



**CONSEJOS DE
MARKETING**
DE TARJETAS DE REGALO

[givex.com](https://www.givex.com)



CONSEJOS PARA NEGOCIOS

Hay muchos beneficios que vienen con la ejecución del programa de Tarjetas de regalo. Estos son algunos consejos para garantizar el crecimiento y el éxito de su programa de tarjetas de regalo.

- **Proporcione opciones para los clientes:** Tener una variedad de diferentes tarjetas de regalo les permite a sus clientes comprar tarjetas de regalo únicas para su ocasión. Lo que crea una ubicación de una sola tienda donde sus clientes puedan obtener cualquier tarjeta de regalo que necesiten.
- **Llame la atención a la exhibición de tarjetas de regalo:** La ubicación del exhibidor de tarjetas de regalo es crucial. Si lo coloca en los extremos del cajero o en un área de mucho tráfico, se asegurará de que los clientes puedan ver la exhibición. Crea el impulso pensado para comprar tarjetas de regalo.
- **Motive al personal para que venda tarjetas de regalo ofreciendo incentivos:** Ofrezca incentivos a sus empleados, por ejemplo, al final del mes, el empleado que venda la mayor cantidad de tarjetas de regalo recibe una bonificación o una tarjeta de regalo precargada. Esto creará una competencia divertida entre los empleados que se sentirán felices de que están siendo recompensados por sus esfuerzos.

- **Ofrezca recompensas escalonadas según el monto de la compra:** Realice eventos en los que si los clientes compran una cierta cantidad, reciben una tarjeta de regalo. “Gaste más de \$100 antes de impuestos y reciba una tarjeta de regalo de \$10”. Esto atraerá más tráfico a sus tiendas.
- **Recompense a sus clientes más leales:** A través de su programa de lealtad actual, o utilizando los datos demográficos de los clientes, envíe tarjetas de regalo para motivar a sus clientes leales a seguir comprando con usted. Esto crea una relación y un compromiso más fuertes entre sus clientes y el negocio.
- **Realice una rifa/sorteo:** Haga que los clientes coloquen su nombre en un sorteo y, ya sea al final del mes o semanalmente, extraiga al azar un nombre para que alguien gane una tarjeta de regalo precargada. Cuanto más gasta un cliente, más posibilidades tiene de ganar.





CONSEJOS PARA PROMOVER TARJETAS DE REGALO

Comercialización y exhibidores

Las tarjetas de regalo son fáciles de almacenar y exhibir, pero los clientes pueden pasarlas por alto. Al igual que con cualquier otro producto, un plan de comercialización cuidadosamente considerado lo ayudará a optimizar las ventas de tarjetas de regalo. Estas son algunas de las mejores prácticas de los clientes de Givex:

- Los diseños populares de tarjetas de regalo deben ser visibles.
- Facilite las compras impulsivas asegurándose de que las tarjetas de regalo se comercialicen en un área accesible y se exhiban de manera destacada en cada punto de compra.
- Asegúrese de que se asigne a un miembro del personal la responsabilidad de garantizar que todas las exhibiciones de tarjetas de regalo estén adecuadamente surtidas.
- Implemente un proceso para verificar el inventario de tarjetas y vuelva a realizar el pedido con anticipación para asegurarse de que no se quede sin tarjetas durante las horas pico, como la temporada crucial de festividades.



Ocasiones especiales

Las tarjetas de regalo se ubican constantemente como el regalo número 1 más solicitado. No es de extrañar que las ventas de tarjetas de regalo aumenten en las épocas del año en las que se entregan más regalos: cumpleaños, día de San Valentín, pascua, día de la madre, la temporada de vacaciones. La mayoría de los comerciantes generan entre el 25 % y el 50 % de sus ventas de tarjetas de regalo durante la temporada navideña.

- Asegúrese de tener suficiente inventario de tarjetas de regalo para satisfacer la mayor demanda durante estos tiempos.
- Diseños de tarjetas de regalo que son adecuados para regalar en estas ocasiones.
- Diseñe exhibidores de mostrador para promocionar tarjetas de regalo como obsequios para estas ocasiones.

Un negocio puede perder la venta de la tarjeta de regalo si no tiene un diseño de tarjeta de regalo que atraiga al cliente o si el cliente está comprando para una ocasión específica (por ejemplo, Navidad) y no puede encontrar una tarjeta temática apropiada. Una forma de evitar que esto ocurra puede ser mediante el seguimiento de las ventas de ciertas tarjetas de regalo. Muchos negocios también tienen tarjetas que han sido diseñadas específicamente para diferentes ocasiones.



