

Planifica! PRIMER CUATRIMESTRE Segundo CUATRIMESTRE Tercer CUATRIMESTRE

Enero Febrero Marzo Abril Mayo Junio Julio Agosto Septiembre Octubre Noviembre Diciembre

RETAIL: Año nuevo, Inicio de Rebajas, Día de los Reyes Magos, Día Mundial de la Nieve, Blue Monday, Día Internacional del pantalón de chándal, San Publicito, Mercedes-Benz Fashion week, Madrid MBFW, Día del Soltero, Día de San Valentín, Carnaval, Baloncesto: Copa del Rey (Málaga), Tiendas de Deportes, Licencias Off, venta de entradas online.

AUTO: SERVICIO DE INVIERNO Proveedores de piezas, revisión general, revisión de frenos alumbrado del vehículo, antiniebla y sus rejillas; neumáticos para asegurar una buena adherencia a la carretera. Cambio a neumáticos de invierno en zonas de montaña, accesorios para condiciones climáticas severas, reparaciones / mantenimiento.

VIAJES: Skiing Season Temporada del Esquí, Agencias de viajes / líneas aéreas, Transporte, Hoteles. 19. Día de la nieve, Blue Monday, Día del Soltero, Mercedes-Benz Fashion week Madrid, Agencias de viajes / líneas aéreas, Transporte, Hoteles. Período de ventas en Enero (Vacaciones anticipadas) Agencias de viajes / Aerolíneas.

EDUCACIÓN: 07. Vuelta al Cole Período de Exámenes Primer semestre, Universidades, Colegios, Escuelas, cursos a tiempo parcial. 14. Carnaval, Semana Blanca, Nuevos Cursos Universidades, Colegios, Escuelas, cursos a tiempo parcial. Proveedores de libros de texto, fabricantes de libros de texto, tutores.

ENTRETENIMIENTO: 18. Blue Monday Aprovecha para realizar acciones de marketing que den la vuelta al día más triste del año. Mercedes-Benz Fashion week Madrid, Promotores, Patrocinadores / Socios, Agencias de entradas. Período de Ventas en Enero Distribución de DVD / música / Casas. 31. Gala de los Grammy.

SALUD: AÑO NUEVO - NUEVOS PROPÓSITOS / TEMPORADA DE FITNESS / CLIMA FRÍO Gimnasios / clubes de salud, Cursos de fitness / Clases, Evaluación de la salud, Clínicas, Fisioterapeutas, Capacitación en Salud y Seguridad B2B, Clínicas antitabaco, Suplementos dietéticos, Tratamientos de salud y belleza, Dentista, Ortodoncista.

FINANZAS: Año nuevo Proveedores de seguros de salud, Corredores de seguros de salud. Vacaciones de verano RESERVAS - Toma de decisión, Proveedores de seguros de viaje, Corredores de seguros de viaje. Vuelta a clase Colegios/Universidad/ Cursos Proveedores de préstamos estudiantiles, Proveedores de seguros de salud, Corredores de seguros de salud.

LOCAL: 1. Año nuevo Festivo Nacional, Día de los reyes Festivo Nacional, Día de San Antonio de Abad, Las vueltas de San Antón, Festividad de San Vicente Mártir, Día de San Valero. 2. Fiesta de la Candelaria Festivo en Santa Cruz de Tenerife, Día de San Blas, Sábado de Carnaval, Domingo de Carnaval, Miércoles de Ceniza, Día de Andalucía Festivo Comunidad Valenciana.



San Valentín

San Valentín es una de las fechas clave para potenciar tus ventas y enamorar a tus clientes. Un 50% de la población española tiene pareja, pero **más de un 67% comprará** algún regalo para su pareja, algún familiar o amigo.

¡Posiciona contenido! Muchos usuarios realizarán búsquedas para obtener ideas de regalos. Según google trends las búsquedas empiezan a finales de diciembre, aunque el verdadero aumento viene a finales de enero principios de febrero, siendo cruciales las últimas dos semanas. Entre los datos que nos proporciona Google, en las fechas cercanas a este día aumentan las consultas con frases como "entrega en el mismo día" y "restaurantes románticos", y cada año se incrementan las búsquedas de "sorpresas"

Otro dato importante a valorar es que un **60% de los españoles se apoya en campañas de publicidad para comprar su regalo** de San Valentín. Prepara tu catálogo y audiencias con tiempo



Día del Padre

Para preparar tu campaña del día del padre debes saber que los usuarios empiezan a buscar hasta tres semanas antes de la fecha.

Nuestra recomendación es que crees una landing específica con **sugerencias que faciliten la búsqueda del regalo perfecto**. Dentro de los factores que intervienen en la decisión de compra encontrar el regalo deseado por el padre o hacer un regalo con un significado especial son las más influyentes, por lo que categorías en función de la personalidad como "para manitas" o "amantes de la cocina" ayudarán al usuario encontrar lo que busca.

Recuerda que en estas fechas **las campañas emocionales son las más efectivas**.



