

# **Promociones en días especiales, la clave para aumentar las ventas se encuentra en el marketing de contenidos, según Contents.com**

**En 2021 las ventas de Shopify realizadas por promociones en días clave consiguieron superar en un 23% las ventas hechas en 2020**

A lo largo del año existen distintas fechas clave que las marcas utilizan a su favor para generar promociones en torno a las temáticas celebradas. Días específicos como el Black Friday, Navidad, incluso el día de Star Wars son fechas especiales para los consumidores y en las que las marcas desarrollan acciones para atraer aún más a las empresas de cualquier sector ya que generan grandes oportunidades de marketing.

Bien es cierto que las empresas, tanto físicas como e-commerce, utilizan estas fechas clave como modelos de negocios independientes y resultan ser las más efectivas, ya que las personas son más propensas a comprar ofertas en un día especial en vez de un día cualquiera. De hecho, en 2021 las ventas de Shopify realizadas por promociones en días clave consiguieron superar en un 23% las ventas hechas en 2020, según la división EMEA de este gran e-commerce.

Integrar estas fechas clave en la estrategia de marketing, además de beneficiar a la marca con un aumento notable en las ventas, sirve para aumentar la interacción con los clientes, la generación de clientes potenciales y el conocimiento de la marca.

Estas promociones funcionan porque son distintas de las demás. Se ofrece a los consumidores diferentes productos con significativos descuentos que solo son válidos durante un breve período de tiempo que suele variar entre uno y siete días. Además, están ubicados en días originales y apropiados, es decir, se hacen los días clave que vayan de acuerdo con la marca y sus productos, y en los que sea poco común hacer una promoción o un día que sea único para la compañía.

Antes de empezar con las mejores estrategias de marketing en estos días tan especiales, se debe partir de una premisa: ser creativos, siempre. No hay nada más cautivador que una estrategia concebida con estilo y poco convencional. Bien es cierto que cada marca tiene su personalidad, y la idea de la creatividad es poder mezclar la personalidad de la marca con elementos distintivos, lo cual a veces cuesta. Por ello, plataformas como Contents.com apoyan en la creatividad de los departamentos implicados, desde el momento cero de la creación de la estrategia.

De esta manera, para que las promociones sean eficaces y consigan cautivar al mayor número de público objetivo posible, es recomendable que se incluyan desde el primer momento en el calendario de la estrategia de marketing que se elabora a principios de año. De esta manera, se puede planificar la campaña con el suficiente tiempo, ya que lo ideal es que se empiece a trabajar en el contenido de un día especial, al menos entre seis semanas y dos meses antes de la fecha. Así pues, una vez

determinadas las fechas clave hay que elaborar una serie de objetivos para alinearlos con un concepto creativo, para poder ser más estratégico.

#### Captación de clientes a través de contenidos

Una herramienta muy poderosa que crea sutilmente una necesidad en el público objetivo para que adquiera el producto promocionado, es la redacción de publicaciones en el blog cercano a estas fechas, ya que la misma puede ir anticipando lo que el público pueda necesitar para complementar ese día especial. La generación de contenidos es una acción clave que permite informar de manera detallada el producto o servicio, por ello utilizar soluciones que otorgan un soporte al equipo de contenidos, como Contents.com, nunca está demás. Como plataforma de inteligencia artificial generativa, es capaz de ayudar a las empresas a producir contenidos únicos, de alto rendimiento y multilingües.

Esta acción también puede complementarse con el e-mail marketing. Con este se puede hacer llegar a los miembros de la base de datos ofertas y promociones que estén relacionadas con la próxima fecha clave, así como también puede compartir el contenido del blog que se haya publicado sobre ese día.

Otra forma de hacer llegar las promociones de los días especiales al público objetivo es a través de los anuncios de búsqueda, es decir pagar por poner anuncios en línea para promocionar la oferta que se haga para ese día. La otra opción es informar a través de las redes sociales. Estas herramientas son un gran canal a través del que comunicar las promociones de los días especiales, pero para eso es necesario una previa organización de los contenidos que se han de publicar para que se pueda disponer del tiempo suficiente para crear los contenidos audiovisuales y la redacción de la descripción ideal para que convenza al target.

Para poder obtener los mejores resultados de las promociones en días clave, es idóneo contar con ayuda externa capaz de agilizar el flujo de trabajo y, además, hacerlo de la mejor forma posible, teniendo en cuenta todas las actualizaciones necesarias para que los buscadores posicionen favorablemente la marca, el producto o la promoción, ya sea creando contenido orgánico o de pago. Una plataforma que sea capaz de informar de lo que está en tendencia, para crear contenido en tendencia, cómo es el caso de Contents.com, el aliado perfecto para crear las mejores promociones de días clave y así, llegar al éxito.

#### Contents.com

Contents.com es una empresa tecnológica líder en el mercado de la ideación, creación y transformación de contenidos. La oferta de Contents.com consiste en una plataforma online todo en uno que ayuda a las empresas a producir contenidos multilingües, únicos y de alto rendimiento, integrando la eficiencia de la IA y la creatividad humana. Además, para satisfacer las necesidades del mercado empresarial, la empresa ofrece soluciones personalizadas de automatización y estrategia de contenidos. La empresa cuenta con una división de Media & AdTech, Contents Ads, que aprovecha la sinergia entre las audiencias de la red y una solución sistemática para ofrecer contenidos publicitarios a objetivos específicos. El núcleo se apoya en más de 27 revistas online propias que operan a nivel internacional. Contents.com emplea a 55 personas y tiene oficinas en Milán, Madrid y Las Vegas.

Para más información sobre Contents.com, por favor, visitar el sitio y seguir los canales de LinkedIn, Facebook, YouTube, Twitter e Instagram.

**Datos de contacto:**

Laura Peña Santamaria

645434602

Nota de prensa publicada en: [Madrid, España](#)

Categorías: [Comunicación Marketing E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>