

ESTRATEGIAS DE CONVERSIÓN

¿Qué es conversión?

La conversión tiene que ver con nuestra capacidad de convertir a un potencial cliente en una venta real. Así podremos aumentar las ventas de nuestro almacén.

Puntos de conversión

Para lograr una conversión necesitamos identificar en qué puntos nos podemos concentrar para planear una estrategia y atraer clientes a nuestro negocio.



ORIGEN

Los/as clientes/as los podemos encontrar tan lejos como en sus propias casas.



EN LA CALLE

Los/as clientes/as pueden estar en el trayecto o en el exterior del almacén.



MI ALMACÉN

Los/as clientes/as pueden estar tan cerca como dentro de nuestro almacén.

Veamos un ejemplo: Imaginemos que son las 9 am de un día lunes.



45 PERSONAS

Han dado like en nuestras redes sociales desde sus casas. Ellas/os son potenciales clientes que esperamos vengan a nuestro almacén cuando tengan alguna carencia.

Estrategias de conversión

Usar las redes sociales (Instagram, WhatsApp, Facebook) para generar una carencia-necesidad promocionando ofertas, descuentos y productos a través de las plataformas. Debemos mantener las redes activas subiendo contenido constantemente.



15 PERSONAS

Están en el paradero afuera de tu almacén. Estas personas podrían entrar a comprar al almacén si logramos gatillar una carencia en ellos.

Estrategias de conversión

Usar publicidad (promociones, combos u ofertas). Piensa en qué horarios hay más clientes circulando cerca de tu almacén e implementa una estrategia de conversión según ese dato. Por ejemplo: colocar afiche publicitando una promoción de desayuno (marraqueta con queso + café = \$1.200).



5 PERSONAS

Comprando en el almacén. Ya tienen una carencia y la están resolviendo.

LA ESTRATEGIA DEL EMBUDO

Como hemos visto, hay distintos puntos de conversión. Estas estrategias que hemos revisado se pueden representar en un embudo compuesto por 3 partes. En cada una de ellas, hay clientes, es decir, una potencial venta.

En la parte alta, **“En su destino”**, los/as clientes/as están lejos, en sus casas, pero por otra parte, son muchos/as.

En la parte de al medio, **“Afuera del almacén”**, los clientes están en la calle y cerca de nuestro negocio, son menos clientes que los que están en su casa, por lo que el embudo se va angostando.

La última parte es **“Dentro del almacén”**, ahí los/as clientes/as están literalmente en nuestro negocio, pero son pocos/as, por eso el embudo es más angosto aún.

El lugar donde hay más potenciales clientes es la parte alta del embudo. El problema es que están más lejos de nuestro almacén. Por eso, las redes sociales, en especial WhatsApp son herramientas tan útiles.



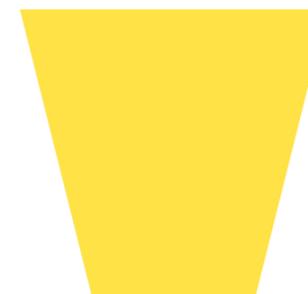
“En su destino”

Resultados más lentos.
Muchos/as potenciales clientes/as
Redes sociales



“Afuera del almacén”

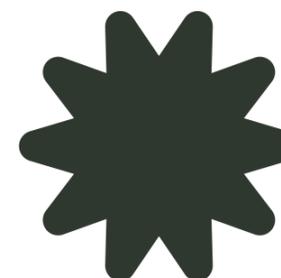
Resultados más rápidos.
Menos potenciales clientes.
Publicidad exterior.



“Dentro del almacén”

Resultados inmediatos.
Clientes

- Combos
- Promos
- Venta sugestiva



VENTAS HOY