



# 1. Offline y Online, siempre juntos.

Lo primero que debes tener claro es que tus productos también puedes y debes venderlos a través de tu ecommerce, facebook...

Facebook te permite mostrar tus productos a través de tu página de la misma red social, además puedes añadir descuentos en los productos deseados, códigos descuento... Tiene muchas facilidades que debes conocer para dar la mayor visibilidad a tus productos.

Los consumidores modernos están al alcance de todos, a través de sus dispositivos pueden comprar nuestros productos. Por ello, hay que implementar nuestro esfuerzo tanto en canales físicos como digitales. ¿Cómo?

## Click y recoger



Un servicio que permite a tus compradores agilizar el proceso de compra. Una gran ventaja para el ahorro de tiempo de tus clientes y una motivación para comprar más artículos en tu tienda física.

## Trabaja las redes sociales, ¿cómo?



Una táctica muy conocida es realizar concursos, con los que se consiguen nuevos seguidores y al mismo tiempo das a conocer tus productos. Es muy importante que no dejar de interactuar con los seguidores de tu cuenta, contestar lo antes posible, estar atento a todos los comentarios, compartir tus publicaciones en grupos de facebook relacionados con tu producto. Es un gran puente para llegar directamente a tu buyer persona.

Es conveniente invertir en la redes sociales aunque sea una inversión mínima, facebook cada vez nos lo pone un poquito más complicado y tal vez merece la pena que invirtamos menos tiempo y lo cambiemos por una cantidad económica, ¿que vale tu tiempo?

Descarga la guía: Facebook de éxito para tu comercio. Tienes más información para convertirte en todo un experto de las red social.

## 2. ¡Manos a la obra!

Integrar nuevas técnicas de atracción a los clientes... Es una buena opción para hacer "ruido" en tu tienda.

Invitar a una bloguera para hacer una charla de como combinar tus prendas, seguro que lo pasáis genial. Grábalo y súbelo a tus redes sociales.

Haz tu propio desfile de moda, una sesión de fotos con diferentes modelos. Que todas las personas puedan ver de primera mano las nuevas tendencias de cada temporada.

### Trabaja la decoración, cuida hasta el más mínimo detalle



Imposible no mirarla cuando pasas por delante e irresistible la entrada de cualquier niño.

¿Tienes una tienda de ropa para niños? Trabaja mucho la decoración, cuida hasta el más mínimo detalle. **¿Cómo?** Recuerdas la puerta que de la tienda de juguetes **Imaginarium**, imposible no mirarla cuando pasas por delante, irresistible para cualquier niño a no entrar en ella. Es la estructura ideal para conquistar a primera vista a tu buyer persona.

Siguiendo con la misma línea puedes hacer probadores sorprendentes para los más "peques".

**Picolinos** tiene una plataforma en la que puedes sentir la sensación de pisar con unos de sus zapatos.

En Alemania las tiendas de Navidad abren sus puertas **como si a un cuento entrarás**, imposible salir de ellas sin comprar algo.

### Tiendas híbridas

Las tiendas híbridas atraen el interés de un target, aumenta el tráfico en tu tienda, genera una experiencia de compra más gratificante, refuerza la fidelización de los clientes, fomenta la venta cruzada y estimula la venta por impulso. **¿Sabías qué?** El 70% de la compras se deciden en la tienda. La venta de dos experiencias como por ejemplo: **vinoteca/ librería**. El cliente puede disfrutar de dos actividades que le apasionan en un mismo lugar. Hay muchas tiendas de Pachword que tienen un taller de costura para realizar cursos y la tienda abierta a público.



### 3. Colabora en diferentes eventos.

Invita a tus clientes a eventos donde pueden aprender cosas nuevas.

Se trata de hacer comunidad, cultivar relaciones con clientes reales y comunicarse con ellos. Es una de las mejores formas de conocer en profundidad las necesidades de tu cliente.

#### Busca talleres de tu interés y comparte tus planes



Busca talleres, cursos, eventos... Relacionado con tu producto, de tu interés y comparte tus mismos planes con tus clientes.

Por ejemplo: imagínate que eres la dueña/o de una tienda de zapatillas. Hacen una carrera solidaria cerca de tu municipio lo ideal es organizar y animar a la gente a participar. Una vez allí, podéis llevar todos la misma camiseta, tarjetas...

Otra opción, en el caso de tener una tienda de electrodomésticos es participar en algún curso de cocina donde usen una marcas que tengas a la venta e invitar a tus clientes a participar.

#### ¿Qué conseguirás?



Estas acciones sirven para nutrir el recuerdo de tu marca/ producto con tus clientes.

El realizar este actividades, saltarte la rutina, innovar con los gustos relacionados con tu producto te da a conocer a mucha más gente. Fomenta la publicidad boca-boca y hace que aumenten tus ventas.

## 4. Endulza tus productos.

¿Cómo envías los pedidos? ¿Caja de embalaje normal, enviar el producto a tiempo, olvidarte del cliente?

Mejorar este proceso es una tarea fácil, rápida y con resultados.

### Sorprende en tus envíos



Una tarjeta personalizada para ese cliente. Escribe una frase bonita y motivadora que le den ganas de ponerlo en la puerta de la nevera, tenerlo en su bloc de notas de la cocina... Incluye tu logo, página web, facebook...

Endulza la experiencia de abrir el producto enviado, ¿cómo? Una piruleta, una bolsita de dulces, un bombón... Cualquier cosa que produzcan una sonrisa y un recuerdo.

Personaliza una tarjeta con un mensaje bonito y motivador.

### ¿Qué conseguirás?



Se transmite mucho más de lo que imaginas: se nota que cuidas tus productos, tus clientes...

