

Netcomm offre un'analisi storica dei trend e preziosi consigli per una pianificazione del periodo natalizio, volti a ottimizzare le strategie di vendita online sui marketplace nel più importante trimestre dell'anno.

PIANIFICARE IN ANTICIPO

La fase 1, che va da metà settembre alla terza settimana di novembre, ha l'obiettivo di pianificare in anticipo: bisogna innanzitutto verificare nel dettaglio i trend registrati l'anno precedente, i prodotti più venduti e programmare un rifornimento dei prodotti "best seller"; successivamente è consigliabile stabilire i prodotti prioritari, gli obiettivi di vendita, il budget e ottimizzare le schede prodotto con le relative descrizioni e immagini.

Altro passo fondamentale è organizzare l'inventario e la logistica: è necessario infatti definire i tempi di consegna, preparare il catalogo dei prodotti e massimizzare le categorie con prodotti disponibili, "nascondendo" i prodotti esauriti.

Inoltre, è importante analizzare i dati e personalizzare il proprio piano pubblicitario e promozionale, pianificando il proprio budget e rivedendo il proprio target, delineando nel contempo una strategia di pricing ben definita.

I GIORNI DECISIVI

Nella fase 2, cioè dall'ultima settimana di novembre fino al giorno prima del Black Friday, bisogna aumentare fortemente gli investimenti in comunicazione con la realizzazione di campagne pubblicitarie volte a lanciare le promozioni e gli sconti più interessanti sui prodotti chiave. Si consiglia, inoltre, di dominare i termini di ricerca per il proprio brand, ottimizzando gli annunci sponsorizzati, e di puntare sulla flessibilità, apportando modifiche ai prezzi e alla pubblicità in base ai livelli di inventario, della concorrenza e alle esigenze dei consumatori.

RUSH FINALE

Infine, nella terza e ultima fase, che va dal Black Friday al weekend di chiusura dell'Epifania, è necessario focalizzarsi sulle promozioni per regali e offerte di Natale last minute, concentrando gli sforzi pubblicitari sul re-targeting: l'obiettivo è ottimizzare i tempi di consegna ed essere pronti con il customer service per le richieste di tracking e di reso nei giorni successivi al Natale.

Fonte: Consorzio Netcomm

