Enero No. 26

Revista

PLANIGRUPO

• ADMINISTRACIÓN DE CENTROS COMERCIALES • COMERCIALIZACIÓN • CONSTRUCCIÓN • DISEÑO • DESARROLLO

Como sacarle provecho a las reseñas de tu centro comercial.

Cómo usar las redes sociales en una tienda minorista.

Consejos para las rebajas de primavera para un Centro Comercial.

Acerca de nosotros:

PLANI GRUPO MR

Creando valor

Con 47 años de experiencia, en Planigrupo nos hemos posicionado como una empresa mexicana líder en el desarrollo, diseño, construcción, comercialización y administración de centros comerciales a nivel nacional. Somos una de las pocas en el país que es capaz de ver un proyecto inmobiliario de principio a fin, empezando con el diseño y terminando con la administración de cada centro comercial.

MISIÓN

Crear valor para los inversionistas y clientes de nuestros centros comerciales a través de un equipo sólido de profesionistas que genere proyectos rentables y exitosos.

VISIÓN

Ser líderes en el desarrollo y administración de centros comerciales, comprometidos siempre con los más altos estándares de calidad.

VALORES

- Honestidad.
- Lealtad.
- Confianza.
- Respeto
- Ética.
- Transparencia.

LO QUE HACEMOS MEJOR:

Somos expertos en el desarrollo, el diseño, la construcción, el comercialización y la administración de centros comerciales. Contamos con equipos de especialistas en cada área que se aseguran de que siempre mantengamos los más altos estándares de calidad en cada materia.

CONTENIDO

COMO SACARLE PROVECHO A LAS RESEÑAS DE TU CENTRO COMERCIAL. 1-2

CÓMO USAR LAS REDES SOCIALES EN UNA TIENDA MINORISTA. 3-4

CONSEJOS PARA LAS REBAJAS DE PRIMAVERA PARA UN CENTRO COMERCIAL. 5-6

COMO SACARLE PROVECHO A LAS RESEÑAS DE TU CENTRO COMERCIAL.

Hay una serie de responsabilidades diferentes que conlleva la gestión de un centro comercial. Una de las herramientas más efectivas para las ventas son las reseñas de productos y los testimonios. Según una encuesta, más del 70% de los consumidores consideran las calificaciones de los productos antes de realizar una compra. La prueba social también puede tranquilizar a los clientes potenciales y reducir las devoluciones.

Muestra tus reseñas

Coloque un par de reseñas en su página de inicio o agregue una nueva página con testimonios que sean relevantes para su producto. También puede vincular a estos en la parte superior de navegación de su sitio web. Nos encanta cómo el equipo de Primal Pit Paste ha creado una sección especial que muestra el entusiasmo de sus fans por sus productos.

Únase a los sitios web donde están sus clientes

Ser accesible y social es la mejor manera de recibir comentarios honestos. Tener varias cuentas sociales, como Instagram, Twitter y Facebook, permitirá a los clientes hacer preguntas y comentar sobre su tienda. Si posee un negocio físico, como Milk + Honey Spa, es posible que desee agregar un perfil en Google Places y/o Yelp.

Proporcione incentivos para dejar comentarios

Una nota de agradecimiento personalizada es una excelente manera de mostrar su aprecio por su negocio. Delush Polish es un ejemplo de una empresa que hace un esfuerzo adicional para que sus clientes se sientan especiales.

Crea un concurso para dejar reseñas

Esta es una gran manera de comercializar su negocio, y se puede hacer con la ayuda de sus clientes. En nuestra publicación anterior, compartimos algunas formas efectivas de aumentar su presencia en las redes sociales. Una de las formas más sencillas de hacerlo es pedirles a sus clientes que compartan un enlace a su página en Instagram o Facebook. Por ejemplo, Lensbaby organiza concursos en Facebook que piden a sus seguidores que envíen fotos.

Solicitar reseñas

Enviar un correo electrónico a sus clientes después de una compra es una excelente manera de obtener una reseña, ya que es probable que todavía quieran leerla. También puedes usar una herramienta como Yotpo para automatizar el proceso. Esto hará que sea más fácil para sus clientes revisar y reducirá la fricción que puedan experimentar.

