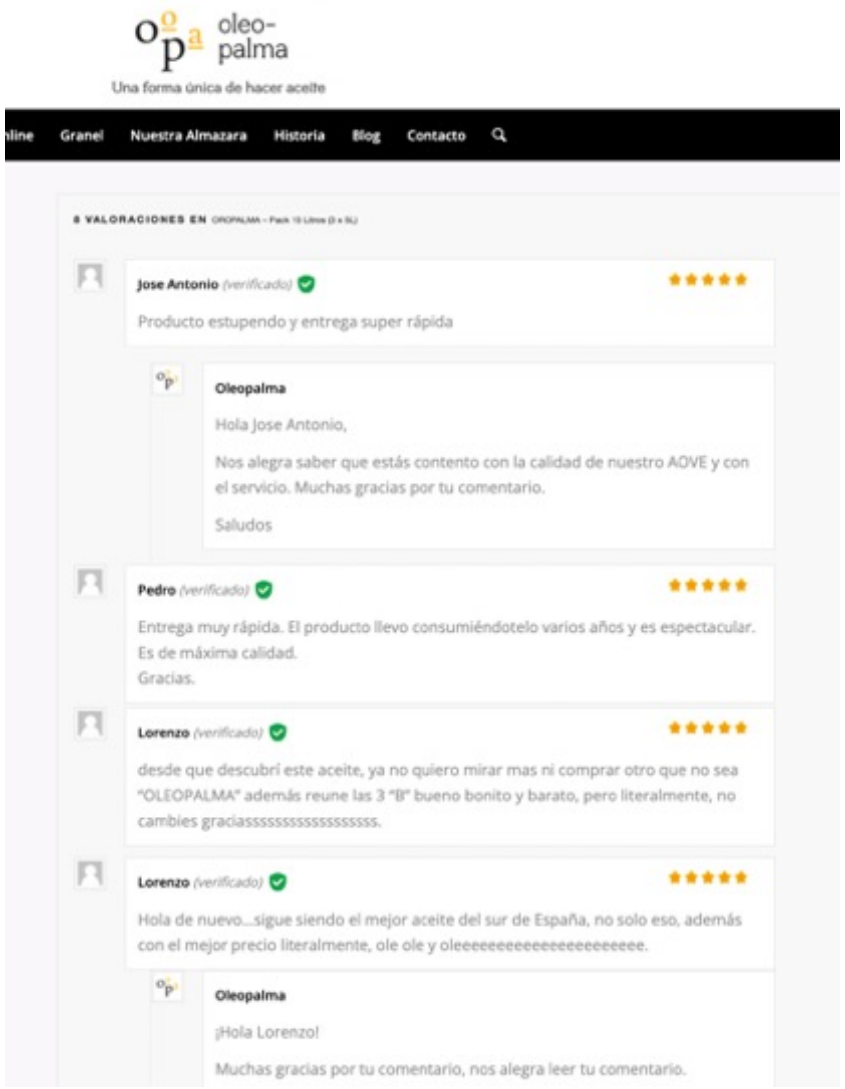
ALIANZAS Y PARTNERS

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

CASO ACEITE DE OLIVA
PRODUCTOS DE CONSUMO





UNIÓN EUROPEA

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO

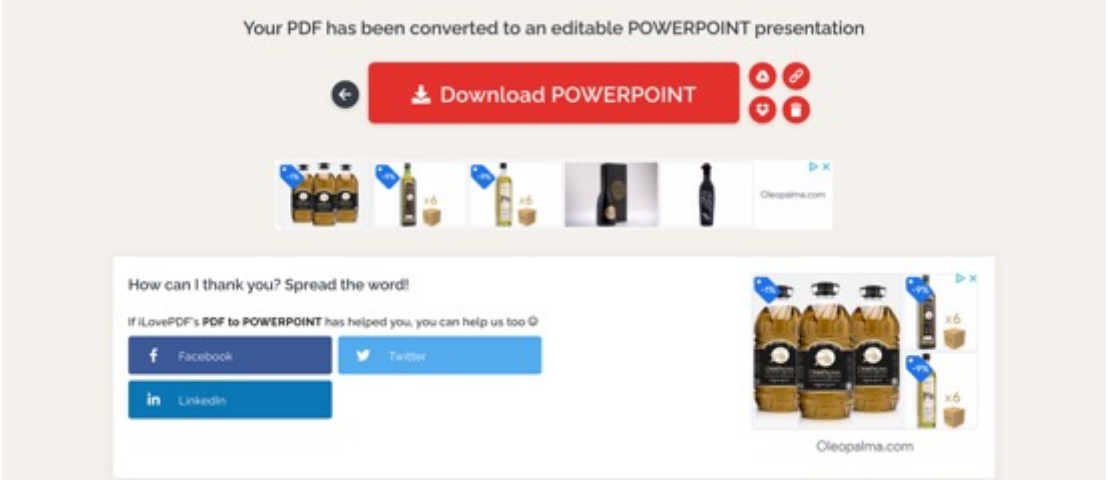
Cámara de Comercio de España

Cámaras Andalucía

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Facebook Meta Ads



UNIÓN EUROPEA

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO

Cámara de Comercio de España

Cámaras Andalucía

Youtube Ads

- Dar a conocer Beneficios
- Calidad
- Historias
- Origen
- Recetas…
- Influencers
- Aliados
- Premios de referencia
- Testimonios
- Media

AUTOCHECK COMERCIO

1. ¿Qué tipo de campañas serían interesantes crear para impulsar la venta tu negocio?
2. ¿Cómo mejorarías la percepción de marca?
3. Diseña una acción promocional para canal Presencial y Online Multichannel Multibuy.