

TACTECH

MAXIMIZANDO TU ECOMMERCE PARA EL CYBER DAY

PREPÁRATE PARA VENDER
MÁS QUE NUNCA



Esta guía táctica está diseñada para ayudarte a **planificar, ejecutar y optimizar** cada etapa de tu estrategia eCommerce para este próximo Cyber. Basada en la **experiencia real** de nuestra agencia gestionando campañas de alto rendimiento para marcas líderes en retail, aquí encontrarás todo lo que necesitas para llegar al evento con una **operación eficiente y lista para escalar resultados.**

ÍNDICE DE CONTENIDOS

- 4 Introducción
- 5 **Antes del Cyber: diagnóstico, estrategia y planificación**
- 6 **Preparación Técnica: sitio, tracking y performance**
- 7 Estrategia de paid media y omnicanalidad
- 8 Contenidos y creatividad que convierte
- 9 **Durante el Cyber: ejecución y monitoreo diario**
- 10 **Post Cyber: análisis y optimización**
- 11 Errores comunes que debes evitar
- 12 Checklist final de preparación
- 13 ¿Y ahora qué? El valor del post-cyber



INTRODUCCIÓN: EL VERDADERO IMPACTO DEL CYBER EN TU NEGOCIO

Los eventos Cyber no son solo días de alto tráfico; son **oportunidades de oro** para adquirir nuevos clientes, liquidar inventario estratégicamente y escalar resultados con eficiencia. Pero también pueden ser una trampa si llegas sin preparación: un e-Commerce lento, campañas mal segmentadas o equipos descoordinados pueden hacerte perder más de lo que ganas.

ANTES DEL CYBER: DIAGNÓSTICO, ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN

Evalúa tu punto de partida



¿Tu sitio web está optimizado para escalar tráfico?



¿Tienes claridad sobre tus top sellers y márgenes?



¿Estás midiendo bien lo que importa?

Define tu objetivo principal

¿Vas por venta inmediata, adquisición de nuevos clientes o limpieza de stock?



Tu estrategia y KPIs deben alinearse con esa meta

Planifica con antelación



Deja pre agendadas tus campañas en Meta, Google y otros canales



Arma tus promociones, grillas de contenido y piezas clave con semanas de anticipación

Define un plan por escenarios



Ten un plan base, pero también uno agresivo si ves buenos resultados, y otro conservador si el evento parte lento



Tener un un plan B en caso de emergencias también es una muy buena opción, ofertas y descuentos adicionales que te permitan cumplir tus metas comerciales

PREPARACIÓN TÉCNICA: SITIO, TRACKING Y PERFORMANCE

Velocidad y experiencia de usuario



Revisa tiempos de carga, procesos de checkout y mobile performance

Stock y capacidad operativa



¿Tienes suficiente inventario, bodegaje y logística para responder al peak?