Póngase en contacto con los clientes que dejan comentarios

Dé las gracias a quienes dejaron una reseña positiva en Instagram o en Yelp. Man Crates es un gran ejemplo de una empresa que da seguimiento y comparte comentarios positivos. También se les puede pedir permiso para compartir sus publicaciones en sus canales de redes sociales.

Cómo usar las redes sociales en una tienda minorista.

Con Internet cada vez más importante en el mundo actual, las empresas deben ajustar su enfoque para ganar nuevos clientes. Es por eso que el comercio social se ha convertido en una parte vital de la industria minorista, ya que permite a las marcas conectarse con sus clientes y crear un nuevo canal de ventas. Aparte de esto, los minoristas también pueden beneficiarse del marketing en redes sociales. A continuación se presentan formas útiles en las que las redes sociales pueden mejorar sus ventas minoristas.

Use las redes sociales para impulsar su embudo de ventas

Cuando se trata de hacer una compra, las redes sociales son un gran lugar para que las personas investiguen. Una cuarta parte de los usuarios lo usa para encontrar inspiración para sus compras, mientras que otro 26% lo usa para encontrar productos para comprar.

Las pequeñas redes sociales son cada vez más importantes, ya que permiten a las empresas llenar su embudo de ventas con clientes potenciales. El año pasado, varias plataformas como Snapchat, TikTok y Pinterest vieron aumentos significativos en su efectividad percibida. Cada plataforma tiene sus propias capacidades y herramientas que permiten a las empresas conectarse con su audiencia.

Use las redes sociales para el servicio al cliente

Según una encuesta realizada por la empresa de administración de redes sociales HootSuite, el 59% de los encuestados señaló que el servicio al cliente social se ha vuelto más importante para sus organizaciones.

Además, la mensajería social se ha vuelto más frecuente en el mundo actual, ya que las personas prefieren enviar mensajes a una empresa en lugar de llamarlos por teléfono. Más del 70% de los usuarios de Facebook en los EE. UU. dijeron que tienen más confianza en la marca después de poder enviar mensajes a una empresa.
Según Gartner, para 2023, más del 60 % de las interacciones de atención al cliente se realizarán a través de canales de autoservicio o digitales.

Además de la confianza en la marca, un número significativo de usuarios de Internet también está preocupado por la calidad del servicio al cliente al realizar una compra. Es por eso que las pequeñas empresas necesitan mejorar su presencia en las redes sociales.

Tener la estrategia de redes sociales adecuada puede ayudar a las empresas a mejorar su servicio al cliente y atraer a más clientes potenciales. Una de las formas más efectivas de mejorar la presencia de una empresa en las redes sociales es implementar capacidades de chatbot.

Encuentre creadores de contenido con los que trabajar

Una de las mejores maneras para que una empresa se conecte con su audiencia en línea es encontrando comunidades relacionadas con su marca o productos. Estas comunidades pueden ayudar a conectarse con clientes existentes y compradores potenciales, así como ampliar el alcance de la marca de la empresa. A través del contenido de estos creadores, una empresa puede llegar a sus clientes potenciales que tienen más probabilidades de ser leales a su marca.

Un estudio realizado por Meta reveló que la combinación de anuncios en redes sociales con marketing de influencers puede aumentar las posibilidades de una empresa de convertir a sus clientes potenciales en compradores.

Cree anuncios para su público objetivo

Cuando se trata de marketing en redes sociales, uno de los factores más importantes que una empresa debe considerar es el público objetivo al que debe llegar. Los anuncios impresos o de televisión tradicionales pueden ser muy efectivos para llegar a una amplia gama de personas, pero en las redes sociales, sus anuncios solo deben enfocarse en las personas que probablemente se conviertan.

En lugar de centrarse en la base demográfica de una publicación, una empresa debe considerar varios factores, como el comportamiento en línea, la ubicación y el idioma cuando se trata de llegar a su público objetivo. Antes de comenzar a implementar el marketing en redes sociales, es importante que una empresa comprenda a fondo a su público objetivo. Esta información puede ayudarle a desarrollar una estrategia que se ajuste a los objetivos de su marca.