Semana Santa

La Semana Santa es un motivo de encuentro con familiares y amigos y, debido a las circunstancias del último año, los usuarios buscan ideas para celebrar momentos especiales y muchos de ellos le darán valor a hacerlo sin salir de casa. Crecen las consultas relacionadas con decoraciones del hogar, decoración de mesas, recetas... Según datos de Google las búsquedas de "Postres de Pascua" aumentaron un 49% en España. El jardín y la decoración exterior también serán motivos de consulta.

Es imprescindible estar atentos a las tendencias y al desenlace de los acontecimientos para poder valorar las tendencias de viajes y/o ofertas de entretenimiento en esta fecha tradicionalmente clave en el sector viajes y entretenimiento.

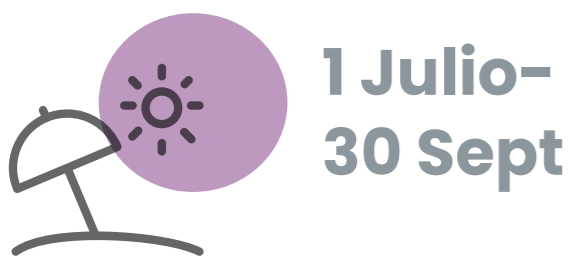


Día de la Madre

El 48% de los consumidores online de España consideran el buscador como la pieza relevante en su compra, asegúrate de estar presente en los resultados.

El día de la madre es una gran oportunidad de atraer nuevos clientes ya que muchos consumidores buscarán asesoramiento. Una gran idea para los indecisos es crear un cuestionario para elegir el regalo perfecto. Tras completar el formulario puedes enviar el resultado a su correo electrónico, de esta manera no sólo potenciarás tus ventas, sino que ayudarás a aumentar tu reconocimiento de marca y conseguir clientes potenciales.

Optimiza tu tienda online para ofrecer una buena experiencia de compra que les haga volver.



Rebajas de Verano

En periodo de rebajas los consumidores buscan las mejores ofertas online y son frecuentes las compras espontáneas. Una mayor presencia nos permitirá generar más oportunidades.

En ese sentido, las campañas de google shopping se convierten en un elemento clave ya que actúa como comparador de precios. Este tipo de campañas tiene un formato diferente y más visual que permite mostrar al usuario los detalles del producto, precio o el nombre de la tienda de un solo vistazo. Estar presente los resultados de búsqueda nos permitirá obtener más clientes potenciales y mejores oportunidades de venta.

Prepara tu feed y activa campañas de remarketing dinámico en Google y Facebook Ads para impactar a los usuarios que ya han estado en tu web con los productos que ya han visto. No olvides que para ello debes tener preparadas las audiencias con bastante tiempo de antelación.



Vuelta al cole

Libros, moda, papelería y tecnología son los productos estrella de septiembre.

La vuelta al cole es una de las épocas clave del año en ecommerce. Configura audiencias con intención de compra en material escolar y hardware, y configura segmentación demográfica como padres profesores o estudiantes para captar usuarios que estén comprando artículos escolares e impactarlos con campañas.

Septiembre es el mes de la renovación, es el momento de volver a la carga con nuevos propósitos, de transformaciones, por eso, es un mes ideal para realizar campañas de marketing inspiradoras.



Black Friday

Según google el 68% de los compradores en España confirman la importancia del Black Friday y Cyber Monday, y es que para muchos negocios esta campaña representa un gran porcentaje de las ventas anuales, por lo que resulta imprescindible planificar estrategias de marketing con las que poder estar presentes en el momento de decisión.

El 35% de los usuarios empezarán a buscar un mes antes de la fecha y un 31% dos semanas anteriores, por lo que es crucial preparar esta campaña con bastante antelación, y conectar con los usuarios indecisos las semanas previas al black friday. No te olvides de crear listas de remarketing para atraer a tus clientes más valiosos.



Navidad

Aunque las búsquedas empiezan en noviembre, los españoles realizamos el 30% de las compras Navideñas la semana después del Black Friday.

La Navidad es una oportunidad única para el descubrimiento. Según google el 71% de los compradores españoles están dispuestos a comprar en tiendas en las que no han realizado compras hasta la fecha, lo que se convierte en una oportunidad única de conseguir nuevos clientes.

¡Impulsa tus ventas con Google Ads! Una gran idea para captar usuarios indecisos es definir audiencias de intención personalizada añadiendo palabras clave de categorías recomendadas por la plataforma como "regalos y ocasiones especiales", "Navidades y temporadas" y "compras después de Nochebuena"

Muchos usuarios recurrirán a redes sociales en busca de ideas, y aunque el contenido orgánico ayuda, no es suficiente para lograr objetivos. Crea campañas en redes sociales para potenciar visitas a la web y utiliza las opciones de segmentación de públicos para llegar a más compradores potenciales. No te olvides de cuidar la comunicación con el cliente, muchos usuarios recurrirán a sus redes para resolver dudas y es fundamental prestar especial atención a este servicio.