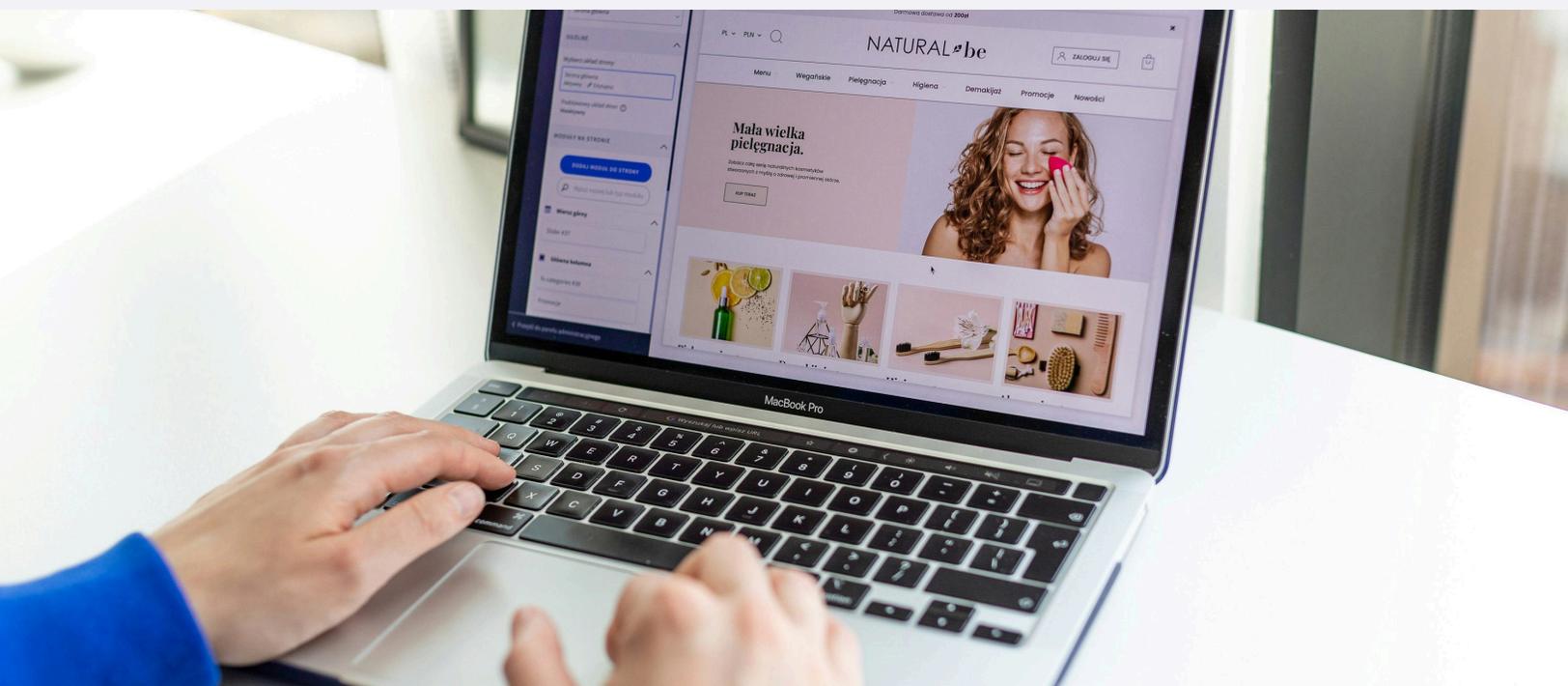
Tracking y analítica



Asegúrate de tener GA4 bien configurado y eventos clave bien etiquetados



Usa UTMs consistentes y prueba tus herramientas de atribución



ESTRATEGIA DE PAID MEDIA Y OMNISCANALIDAD

Divide tu presupuesto por etapas: pre-calentamiento, día clave y post-evento



Una distribución inteligente del presupuesto te permite maximizar el impacto en cada fase del Cyber y evitar la clásica sobreinversión en un mismo día del evento



Sin embargo, si el mercado muestra alta competitividad y existen buenas perspectivas de ventas en un día particular, no temas invertir un poco más

Crea audiencias de alta intención



Remarketing, lista de compradores frecuentes, similares a tus mejores clientes



Considera segmentaciones específicas por categorías

Apuesta por una estrategia omnicanal



Potencia la opción de retiro en tienda o uso de cupones físicos con códigos digitales



Usa campañas locales en Google para atraer tráfico a locales con stock

CONTENIDOS Y CREATIVIDAD QUE CONVIERTE

Creatividad adaptable al formato



Reels, carruseles, banners, emailings. Cada canal necesita una adaptación específica

Ofertas claras y urgencia visual



Usa timers, etiquetas de stock limitado, y copywriting que transmita urgencia sin ser invasivo



DURANTE EL CYBER: EJECUCIÓN Y MONITOREO DIARIO

Checklist diario operativo



Revisión de campañas, carga de presupuesto, pacing de inversión y revisión de creatividades

Ajustes en tiempo real



Si un producto despegga, sube el presupuesto. Si uno no rota, cámbialo por otro



Ajusta tus creatividades según el performance de cada una. Pausa las piezas que no estén dando los mejores resultados para potenciar las que sí



La agilidad marca la diferencia

Comunicación constante con tu equipo



Una cadena corta de toma de decisiones es clave durante estos días



POST CYBER: ANÁLISIS Y OPTIMIZACIÓN

¿Qué funcionó y qué no?