CONSEJOS PARA LAS REBAJAS DE PRIMAVERA PARA UN CENTRO COMERCIAL.

Ahora que febrero está en pleno apogeo, la primavera está a la vuelta de la esquina. Aunque ya es tiempo de limpieza y preparación para la temporada, también es un buen momento para que los comerciantes y dueños de negocios se preparen para la nueva temporada. Hay algunos pasos simples que puede seguir para comenzar, y estos lo ayudarán a atraer más clientes y expandir su negocio.

Cree nuevos gráficos e imágenes para sus esfuerzos promocionales

Los medios visuales, como fotos, cuadros y gráficos, son importantes para las empresas cuando intentan convencer a los clientes potenciales de que compren sus productos o servicios en línea. Las imágenes que refuerzan la reputación de una empresa son lo que la gente busca cuando navega por Internet.

Aunque la mayoría de los vendedores y dueños de negocios tienen elementos visuales en sus sitios web, el cambio de temporada puede ser un buen momento para revisarlos. Por ejemplo, si una determinada imagen no genera suficiente tráfico o convierte las ventas, debe reemplazarse. Otro aspecto importante de los medios visuales son las fotos actualizadas del personal y la tripulación de la empresa.

Cree nuevos gráficos e imágenes para sus esfuerzos promocionales

La publicidad online es muy importante durante cualquier campaña de marketing, independientemente de la temporada. Es la única forma en que las empresas pueden llegar a sus clientes potenciales y convertirlos en compradores. Tener el contenido adecuado también es muy importante para el marketing en redes sociales.

Uno de los factores más importantes que las empresas deben considerar cuando se trata de publicidad en línea es el momento de sus campañas. Dado que hay menos días festivos durante la primavera, menos personas buscan espacios publicitarios, lo que brinda a los anunciantes más oportunidades para llegar a sus clientes.

Realice actualizaciones importantes del sitio web

Muchos dueños de negocios piensan que sus sitios web son como un edificio y que no necesitan actualizarse con frecuencia. Sin embargo, éste no es el caso. Las empresas deben actualizar periódicamente sus sitios web, ya que cambiarán constantemente y reflejarán las necesidades de sus clientes.

Los nuevos medios visuales pueden ayudar a las empresas a prepararse para la primavera haciendo que sus sitios web se vean más actualizados. Tener la última versión de su sitio web puede hacer que los clientes potenciales piensen que sus precios y productos siguen siendo los mismos.

El cambio de estaciones también puede dar a las empresas la oportunidad de actualizar los elementos simples de sus sitios web, como los colores de su página web. Si lo hace, puede hacer que sus sitios se vean más frescos y orientados a la temporada sin tener que rediseñar completamente todo el sitio web.

Crea videos atractivos

A medida que el marketing y publicidad móviles se han vuelto más importantes en la última década, los videos se han convertido en una forma dominante de marketing. Los estudios han demostrado que este tipo de videos pueden aumentar el recuerdo de la marca de una empresa y mejorar los sentimientos de los consumidores cuando compran.
Obtener buenas fotos para un sitio no es tan difícil como crear un video. Los estudios han demostrado que los videos atractivos pueden ayudar a establecer una marca y mejorar la imagen de una empresa. También se sabe que el contenido de video puede influir en el comportamiento de un comprador. A medida que se acerca la nueva temporada, es importante que las empresas creen videos que muestren sus productos y servicios.

Urban Village Garza Sada
Monterrey. Nuevo León

Corporativos

Estado de México

Av. Conscripto #360, Paseo Hipódromo, PB, local SA002, Col. Lomas Hipódromo, Naucalpan de Juárez, C.P. 53900, Estado de México.

55 9177 0870 al 89

Monterrey

Av. Eugenio Garza Sada #3431, Urban Village Garza Sada, P1, Local SA012, Col. Arroyo Seco, C.P. 64740, Monterrey, Nuevo León.

81 8335 1641 y 41

Información Comercial

comercial@planigrupo.com

800 024 3244

Relación con Inversionistas

relacioninversionistas@planigrupo.com

55 9177 0870 Ext. 138

Redes Sociales

Volver al inicio