Ventas B2B

Debido a que permiten que el destinatario compre lo que quiera de negocios seleccionados, las tarjetas de regalo son obsequios populares en las funciones de la empresa y son excelentes incentivos corporativos. En consecuencia, la demanda B2B de tarjetas de regalo es enorme. Para las empresas que venden tarjetas de regalo, las ventas de tarjetas de regalo B2B pueden ser una importante fuente de ingresos. Aquí hay algunas sugerencias:

- Proporcione una opción para tarjetas de valor flexible, ya que cada negocio puede tener diferentes preferencias en lo que respecta al valor de los incentivos.
- Proporcione niveles de descuento para compras al por mayor. Los pedidos corporativos típicos son al por mayor en lugar de tarjetas individuales.
- Optimice el proceso de reorden para alentar las compras repetidas.
- Desarrolle un plan de marketing específico para llegar a los clientes corporativos. Sus necesidades son bastante diferentes a las de los consumidores: compras al por mayor, compras durante todo el año, quien es el que toma las decisiones en el organigrama.

Ventas a terceros

Considere hacer que sus tarjetas de regalo estén disponibles a través de centros comerciales de tarjetas de regalo en minoristas de alto tráfico, como supermercados y farmacias. Esto aumenta la exposición de su marca y la disponibilidad de tarjetas de regalo. Muchos negocios obtienen ganancias de ingresos una vez que implementan un programa de ventas de terceros. De hecho, durante la temporada festiva, el 22 % de los compradores de tarjetas de regalo informaron haber comprado una tarjeta de regalo de un tercero y el 14 % de los compradores indicaron que prefieren comprar a un tercero.

Estas son algunas de sus razones:

- Beneficios de la compra en un solo lugar (61 %)
- Les gusta elegir entre una amplia variedad (49 %)
- La tarjeta deseada no tenía una tienda cerca de ellos (25 %)
- Compra impulsiva (20 %)

No sorprende que el comercio minorista de terceros sea el canal de más rápido crecimiento para las tarjetas de regalo. El 85 % de las tarjetas de regalo de terceros se compran en farmacias, tiendas de conveniencia o gasolineras.





CONSEGUIR LA COMPRA DEL FRANQUICIADO

En nuestra experiencia, otro obstáculo potencial para las ventas de tarjetas de regalo es la adopción y compra por parte de los franquiciados. Los consumidores esperan que las tarjetas de regalo se puedan usar en cualquier ubicación y el tener un gran porcentaje de ubicaciones que no participan puede frustrar a los consumidores. Persuadir a los franquiciados para que apoyen el programa aumenta la disponibilidad de las tarjetas y sus ventas de tarjetas de regalo. Es importante que todos los comerciantes estén al tanto de lo que implica el Programa de tarjetas de regalo.

Beneficios para fomentar la compra del franquiciado:

- **GANANCIAS.** Los clientes generalmente gastan un 40 % más que el valor nominal de la tarjeta
- Fortalecer y hacer crecer el reconocimiento de marca y la lealtad del cliente
- El proveedor facilita la liquidación de fondos. (aquí es donde si se compra una tarjeta de regalo en el Franquiciado A pero se canjea en la Franquicia B, los fondos para la venta inicial de la tarjeta de regalo deben transferirse de A a la cuenta bancaria de B para que B no proporcione sus bienes y servicios con pérdidas a cualquiera que use una tarjeta de regalo en su tienda)

HERRAMIENTA DE MARKETING

Las tarjetas de regalo también pueden servir como una herramienta rentable para usos promocionales. Las tarjetas de regalo de plástico son una excelente herramienta para alentar a los clientes a visitar su tienda y comenzar a buscar productos. A diferencia de otro tipo de promociones que solo afectan la compra actual (por ejemplo, descuentos), las tarjetas de regalo tienen la capacidad de incentivar futuras compras. Esto da como resultado que los clientes gasten más que el valor de su tarjeta de regalo.