Analiza tus ventas, ROAS, CPA, tasa de conversión, CAC y lifetime value estimado de los nuevos clientes

Estrategia de retención

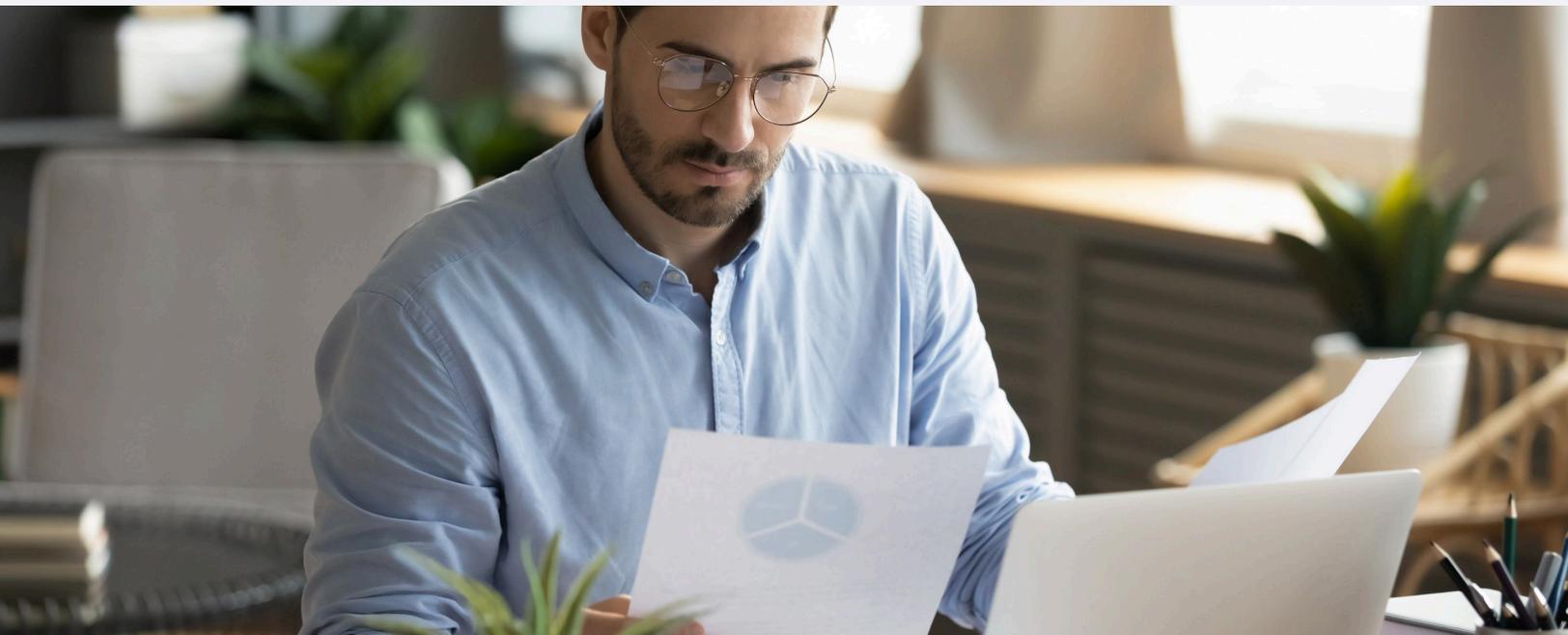


Segmenta a quienes compraron en Cyber para nutrirlos con automatizaciones, campañas exclusivas y propuestas de recompra

Documenta aprendizajes



Crea una “Bitácora del Cyber” para aprender de cara al próximo evento. Cada Cyber es una oportunidad de mejorar



ERRORES COMUNES QUE DEBES EVITAR

- ✘ Llegar con promociones a última hora
- ✘ No probar el sitio ni las creatividades antes del evento
- ✘ Apostar todo a performance sin fortalecer marca ni experiencia
- ✘ Olvidar el seguimiento post-venta
- ✘ No apelar/mencionar los beneficios competitivos de mi marca

CHECKLIST FINAL DE PREPARACIÓN

- ✓ Sitio rápido y probado
- ✓ Tracking funcionando (GA4, UTM, conversiones)
- ✓ Creatividades listas y adaptadas
- ✓ Campañas pre agendadas por etapa
- ✓ Plan por escenarios definido
- ✓ Roles y responsables claros
- ✓ Stock y logística preparados
- ✓ Plan post-Cyber armado

¿Y AHORA QUÉ? EL VALOR DEL POST-CYBER

El verdadero éxito no se mide solo en las ventas del día del evento. Los nuevos clientes, la exposición de tu marca y el aprendizaje obtenido pueden convertir este Cyber en un punto de inflexión para tu estrategia digital.

¿Listo para llevar tu estrategia al siguiente nivel?

En Tactech ayudamos a marcas a transformar su performance digital, desde la planificación estratégica hasta la ejecución táctica de campañas en eventos clave como el Cyber. Si buscas un equipo que combine análisis, creatividad y resultados medibles, **conversemos**.

Escríbenos a

 hola@tactech.cl

O visítanos en tactech.cl

TACTECH