Que quieres que vuelvan a tenerte en cuenta para próximas compras.

## 5. Forma a tus empleados.

Ellos forman gran parte de tu empresa, proporciona herramientas adecuadas, conocimientos y habilidades para que puedan formar parte de la identidad de tu marca.

Tu programa de formación tiene que adaptarse a las necesidades de tu negocio, ¿cómo desarrollar un plan de formación para tus empleados?

### Programa interno:



1. Los clientes tienen que recibir una atención personalizada, una bienvenida.
2. Escuchar las necesidades.
3. Presentar una solución para que el cliente.
4. Resolver cualquier duda.
5. Terminar con una bienvenida e invitación que le incite a volver.

### ¿Qué conseguirás?



Los trabajadores sentirán que forman una parte importante de la empresa.

Se transmitirá siempre el mismo mensaje. Los clientes siempre recibirán el mismo trato. Se transmitirá un ambiente organizado y profesional.

En el caso de que tu negocio desembarque en una franquicia ya tendréis un programa establecido.

## 7. ¿Quién NO tiene un dispositivo móvil?

Lo hemos tratado anteriormente, la tecnología tenemos que verla como un punto fuerte de nuestro negocio.

Por eso es recomendable que tu tienda tenga disponible una aplicación móvil para mejorar la visita en tu tienda: la tecnología del faro, pagos móviles, enviar mensajes directos y fidelizar a más clientes.

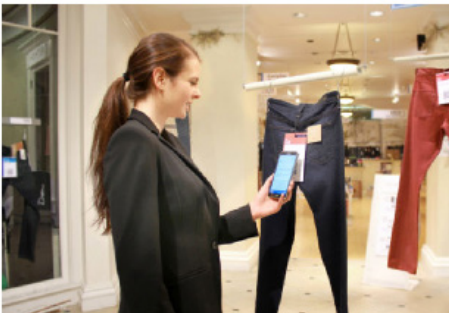
Es una manera directa de hacer descuentos a través de tu aplicación, hay clientes que pueden visitar la tienda unas 5 veces al mes.

### Ya hay tiendas que utilizan nuevos métodos:

ANTES DE



DESPUÉS



**Hointer:**

Abrió su primera tienda para ropa para hombres para mostrar sus innovaciones. Se trata de conocer un nuevo concepto a la hora de comprar.

Se dieron cuenta que las tiendas de ropa estaban repletas de ropa, pantalones de diferentes tallas, buscar el tuyo era una tarea que llevaba mucho tiempo por ello dieron un vuelco a la forma de comprar: ofrecer comodidad y mejorar su servicio.

**¿Cómo?**

La tienda se divide en dos: una sala de exposición y un almacén. Reducen el espacio de la tienda porque solamente necesitan un elemento por modelo.

A través de dispositivos móviles y con códigos en cada uno de los modelos, los trabajadores cambian su hábito de trabajo, dejar de doblar para empezar ayudar, asesorar y cuidar a cada cliente que pasa por la tienda.

Porque despiden a los montones de ropa en las estanterías, además de recibir los datos de los clientes, realizar descuentos personalizados...

Ir al probador y que automáticamente las prendas te esperen agiliza la compra, mejora el control de los productos, el orden en la tienda... Todo una revolución.

La aplicación también se usa par mostrar mensajes de marketing sobre productos específicos. Pueden ver el historial de otros clientes con otras combinaciones..

Fuente: [Hointer](#)

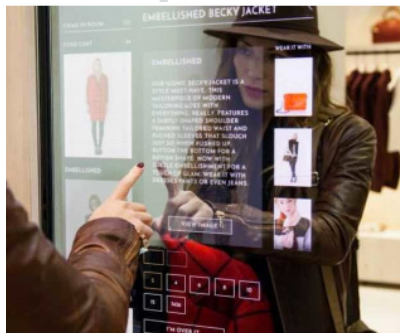
## 8. Pantallas interactivas

Las pantallas interactivas permiten maximizar el escaparate de la tienda y captar la atención del cliente. Además la pantalla se puede utilizar para anunciar ofertas.

Registra los datos de tus clientes realizando una selección de productos más personalizada.

Además llama la atención al entrar a la tienda por la novedad de poder comprar a través de una pantalla interactiva.

### Espejo interactivo que funciona como pantalla



**Rebecca Minkoff** se ha asociado con eBay para lanzar un espejo interactivo que funciona como pantalla.

Cuando los clientes llegan se registran a través de un gran display-espejo interactivo desde el cual encargan que envíen las prendas seleccionadas al probador. En el probador puedes elegir el tipo de iluminación que deseas: puesta de sol, por la mañana... También disponen de un display interactivo para solicitar nuevos modelos y tallas.

Fuente: [Rebecca Minkoff](#)



## Mejora la gestión de tu tienda y agiliza el trabajo

Aumentar la experiencia en tu tienda siempre es una buena opción pero debe ir acompañada de una buena gestión, todos los factores influyen en la compra. Debes tener a tus clientes contentos y tus trabajadores con las mejores herramientas de trabajo para agilizar los procesos. Para que puedas poner todos tus esfuerzos en esto, cuenta con **un programa de gestión** que te ayude a ahorrar tiempo en las tareas como control de stock y proveedores, realización de comandas, ventas... **Un TPV puede convertirse en un gran aliado que facilite la gestión de varias tareas que requieren un tiempo que puede acortarse.**





Glop

¡Enhorabuena!

Desde Glop queremos felicitarte por querer mejorar diariamente en tu negocio

DESCÚBRELO EN [GLOP.ES](https://glop.es)