Estos son algunos ejemplos de cómo nuestros clientes han incorporado tarjetas de regalo en sus otras estrategias promocionales:

- En lugar de ofrecer un descuento por la compra de un artículo, ofrezca una tarjeta de regalo de valor equivalente. La tarjeta de regalo solicita al cliente que vuelva a visitarla en una fecha posterior para canjear la tarjeta.
- Cuando abra una nueva ubicación, distribuya tarjetas de regalo de bajo valor en el área para atraer a los clientes a canjearlas y realizar esa primera compra.
- Use tarjetas de regalo como premios en sorteos al azar o instantáneos
- Ofertas especiales, por ejemplo, una tarjeta de regalo gratis por valor de \$X con cada compra mínima de \$Y
- Durante la temporada festiva, una táctica popular es darle al cliente una tarjeta de regalo promocional especial con cada compra por encima de un monto mínimo. La tarjeta de regalo solo se puede utilizar en enero. Esto permite que los clientes obtengan algo para sí mismos cuando compran para otros y los trae de regreso a su tienda en enero, proporcionando ventas adicionales en un mes típicamente lento.



EN LÍNEA

Las ventas de tarjetas de regalo en línea son un canal importante para muchos negocios. Los clientes pueden gastar hasta un 75 % más cuando solicitan una tarjeta de regalo en línea que cuando la compran en la tienda. Para varios clientes, las ventas de tarjetas de regalo en línea representan el 25 % de su aumento anual en las ventas de tarjetas de regalo. Estos son algunos ejemplos de cómo los clientes han impulsado sus ventas en línea:

- Asegúrese de que su sitio web tenga enlaces claros a la página de compra de su tarjeta de regalo.
- Permita que los clientes carguen sus propios archivos de imagen e ingresen texto para crear su propio diseño de tarjeta de regalo personalizado. Las tarjetas de regalo personalizadas son muy populares como obsequio o para conmemorar ocasiones especiales.
- Asegúrese de que la interfaz permita a los clientes ingresar un mensaje personalizado junto con la tarjeta.

- Su marca está influenciada por el empaque en el que llega la tarjeta de regalo, ya sea que use fundas de papel, sobres simples o cajas de regalo cubiertas con papel de aluminio, la selección de un exhibidor. El exhibidor de sus tarjetas de regalo es tan importante como el diseño de la propia tarjeta.
- Comodidad. Algunos clientes enfatizan la conveniencia como un factor distintivo importante al facilitar que los clientes soliciten varias tarjetas a la vez. Su página de pedidos en línea debe permitir al cliente realizar un pedido de varias tarjetas e ingresar diferentes direcciones para cada una de ellas.
- Aumente las ventas de tarjetas de regalo en línea mediante la incorporación de ofertas promocionales. Su carrito de compras debe tener un campo para que los clientes ingresen códigos de descuento.

CONCLUSIÓN

Nuestros clientes han descubierto que obtienen el mayor beneficio de sus tarjetas de regalo cuando invierten en apoyo interno, planificación a largo plazo y recursos adecuados para el programa. Con las estrategias correctas, las mejores empresas de su clase están aprovechando sus programas de tarjetas de regalo para conseguir nuevos clientes, recopilar datos de clientes y crear poderosos incentivos para que los clientes regresen.





¿MÁS?

Más sobre Givex

Givex es una solución global de gestión de operaciones basada en la nube diseñada para optimizar la eficiencia comercial y generar datos de clientes valiosos y procesables. Desde su fundación en 1999, Givex ha brindado inteligencia operativa en una amplia variedad de industrias, desde restaurantes y comercio minorista hasta hotelería y el sector de servicios, ofreciendo un conjunto completamente integrado de productos personalizables, que incluyen tarjetas de regalo, programas de lealtad, sistema de puntos de venta (POS), pedidos de servicio a mesas y reportes analíticos. La solución de venta de boletos Uptix™ de Givex transforma los boletos para deportes o eventos tradicionales en una plataforma interactiva móvil, brindando a los administradores de eventos nuevos conocimientos sobre su base de clientes y la capacidad de mejorar la experiencia de los fanáticos. Con más de 20 000 millones de transacciones realizadas en más de 55 países, Givex está a la vanguardia de cómo las marcas competirán por los clientes ahora y en el futuro. Para obtener más información sobre Givex, por favor visite www.givex.com.

givex.com

A stylized world map in black and white, overlaid on a light gray background with a geometric pattern of overlapping triangles. The logo 'giveX.com' is centered over the map, with 'give' in black, 'X' in a bright green color, and '.com' in black.

giveX[®].com

CONTÁCTENOS

CANADÁ

+1 877 478 7733

ESTADOS UNIDOS

+1 877 478 7733

EMEA

+44 (0) 20 8865 3015

BRASIL

+55 11 3443 7783

AUSTRALIA

+61 7 5322 5360

HONG KONG

+852 2866 9668

CHINA

+86 755 83038498

SINGAPUR

+65 9679 6743

MÉXICO

+52 55 5584 6627

SUIZA

+41 21 803 61 61