

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para convertirse en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



Errores empresariales comunes en temporada navideña y cómo arreglarlos

La emoción por la temporada es, sin duda, justificada. Los ingresos en los hogares suben por el pago de aguinaldos y bonos especiales, más allá de que las remesas familiares en El Salvador han aumentado este año de forma récord, no solo en diciembre. Sin embargo, la emoción provoca impulsos que, sin la reflexión suficiente, se convierten en errores, sobre todo hoy que vivimos retos nuevos: altos niveles de inflación, mano de obra con salarios de reserva mayores, descalces en las cadenas de suministro, todo luego de pasar casi 2 años en pandemia. A continuación, te presentamos una lista de 6 de los errores más costosos y formas en que pudieras reponerte de ellos (si es el caso que ya los cometiste):

- Bajar los precios para atraer más clientes e impulsar así el ingreso de fin de año: ciertamente, si la demanda es elástica para tu producto o servicio y, si todo lo demás permanece constante, podrías esperar a corto plazo un incremento de los ingresos. Pero más allá del lenguaje de economistas, el mundo real no permanece estático, hay muchas variables en movimiento simultáneo: en el caso de que bajaras el precio, probablemente logres subir el ingreso este año, pero puedes entrar en un punto de no retorno, en el sentido de que los clientes modifiquen sus expectativas para el próximo año, retrasando sus compras para “la temporada de precios bajos”. Eso sin decir que las personas se comunican, por lo que el que compró este año les diga a sus amigos que esperen también, logrando con eso que el ingreso de largo plazo por cliente disminuya. Por lo tanto: mantén los precios estables, y si quieres poner promociones de temporada introdúceles nuevas y temporales características al producto o complementos. Si haces esto, los clientes apreciarán los extras, pero no aprenderán que deben esperar por promociones.
- Evitar productos, servicios o complementos especiales de temporada: mucha gente compra estacionalmente, por lo que si no utilizas estas modalidades especiales de producto perderás oportunidades de hacer mucho dinero. Por lo tanto: saca a la venta inventario de productos o servicios estacionales de inmediato. Incluso, podrías sacar desde ya inventario de este tipo para las fiestas de año nuevo, después de todo a mucha gente le gusta comprar antes de la temporada en sí.
- Meterle pausa a la inversión en marketing o a contratar personal durante noviembre y diciembre: sobre todo, para empresas que trabajan modelos B2B (empresas de consultoría, publicidad, etc.), que piensan que “estos meses son muertos, porque los clientes pasan distraídos por la temporada”. Eso solo provocará que enero resulte lento, aparte de perder oportunidades de temporada navideña. Recuerda que muchos empresarios buscan invertir en diciembre para contrarrestar su carga impositiva, por lo que puede ser una buena oportunidad para “meterle gas” a ofrecer servicios durante esta época. Por lo tanto: mantén el “punch” con todo, sobre todo en la contratación, ya que al ingresar un colaborador en esta época permitirá que ya en enero esté mucho más preparado para empezar el año en óptimas condiciones.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu Ejecutivo de Negocio o escríbenos a info_bacpropemi@sv.credomatic.com y descubre la mejor opción para tu negocio.**

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para convertirse en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



- Reventar con múltiples promociones a través de demasiadas redes sociales: esto sabotea tus esfuerzos por construir un seguimiento genuino de las promociones. Recuerda que los usuarios de Facebook desean diversión, así como publicaciones fáciles de comprender y de compartir; los usuarios de Instagram responderán a contenidos que representen visualmente la estética de tu empresa; los usuarios de LinkedIn consumirán información de negocios. Por lo tanto: trabaja de lleno en uno o dos canales para construir una audiencia fuerte, con la cual puedas luego transar directamente sin necesidad de comprar publicidad en línea.
- No adoptar el ritmo y movimiento de los competidores más grandes: todo mercado tiene una estructura, y en muchos casos ocurre que hay un líder muy grande y un grupo de varios competidores más pequeños. Te guste o no, si es tu caso pasa que las empresas grandes son las que suelen fijar las expectativas de los clientes. Por lo tanto: si los líderes de tu industria están haciendo algo, tú deberías hacerlo también, sigue las tendencias y saca cuanto puedas.
- No recompensar ni apreciar a los colaboradores: retener el mejor talento es más importante que nunca, el clima de contratación ha cambiado drásticamente. Charles Edge, CTO de Bootstrappers.mn, menciona que está tomando el doble de tiempo para contratar y casi un 20% adicional en salario para asegurarlo. Por lo tanto: endulza el trato con tus colaboradores. Dependiendo de tus posibilidades y de los intereses de tu gente, esto podría significar mayores salarios por supuesto, pero también podría darse a través de mejores beneficios, oportunidades de capacitación u opciones para trabajar a distancia. Todo esto construye compromiso y productividad.

Propemi BAC Credomatic te desea una feliz Navidad, que puedas disfrutar junto a tu familia y seres queridos. Somos tu mejor aliado para el crecimiento de tu negocio, contacta a tu Ejecutivo de Negocios para que nos cuentes tus planes y nos preguntes cómo podemos apoyarte a hacerlos realidad.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu Ejecutivo de Negocio o escríbenos a info_bacpropemi@sv.credomatic.com y descubre la mejor opción para tu negocio.**